



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



INSTITUTO DE POSTGRADO

MAESTRÍA EN ECOTURISMO EN ÁREAS PROTEGIDAS

**IMPLEMENTACIÓN DE UN PRODUCTO ECOTURÍSTICO Y CULTURAL EN
EL SECTOR LAGUNA DE SAN MARCOS DEL PARQUE NACIONAL CAYAMBE
COCA**

Trabajo de Investigación previo a la obtención del Título de Magíster en Ecoturismo en
Áreas Protegidas

TUTOR:

Msc. Galo Pabón Garcés

AUTOR:

Ing. Néstor Giovany Andrango Benavides

IBARRA - ECUADOR

2018

APROBACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que he leído la Tesis de Maestría, presentada por el ciudadano NESTOR GIOVANY ANDRANGO BENAVIDES, para optar al Grado de Magíster en Ecoturismo en Áreas Protegidas, cuyo título es: IMPLEMENTACIÓN DE UN PRODUCTO ECOTURÍSTICO Y CULTURAL EN EL SECTOR LAGUNA DE SAN MARCOS DEL PARQUE NACIONAL CAYAMBE COCA.

En la ciudad de Ibarra, a los 16 días del mes de marzo del 2018



GALO PABON

C.I.: 100178492-3

APROBACIÓN DEL JURADO

IMPLEMENTACIÓN DE UN PRODUCTO ECOTURÍSTICO Y CULTURAL EN EL SECTOR LAGUNA DE SAN MARCOS DEL PARQUE NACIONAL CAYAMBE COCA

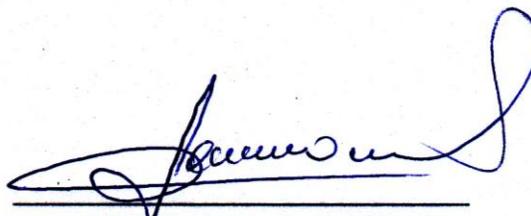
Por: Néstor Giovany Andrango Benavides

Trabajo de Grado de Maestría aprobados en nombre de la Universidad Técnica del Norte,
por el siguiente jurado, a los 16 días del mes de marzo del 2018



PhD. José Moncada Rangel

JURADO 1



PhD. Rolando Lomas Tapia

JURADO 2



MsC. Yoarnelys Vasallo Villalonga

JURADO 3

AUTORÍA

Yo, NÉSTOR GIOVANY ANDRANGO BENAVIDES, declaro bajo juramento qué, el presente trabajo es de mi autoría, que no ha sido previamente presentando para ningún grado, ni calificación profesional, y que he consultado las referencias bibliográficas que son parte de este escrito investigativo.

NÉSTOR GIOVANY ANDRANGO BENAVIDES



AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte, dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, y con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión universitaria, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital.

Por medio del presente documento, dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición el siguiente documento:

DATOS DEL CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD	100282988-3
APELLIDOS Y NOMBRES	Andrango Benavides Néstor Giovany
DIRECCIÓN	San Antonio - Ibarra
EMAIL	geoelys@hotmail.com
TELÉFONO	Móvil 0985405236 Fijo 062933204
DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO	IMPLEMENTACIÓN DE UN PRODUCTO ECOTURÍSTICO Y CULTURAL EN EL SECTOR LAGUNA DE SAN MARCOS DEL PARQUE NACIONAL CAYAMBE COCA
AUTOR	Néstor Giovany Andrango Benavides
FECHA	2018-03-16
PROGRAMA	POSTGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA	Magister en Ecoturismo en Áreas Protegidas
ASESOR/DIRECTOR	Msc. Galo Pabón Garcés

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Néstor Giovany Andrango Benavides, con cédula de identidad Nro. 100282988-3, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 16 días del mes de marzo de 2018

EL AUTOR:



.....
Néstor Giovany Andrango Benavides
Cédula: 100282988-3



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



**CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE
LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, Néstor Giovany Andrango Benavides, con cédula de ciudadanía No. 1002829883 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: “IMPLEMENTACIÓN DE UN PRODUCTO ECOTURÍSTICO Y CULTURAL EN EL SECTOR LAGUNA DE SAN MARCOS DEL PARQUE NACIONAL CAYAMBE COCA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de MAGISTER EN ECOTURISMO EN AREAS PROTEGIDAS en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo el derecho moral de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Nombre:

Néstor Giovany Andrango Benavides

Cédula: 1002829883

DEDICATORIA

A mis hijas Madelyn y Geovanita, por ser mi fuente de inspiración amor y alegría, a mi amada esposa Oliva Rivera, que con su apoyo incondicional me ayudo a sobre llevar los problemas a lo largo de mis estudios y a mis padres que siempre me ayudaron a mantenerme firme en los estudios para poder ser cada día mejor persona.

Giovany Andrango Benavides.

RECONOCIMIENTO

Al finalizar la investigación quiero dejar constancia de mi agradecimiento.

A la Universidad Técnica del Norte, Instituto de Posgrado y su planta docente, por las orientaciones brindadas a favor de mi formación profesional y en el desarrollo de la investigación.

A la Administración, personal que trabaja en la zona de San Marcos del Parque Nacional Cayambe Coca, por su apertura y apoyo para el desarrollo del tema.

A los dirigentes del GAD Olmedo, comunidades de La Chimba y Pesillo, quienes conocieron el proyecto y me apoyaron para seguir trabajando coordinadamente para la finalización del mismo.

Al Msc. Blgo. Galo Pabón, en calidad de Tutor de Tesis, por confiar en el tema propuesto y en el desarrollo del mismo.

A mis amigos, quienes desinteresadamente aportaron a la elaboración de la investigación.

A todos ellos mi eterna gratitud.

Giovany Andrango Benavides.

INDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO I

APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
APROBACIÓN DEL JURADO	iii
AUTORÍA	iv
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACION A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE	vii
DEDICATORIA	viii
RECONOCIMIENTO	ix
INDICE DE TABLAS	xv
INDICE DE FIGURAS	xvi
INDICE DE ANEXOS	xviii
RESUMEN	xix
ABSTRACT	xx

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Problema de Investigación	2
1.2. Objetivos de la Investigación	3
1.2.1. Objetivo general	3
1.2.2. Objetivos específicos	3
1.3. Justificación	4

CAPÍTULO II

2. MARCO REFERENCIAL	6
2.1. Antecedentes	6
2.1.1. Definiciones Clásicas de Turismo	6
2.2. El Ecoturismo	7
2.3. Turismo Cultural	8
2.3.1. Impactos Positivos y Negativos del Turismo Cultural	9
2.4. Ecoturismo en Áreas Protegidas Privadas del Ecuador	10

2.5 Parque Nacional Cayambe Coca	11
2.5.1 Laguna de San Marcos del Parque Nacional Cayambe Coca	12
2.5.2 Potencialidades del Parque Nacional Cayambe Coca	12
2.5.3 Estado de los Servicios Turísticos del Parque Nacional Cayambe Coca	13
2.5.4 Involucramiento de la Comunidad	14
2.5.5 Sostenibilidad Actual de la Operación de Servicios Turísticos al Interior del Parque Nacional Cayambe Coca	15
2.5.6 Servicios Turísticos	16
2.6 Turismo en Áreas Naturales con Gestión Comunitaria	17
2.6.1 El Turismo en Ecuador: Elementos Ambientales y Culturales	17
2.7 Producto Ecoturístico	18
2.7.1 Productos Turísticos de Naturaleza	19
2.8 Inventario de Atractivos Turísticos	21
2.9 Marco Legal	22
2.9.1 Plan Nacional de Desarrollo	23
2.9.2 Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de Ecuador PLANDETUR 2020	24
2.9.2.1 Visión PLANDETUR	24
2.9.2.2 Misión PLANDETUR	25
2.9.3 Ministerio de Ambiente del Ecuador	25
2.9.3.1 Codificación de la Ley Forestal y de Áreas Naturales y Vida Silvestre	25
2.9.3.2 Ley de Gestión Ambiental	26
2.9.3.3 Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas (RETANP)	26
2.9.3.4 Ley de Biodiversidad	28
2.9.3.5 Ley de Turismo	28
2.9.3.6 Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo	29
2.9.3.7 Políticas de gestión del SNAP (2007-2016)	30
a) Política de Gestión –Turismo	31
b) Análisis Institucional de la Administración de las Áreas Protegidas	31
c) Gestión de Actividades Turísticas en Áreas Protegidas	32

2.9.3.8 Políticas Específicas del PNCC Relacionadas al Turismo	32
--	----

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO	34
3.1. Descripción del Área de Estudio	34
3.2. Diseño y Tipo de Investigación	35
3.3. Procedimiento de Investigación	35
3.3.1 Fase I: Identificación de Atractivos Naturales y Culturales de la Laguna de San Marcos	35
3.3.2 Fase II Jerarquización de los Atractivos Turísticos	37
3.3.2.1 Definición de Criterios de Evaluación	38
3.3.2.2 Ponderación de Criterios	38
3.3.2.3 Nomenclatura de Jerarquización	39
3.3.3 Fase III Socialización a los Dirigentes de las Comunidades de Pesillo, La Chimba y GAD Olmedo	41
3.3.4 Fase IV Diseño de un Producto turístico para las Comunidades de Pesillo y La Chimba	42
3.3.4.1 Diseño del Producto Ecoturístico y Marketing Mix	43
3.4 Actores de la Investigación	44
3.5 Consideraciones Bioéticas	45

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	46
4.1. Caracterización del Área de Estudio	46
4.1.1 Ubicación General del Proyecto	46
4.1.2 Componente Abiótico	47
4.1.2.1 Geología	47
4.1.2.2 Clima	48
4.1.2.3 Pendientes	49
4.1.2.4 Hidrología	49

4.1.3 Componente Biótico	50
4.1.3.1 Cobertura Vegetal	50
4.1.3.2 Flora	50
4.1.3.3 Fauna	52
4.1.4 Componente Socioeconómico	53
4.1.5 Grupos Étnicos	53
4.1.6 Tradiciones y Festividades	54
4.2 Identificación de Atractivos Turísticos Naturales y Culturales de la Laguna de San Marcos	54
4.2.1 Percepción de la Población	54
4.2.2 Inventario de Atractivos Turísticos	62
4.2.1.1 Laguna de San Marcos	62
4.3 Jerarquización de Atractivos Turísticos	64
4.3.1 Ponderación de Criterios	64
4.4 Socialización de la Potencialidad Turística del Sector de San Marcos a las Comunidades de la Chimba y Pesillo	66
4.4.1 Definición de Socialización	66
4.4.2 Proceso de Socialización	66
4.5 Propuesta de un Producto Ecoturístico para las Comunidades de Pesillo y la Chimba Ligado a los Atractivos Naturales y Culturales de la Laguna de San Marcos.	68
4.5.1 Diseño del Producto	69
4.5.2 Objetivos del Diseño del Producto	69
4.5.3 Descripción del Producto	69
4.5.4 Concepto y Nombre del Producto “Laguna Mágica de San Marcos”	70
4.5.5 Características del Producto	70
4.5.6 Estrategias para el Producto	70
4.5.7 Descripción del Cronograma de Itinerario	70
4.5.7.1 Descripción General de la Ruta	71
4.5.7.2 Itinerarios	77
4.5.8 Acciones de Evaluación y Seguimiento	78

4.5.9 Diseño de Marketing Mix	78
4.5.9.1 Precio	79
4.5.9.2 Plaza	80
4.5.9.3 Promoción	81
4.6 Tercera Fase: Retroalimentación	83
4.6.1 Estrategias para la Retroalimentación	83
4.6.1.1 Estrategias Nivel Crecimiento	83
4.6.1.2 Estrategias Nivel Desarrollo	83
4.6.2 Acciones	84

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones	85
5.2 Recomendaciones	86

REFERENCIAS	87
-------------	----

INDICE DE TABLAS

TABLA 3.1 UBICACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO	34
TABLA 3.2 POBLACIÓN RECEPTORA	37
TABLA 3.3 PONDERACIÓN DE CRITERIOS DE ATRACTIVOS NATURALES Y CULTURALES	39
TABLA 3.4 RANGOS DE JERARQUIZACIÓN	40
TABLA 3.5 DESCRIPCIÓN DE JERARQUIAS	41
TABLA 4.1 UBICACIÓN GENERAL DEL PROYECTO	46
TABLA 4.2 TIPOS DE BIOCLIMAS	48
TABLA 4.3 TIPOS DE RELIEVE	49
TABLA 4.4 COBERTURA VEGETAL	50
TABLA 4.5 PLANTAS ACUÁTICAS	51
TABLA 4.6 PLANTAS ARBUSTIVAS	51
TABLA 4.7 FAUNA	52
TABLA 4.8 RANGOS DE JERARQUIZACIÓN	65
TABLA 4.9 RESULTADOS DE PONDERACIÓN	65
TABLA 4.10 ITINERARIO Y CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	71
TABLA 4.11 ITINERARIO	77
TABLA 4.12 PRECIO 8 PAX/DIA	79
TABLA 4.13 PRECIO 12 PAX/DIA	79

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 4.1 UBICACIÓN SECTOR SAN MARCOS–PNCC	47
FIGURA 4.2 PORCENTAJE DE ATRACTIVOS MAS RELEVANTES EN SAN MARCOS	55
FIGURA 4.3 ATRACTIVOS CULTURALES LIGADOS A LA LAGUNA DE SAN MARCOS	56
FIGURA 4.4 PERCEPCIÓN DE SAN MARCOS PARA COVERTIRSE EN POTENCIAL TURÍSTICO	56
FIGURA 4.5 NÚMERO DE DÍAS DE VISITAS DE LOS COMUNEROS AL SECTOR DE SAN MARCOS	57
FIGURA 4.6 OPINIÓN DE LA POBLACIÓN	58
FIGURA 4.7 TIPOS DE BENEFICIO	58
FIGURA 4.8 VALOR MÍNIMO Y MÁXIMO DE FACILIDADES TURÍSTICAS EN SAN MARCOS	59
FIGURA 4.9 RANGOS DE PRÁCTICAS DE ACTIVIDADES ECOTURÍSTICAS EN SAN MARCOS	59
FIGURA 4.10 PORCENTAJE DE PERCEPCIÓN SERVICIOS TURÍSTICOS	60
FIGURA 4.11 PERCEPCIÓN POR PAGO DE SERVICIOS TURÍSTICOS PARA RETRIBUCIÓN AL ÁREA PROTEGIDA	61
FIGURA 4.12 PERCEPCIÓN DE LAS COMUNIDADES EN INVOLUCRAR A LOS GADS LOCALES PARA POTENCIAR LAS ACTIVIDAD TURÍSTICAS DE SAN MARCOS	61
FIGURA 4.13 LAGUNA SAN MARCOS	62
FIGURA 4.14 SOCIALIZACIÓN PROYECTO TURÍSTICO LAGUNA SAN MARCOS	67
FIGURA 4.15 SOCIALIZACIÓN PROYECTO TURÍSTICO LAGUNA SAN MARCOS A DIRIGENTES DE COMUNIDADES	68
FIGURA 4.16 RUTA	72
FIGURA 4.17 CASA HACIENDA PESILLO	72
FIGURA 4.18 IGLESIA PESILLO	73
FIGURA 4.19 MIRADOR DEL PANECILLO	74

FIGURA 4.20 CENTRO CULTURAL TRÁNSITO AMAGUAÑA	74
FIGURA 4.21 LAGUNA DE SAN MARCOS	75
FIGURA 4.22 A Y B FLORA Y FAUNA SAN MARCOS	75
FIGURA 4.23 TERMALES LAS GOLONDRINAS	76
FIGURA 4.24 CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO LA CHIMBA	76
FIGURA 4.25 TRIPTICO	82

INDICE DE ANEXOS

Anexo 01. Encuesta a Dirigentes y pobladores del GAD Olmedo, La Chimba y Pesillo	92
Anexo 02. Ficha para el levantamiento y Jerarquización de atractivos turísticos	93
Anexo 03. Autorización para la investigación por el GAD Olmedo	103
Anexo 04. Autorización para la investigación por el GAD Olmedo	104

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
INSTITUTO DE POSTGRADO
PROGRAMA DE MAESTRÍA

Implementación de un producto ecoturístico y cultural en el sector Laguna de San Marcos
del Parque Nacional Cayambe Coca

Autor: Néstor Giovany Andrango Benavides

Tutor: Msc. Galo Pabón Garcés

Año: 2018

RESUMEN

La falta de aprovechamiento turístico de los atractivos naturales y culturales de la Laguna de San Marcos de la Parroquia Olmedo, Cantones Cayambe – Gonzalo Pizarro, provincias de Pichincha y Sucumbíos, requiere del desarrollo de un producto ecoturístico que brinde las facilidades adecuadas que buscan los visitantes al ingresar al Área Protegida. El objetivo general es potenciar la actividad turística comunitaria a través de la oferta de un producto ecoturístico y cultural en el sector de la Laguna de San Marcos del Parque Nacional Cayambe Coca. La investigación se realiza sobre la aplicación de los métodos generales de observación, básicamente aplicando las técnicas de encuestas, entrevistas a los dirigentes de las comunidades y GAD Parroquial, de igual forma aplicando una ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos así como la observación directa a la comunidad en general. Teniendo como rango de jerarquización, la denominación III, que significa que el atractivo cuenta con rasgos excepcionales y las condiciones óptimas para el desarrollo de productos turísticos enfocado al mercado nacional e internacional. Y finalmente se perfila la elaboración de un producto ecoturístico denominado “Laguna mágica de San Marcos” dentro del cual se introduce un paquete ecoturístico, incentivando la participación comunitaria en la actividad ecoturística, como oferta pública comunitaria para la comercialización de los atractivos naturales, culturales y paisajísticos en el sector de San Marcos y así promover el desarrollo socioeconómico a las comunidades de La Chimba, Pesillo con una práctica de turismo sustentable.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
INSTITUTO DE POSTGRADO
PROGRAMA DE MAESTRÍA

Implementation of an product ecotourism and cultural in the Lagoon de San Marcos sector
of the Cayambe Coca National Park

Author: Néstor Giovany Andrango Benavides

Tutor: Msc. Galo Pabón Garcés

Year: 2018

ABSTRACT

The lack of tourist use of the natural and cultural attractions of the San Marcos Lagoon of the Olmedo Parish, Cantones Cayambe - Gonzalo Pizarro, provinces of Pichincha and Sucumbíos, requires the development of an ecotourism product that provides the adequate facilities that visitors seek when entering the Protected Area. The general objective is to promote community tourism through the offer of an ecotourism and cultural product in the San Marcos Lagoon sector of the Cayambe Coca National Park. The investigation is carried out on the application of the general observation methods, basically applying the techniques of surveys, interviews to the leaders of the communities and GAD Parroquial, in the same way applying a file for the survey and ranking of tourist attractions as well as the observation direct to the community in general. Having as rank of hierarchy, the denomination III, which means that the attraction has exceptional features and optimal conditions for the development of tourism products focused on the national and international market. And finally, the development of an ecotourism product called "Magical Lagoon of San Marcos" is outlined, within which an ecotourism package is introduced, encouraging community participation in the ecotourism activity, as a community public offer for the commercialization of natural, cultural and landscaping in the sector of San Marcos and thus promote socioeconomic development to the communities of La Chimba, Pesillo with a practice of sustainable tourism.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

Ecuador es un país megadiverso por su riqueza animal, vegetal y que gran parte de la biodiversidad se encuentra dentro de las Áreas Protegidas. La Reserva Ecológica Cayambe Coca fue creada mediante resolución ministerial N° 818 el 20 de Noviembre de 1970 y ratificada en sus límites el 20 de Noviembre de 1979 mediante Registro Oficial N° 69. El 30 de Junio del 2010, mediante Acuerdo Ministerial 105, se cambió su categoría a Parque Nacional, fecha desde la cual se viene trabajando en la protección y manejo racional de los recursos naturales, en coordinación con las comunidades locales (Ministerio del Ambiente [MAE], 2009).

En la zona alta del Parque, se está trabajando en el manejo sustentable de los páramos, para lo cual se han suscrito algunos convenios con las comunidades indígenas, que incluyen varias actividades como la delimitación y demarcación de la frontera agrícola mediante la plantación de especies nativas, para formar una franja verde que permita identificar al Área Protegida.

La Laguna tiene origen en los deshielos del volcán Cayambe y nace de los ríos Piedra Colorada y Quilpajihua. Tiene un espejo de agua de aproximadamente 60 hectáreas, su temperatura oscila entre 3° C y 12° C, tiene forma alargada y en su entorno conserva la vegetación nativa arbórea, chaparros y extensos pajonales, que configuran hermosos paisajes para el turismo (Ministerio del Ambiente [MAE], 2009).

Los pobladores de la parroquia Olmedo han estado vinculados ancestralmente con la Laguna de San Marcos, que es utilizada para la pesca y la recreación. La Dirección Provincial de Pichincha en el año 2006 empezó a gestionar el proyecto de desarrollo turístico en el sector de la Laguna de San Marcos, con el propósito de ordenar el turismo, mejorar las facilidades turísticas para los visitantes y ofrecer una alternativa de ingresos para las comunidades de la parroquia de Olmedo. En la actualidad, se busca proporcionar

una alternativa de manejo sustentable mediante la propuesta del desarrollo turístico en esta zona, rica en recursos naturales.

1.1 Problema de Investigación

El Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP) es el conjunto de áreas naturales protegidas que garantizan la cobertura y conectividad de ecosistemas importantes en los niveles terrestre, marino y costero marino, de sus recursos culturales y de las principales fuentes hídricas (MAE, 2006).

La biota de las estribaciones de la Cordillera de los Andes y aquella que se encuentra en el Parque Nacional Cayambe Coca (PNCC), es una de las más diversas del planeta. La accidentada orografía y muchos factores climáticos que de ella dependen, como son: la temperatura, la humedad, la precipitación que generan una cantidad de microclimas en los cuales, se ha desarrollado una gran biodiversidad.

Las prácticas tradicionales de expansión de la frontera agrícola y la extracción de madera han cambiado la estructura de los ecosistemas y del paisaje en la zona de amortiguamiento; se han establecido monocultivos, muestras de suelos degradados. El desarrollo de inversiones con proyectos de interés nacional y regional dentro y junto al área protegida, es el principal promotor para el cambio de uso del suelo puesto que conlleva la construcción de infraestructura que facilita el ingreso a las tierras que antes fueron inaccesibles (MAE, 2009).

La Laguna de San Marcos es el resultado de eventos volcánicos y glaciares que han actuado simultáneamente del volcán Cayambe. Es un lugar ideal para la fotografía, pesca deportiva, investigación y belleza paisajística que la convierten en un importante potencial turístico de la zona.

Siendo así que, la falta del aprovechamiento turístico de los atractivos naturales y culturales de la Laguna San Marcos, la escasa infraestructura ecoturística para los

visitantes, señalización, financiamiento económico y la inexperiencia operativa en turismo de la comunidad local, dan como consecuencia la pérdida de oportunidades que mejoren la calidad de vida y además, el desarrollo de un turismo sustentable en la zona.

Razón por la cual el ofertar un producto turístico naturales y cultural va a ayudar a potenciar el desarrollo socio cultural, económico y ambiental del territorio local, a través de la investigación y obtención de información clave, mediante el inventariado de atractivos turísticos, que permitirá abordar la definición de productos turísticos competitivos que dinamizarán la economía local.

1.2 Objetivos de la Investigación

1.2.1 Objetivo General

- Desarrollar un producto ecoturístico en el sector de la Laguna de San Marcos del Parque Nacional Cayambe Coca para potenciar la actividad ecoturística comunitaria en la zona.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Identificar los atractivos naturales y culturales que contribuyan al conocimiento de la riqueza natural de la Laguna de San Marcos
- Jerarquizar la potencialidad de los atractivos turísticos en forma conjunta con las comunidades de La Chimba y Pesillo.
- Validar el inventario con la comunidad receptora como estrategia del desarrollo turístico de la zona.
- Diseñar un producto turístico para las comunidades de La Chimba y Pesillo ligado a los atractivos naturales y culturales de la Laguna de San Marcos.

1.3 Justificación

El artículo 14 de la Constitución de la República del Ecuador reconoce “[...] el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*”. En el mismo artículo “[...] Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados” (pág 29. Constitución 2008).

El Parque Nacional Cayambe Coca involucra a cuatro provincias y en la zona alta tiene una gran extensión de páramos donde habitan aproximadamente 60 comunidades indígenas que tradicionalmente han ocupado los páramos para actividades agropecuarias de subsistencia. En los últimos 15 años se han venido trabajando conjuntamente con estas comunidades para delimitar la frontera agrícola respetando las tierras del área Protegida y realizando un manejo sustentable de los páramos, incluyendo el turismo, como una actividad compatible con la conservación de la naturaleza que permite dinamizar la economía, creando fuentes de ingreso alternativas para las comunidades involucradas. Con la valoración del potencial turístico del área de influencia de la Laguna de San Marcos se pretende dar impulso al desarrollo del turismo en el sector, y orientarlo para que se cumpla en forma sistemática, controlada y ordenada, tratando de minimizar los posibles impactos ambientales. Todo ello, con el fin de que se convierta en una alternativa de desarrollo que beneficie a la población local, a través de la generación de fuentes de trabajo y además sea una herramienta para la conservación y manejo del Área Protegida.

Es así que el presente proyecto se enmarca en el artículo 3 del Plan Nacional de Desarrollo 2017 a 2021, donde manifiesta: “Garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones”. Mediante el desarrollo sostenible y así alcanzar el Buen Vivir, esto implica, reestructurar nuestra economía mediante la disminución de la dependencia de actividades extractivas, y la orientación de su transición hacia una economía basada en el bioconocimiento, la cual posicione a la biodiversidad como una

fuentes de conocimiento y saber. Una economía amigable con la naturaleza implica acoger el conjunto de saberes, conocimientos y aplicaciones tanto tradicionales como científicas, para marcar una nueva era de bioeconomía basada en el aprovechamiento sustentable de los recursos biológicos renovables. (SENPLADES, 2017)

Finalmente a través de este proyecto, se trata de potenciar la actividad turística comunitaria a través de la oferta de un producto turístico que permita ofrecer un conjunto de facilidades para promover el turismo en el sector y desarrollar una oferta de servicios con la participación directa de los miembros de las comunidades de La Chimba, Pesillo y Olmedo quienes serán los principales beneficiarios de la actividad turística.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 Antecedentes

El turismo ha sido uno de los sectores de mayor crecimiento e impacto en el siglo XXI, particularidad que se mantiene hasta la actualidad, siendo que, de una u otra manera, siempre se hizo. La curiosidad, la necesidad de descubrir nuevos espacios, de interaccionar con otras gentes, forma parte de nuestra misma naturaleza y condición.

2.1.1 Definiciones Clásicas de Turismo

El turismo, en su sentido actual, se inicia en el siglo XX, podemos recoger algunas de las más relevantes definiciones que se han dado de él desde 1900. «La suma total de operadores, principalmente de cariz económico, directamente relacionados con la llegada, la estancia y el movimiento de forasteros en un determinado país, ciudad o región» (H. Von Schullard, 1910). Es notable que ya en esta primera aproximación al turismo moderno el componente económico tenga un peso trascendental. El turismo es, pues, un fenómeno económico, que produce beneficios a partir de los flujos turísticos que generan los atractivos de un territorio. La Liga de las Naciones (1937) define al turista como «cualquier persona que viaja por placer y abandona su lugar de residencia habitual por menos de un año y por más de 24 horas. Los viajes de menos de 24 horas se definen como excursiones». Esta distinción entre turismo y excursión sigue hoy en día, a efectos estadísticos, todavía vigente. Se introduce aquí el *viaje por placer*, definitorio del turismo durante mucho tiempo y aun en la actualidad, según mantienen muchos expertos. «Turismo es el desplazamiento corto y temporal de personas hacia destinos distintos a sus lugares de residencia o trabajo habitual, así como las actividades que realizan durante su estancia en el destino. Se incluyen los desplazamientos por cualquier motivación» (Tourism Society of England, 1976). Aparecen en esta definición elementos muy característicos del turismo moderno,

uno de ellos las actividades; es decir, turismo no es solo desplazarse y estar en un lugar, sino que es *hacer alguna cosa allá donde se está*. (Morangues, 2016)

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994), “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”.

2.2 EL Ecoturismo

El término Ecoturismo, así como su definición preliminar, fue acuñado por el Arq. Héctor Ceballos Lascuráin en 1983. La UICN (La Unión Mundial para la Naturaleza) define al ecoturismo como “aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales” (Ceballos-Lascuráin, 1993).

En todo el mundo existen diversos lugares donde se realizan actividades turísticas, creando un significativo desarrollo en la economía mundial (Brandon 1996; OMT 1997) la tasa de crecimiento de turismo es de un 3% al 4% anual en el año 2015, a nivel mundial, centra millones de empleos y se ubica como un servicio del sector terciario de la economía de un país.

En los últimos años, el mundo del turismo ha experimentado importantes cambios de concepto, estructura y destino. Las tradicionales estancias en playas totalmente urbanizadas y llenas hasta la bandera, si bien aún están vigentes, se han visto acompañadas por otro modelo de turismo que busca nuevos alicientes como la tranquilidad, la naturaleza y las rutas en contacto con la naturaleza.

Este nuevo turismo presenta importantes ventajas como el desarrollo económico y social del mundo rural y un mayor equilibrio territorial. El texto mencionado fue tomado de Edison Muenala en su artículo “El Ecoturismo: una mirada hacia el futuro” para la revista GeoMundo, Argentina, 2000.

2.3 Turismo Cultural

Los Gobiernos y organizaciones internacionales tienen programas de apoyo con esta denominación para potenciar el uso turístico del patrimonio, especialmente el más emblemático y tangible. En los niveles gubernamentales de los países receptores de grandes flujos turísticos, esta magnificación del *turismo cultural* tiene mucho que ver con una imperiosa necesidad de demostrar cierta preocupación por reestructurar y diversificar su oferta turística. La European Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS) lo define como «el movimiento de personas hacia las atracciones culturales fuera de su lugar de residencia habitual, con la intención de acumular nuevas informaciones y experiencias para satisfacer sus necesidades culturales». Naturalmente, en el momento de concretar los conceptos *atracciones culturales* y *necesidades culturales* la definición toma unas dimensiones mayores o menores. No deja de subyacer en esta y en otras definiciones similares una suposición no explicitada que relaciona cultura solamente con elementos de patrimonio muy significativos y con las expresiones de la cultura más selectas. Al menos, es difícil adivinar si en esta acepción se incluirían los desplazamientos de jóvenes para asistir a un concierto de *ska*. El punto clave que se pretenderá, si no resolver, sí aclarar en próximos capítulos estaría en la propia definición de cultura y de la atraktividades que esta puede generar. (Morangues, 2016)

El turismo cultural abarca las actividades y experiencias culturales que atraen y fomentan el turismo. El turismo cultural significa sumergirse y disfrutar del estilo de vida de los habitantes del lugar, así como del entorno local y de los aspectos que determinan su identidad y carácter. Se basa también en la oferta de recursos históricos, arquitectónicos, artísticos y étnicos de una zona. Para esta línea de producto, se relacionaron las siguientes variantes de producto tales como Patrimonios Naturales y Culturales, entre otros (PLANDETUR, 2007).

Por vez primera la simbiosis entre el turismo, la diversidad cultural y el desarrollo sostenible ha tomado carta de identidad en el contexto internacional. Desde un enfoque responsable, como herramienta de sostenibilidad, el turismo puede contribuir a valorizar, conservar, rehabilitar y proteger los aspectos naturales, culturales y sociales de los pueblos en los que se desarrolla, reanimando las economías locales, impulsando el bienestar y el aumento de la calidad de vida de las poblaciones anfitrionas (Marin, 2004).

El Turismo Comunitario son las actividades turísticas que permiten al visitante entrar en contacto con comunidades rurales que conservan su identidad cultural como elemento primordial en la búsqueda de algo diferente, representada desde la demanda una experiencia vivencial a las visitas turísticas tradicionales, y desde el lado de la oferta, una oportunidad para generar trabajo, ingresos económicos y oportunidades de desarrollo turístico para las comunidades locales. Siendo así que, cada vez son más los turistas que buscan un mayor interacción y contacto con los pobladores locales para conocer de cerca cada cultura, la forma de vida, tradiciones y costumbres, teniendo en cuenta que el uso de servicios turísticos locales es una manera de ayudar a las comunidades involucradas.

2.3.1 Impactos Positivos y Negativos del Turismo Cultural

El Banco Mundial pone a consideración dos tipos de impactos:

- Generación de empleo: por cada emprendedor turístico rural se moviliza el trabajo de al menos 6 personas vinculadas a su negocio (Banco Mundial, 2010).
- Oportunidad y conservación de la población indígena y el patrimonio: la actividad turística fundada en los recursos culturales de las comunidades indígenas, queda siendo uno de los pocos terrenos donde poblaciones indígenas de escasos recursos, siguen gozando de ventajas competitivas con los demás competidores, por el valor del patrimonio cultural y natural del que disponen.

Orduna & Urpi (2010), indican que estos beneficios son para diferentes actores tanto locales como externos, considerando el turismo cultural desde su contribución al desarrollo

local de la comunidad anfitriona se pueden incluir: toma de conciencia con relación a la conservación del patrimonio, tanto tangible como intangible, comprendiendo que éste es la herencia que lo distingue y le otorga individualidad (Toselli, 2004); recupera y revitaliza la cultura local, reactiva el interés de los habitantes por su cultura, expresada a través de sus costumbres, artesanías, folklore, fiestas, gastronomía, tradiciones potenciando la identidad comunal; contribuye a mantener la diversidad cultural como una fuerza motriz del desarrollo, no sólo en lo que respecta al crecimiento económico, sino como medio de tener una vida intelectual, afectiva, moral y espiritual más enriquecedora; potencia el autoestima de la comunidad y las actividades colectivas, identificación y al conocimiento del lugar; proporciona oportunidades de intercambio cultural entre los residentes locales y los nuevos llegados, en la medida en que promueve la comprensión y entendimiento entre los pueblos, a partir de un conocimiento más profundo de la comunidad anfitriona por parte de los visitantes y viceversa. Por lo tanto, mayor tolerancia y respeto hacia otras costumbres, lo que evitaría fenómenos racistas y xenófobos. Gran parte de muchos malentendidos culturales surgen de la ignorancia de éstos; el acercarse a ellos, conocer sus razones, verlos directamente e incluso compartirlos puede generar una mayor tolerancia entre los foráneos.

2.4 Ecoturismo en Áreas Protegidas Privadas del Ecuador

Adicionalmente a las zonas incluidas dentro del Sistema Nacional de Áreas Protegidas, existen más de cien áreas, con una extensión superior a 4.5 millones de hectáreas bajo la administración de instituciones privadas o públicas (ONGs conservacionistas, universidades, operadoras turísticas y personas particulares). Esto eleva el porcentaje del territorio nacional protegido a un valor cerca del 30 %. (Tomado de: Ecociencia / CD - ROM de Biodiversidad).

Algunas de estas áreas están administradas por el Estado a través de sus organismos seccionales u otras instituciones: muchas de ellas son bosques que protegen cuencas Hidrográficas importantes o ecosistemas frágiles, principalmente en la Sierra y la Costa. Las más grandes sobrepasan las 200.000 has, mientras las más pequeñas tienen a veces menos de 20 has, contando raramente con un Plan de Manejo.

Respecto a las áreas administradas a nivel privado, la mayoría se encuentran en la Sierra pero existen varios predios en la Costa y la región amazónica. Según funcionarios del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), muchas fueron declaradas como Bosques Protectores a fin de evitar la expropiación por parte del Instituto de Reforma Agraria y Colonización o la invasión de colonos ilegales, en estos casos es fácil suponer que los objetivos de quienes las administran no se ajustan necesariamente a los de la conservación ambiental.

Algunas comunidades locales han gestionado además sus propios proyectos turísticos en algunas áreas protegidas por iniciativa propia o por sugerencia de algunas organizaciones, en estos casos la actividad turística es conducida con un criterio diferente y particular, haciendo primar el interés común y la conservación de los recursos naturales a la simple adquisición de beneficios económicos. Del mismo modo, la participación de la población local en el proyecto y en la repartición de los beneficios suele ser más homogénea (Ceballos-Lascuráin, 1996).

2.5 Parque Nacional Cayambe Coca

El Parque Nacional Cayambe Coca es una de las 53 áreas naturales protegidas que conforman el SNAP, fue creado inicialmente como Reserva Ecológica mediante Acuerdo Ministerial del 26 de Julio de 1970, con una extensión de 403.103 ha; el 30 de junio del 2010 mediante Acuerdo N° 105 se ofició el cambio de la categoría de manejo de Reserva Ecológica a Parque Nacional. Esta AP se encuentra localizada al Noreste del país, su superficie protege ecosistemas propios de las estribaciones de la Cordillera Oriental de Los Andes y de las llanuras del Pie de Monte subandino y amazónico y ubicada en las provincias de Napo, Sucumbíos, Imbabura y Pichincha.

Este Parque posee diferentes tipos de paisaje que por su espectacularidad se convierten en el principal atractivo turístico, se encuentra un paisaje de alta montaña compuesto por el volcán Cayambe de nieves perpetuas y cima amplia e irregular, situado al oeste del Parque y atravesado por la línea Equinoccial. Es la tercera cumbre más alta del país (5.790 metros), y se caracteriza por sus abruptas y escarpadas pendientes. (MAE, 2009).

2.5.1 Laguna de San Marcos del Parque Nacional Cayambe Coca.

Aproximadamente 81 lagunas se encuentran distribuidas en toda la zona de páramo, lo que equivale a una superficie de 1.217 has., procedentes de los deshielos de los nevados Cayambe, Sarahurco y el aporte de muchos manantiales y humedales por lo que recientemente este complejo de humedales denominado Ñucanchi Turupamba fue declarado de Sitio de Importancia Internacional bajo el marco de la convención RAMSAR sobre la conservación y uso racional de los humedales.

La Laguna de San Marcos tiene una profundidad de 40 metros y una superficie de 60 hectáreas. Reúne las microcuencas al oeste de la Reserva desde San Francisco de Sigsipamba hasta San Lorenzo, está caracterizada por ambientes de páramo que drenan sus aguas a la cuenca del Pacífico. Toma el nombre de la laguna de San Marcos, siendo esta laguna su mayor atractivo tanto por el valor del recurso agua como por el valor de su potencialidad para educación, investigación y turismo (MAE, 2009).

2.5.2 Potencialidades del Parque Nacional Cayambe Coca

La potencialidad principal de uso del área del Parque Nacional Cayambe Coca (PNCC) está identificada en los siguientes aspectos:

- Turismo
- Minería
- Recurso Hídrico
- Conservación de Recursos Biológicos

En cuanto al Turismo, las características peculiares del Parque debido a su situación geográfica y a la variedad de pisos altitudinales que se encuentran en su extenso territorio,

hacen que en ella se encuentren por una parte, una multiplicidad de elementos naturales de gran belleza escénica, que pueden potencialmente ser aprovechados para la recreación y el turismo, tanto nacional como internacional. Por otra parte los asentamientos humanos ancestrales, dos de los cuales subsisten hoy en día, han dejado algunas huellas de su pasado histórico que constituyen puntos de interés para investigadores y visitantes.

El Parque Nacional Cayambe Coca, particularmente el Volcán Cayambe considerado el tercer volcán más alto de Ecuador detrás del Cotopaxi y la cumbre más alta en los Andes al norte de la línea ecuatorial (5.790 msnm) se ha convertido en uno de los símbolos de turismo de naturaleza del país. La cercanía y la facilidad de acceso a las otras poblaciones aledañas convierten a esta Área Protegida en un espacio geográfico de gran potencial para el desarrollo de turismo en zonas donde existe paisaje natural y cultural.

El paisaje natural es aquel que no ha sido intervenido, el mismo que se observa en la zona núcleo donde se encuentran la mayoría de microcuencas y cubre gran parte de la Reserva, lo que indica que es un área de protección y conservación por la diversidad de paisajes que hacen de ésta área protegida un sitio para: investigación, turismo y un lugar de recreación por la presencia de los diferentes lugares de variedad escénica como: cascadas, ríos, volcanes, lagos, variedad de vegetación que se complementa con diversidad de fauna y por último la presencia de etnias como los Cofanes y los Quichuas.

Por otro lado el paisaje cultural del Parque Nacional Cayambe Coca está representado por los asentamientos humanos Oyacachi, Sinangoé, Chúscuyacu que han modificado las características naturales de la Reserva, los mismos que carecen de una planificación y distribución (MAE, 2009).

2.5.3 Estado de los Servicios Turísticos del Parque Nacional Cayambe Coca

La cadena de valor turística del Parque Nacional Cayambe Coca zona alta, exige urgentemente de una intervención para su fortalecimiento a todo nivel que incluya:

transporte, guianza, alimentación, artesanías, hospedaje; entre las principales deficiencias que actualmente impiden un exponencial crecimiento turístico de esta zona del PNCC.

Para el desarrollo de actividades turísticas en la zona alta del PNCC, se cuenta únicamente con la infraestructura del refugio de alta montaña Oleas Rúaes Berge. Este refugio actualmente ofrece servicios turísticos limitados, pues oferta un básico servicio de hospedaje (asignación de espacios en el refugio) que se complementa con el alquiler de las cocinas para que los grupos de andinistas preparen sus propios alimentos; razón por la cual los ingresos que permiten la operación del refugio corresponde en un 100% al hospedaje.

2.5.4 Involucramiento de la Comunidad

El Parque Nacional Cayambe Coca está habitada por comunidades desde su límite norte, en la zona de San Francisco de Sigsipamba, Mariano Acosta, hasta el límite sur, en Papallacta. La presión de las poblaciones ha aumentado durante las últimas décadas, lo que obligó a la delimitación de la frontera agrícola.

Los principales centros poblados ubicados alrededor del Parque son Cayambe, La Bonita y Lumbaqui cabeceras cantonales de Cayambe, Sucumbíos y Gonzalo Pizarro respectivamente, de las provincias de Pichincha y Sucumbíos, y El Chaco y Baeza cabeceras cantonales de El Chaco y Quijos respectivamente pertenecientes a la provincia de Napo.

En el interior del PNCC se localizan los poblados de Oyacachi, El Chaco, San Lorenzo de Sigsipamba, Pifo; Sinangoé y Chúscuyacu caseríos del cantón Gonzalo Pizarro provincia de Sucumbíos. En las elevaciones más altas, las comunidades se dedican normalmente al pastoreo de su ganado, la mayoría bovino, lo que ha obligado la elaboración y aplicación de reglamentos comunitarios, para evitar la afectación de la flora nativa de la zona.

Se ha evaluado el papel de la sociedad civil con relación al fortalecimiento de las

actividades turísticas en el Parque Nacional Cayambe Coca (zona alta), en especial al relacionado con la operación del refugio Rúaies Oleas Bergue, dando cuenta de una inexistente participación durante los últimos años en su operación y mínima presencia en la cadena de valor turística de la cual es parte el refugio (transporte, insumos, mano de obra y guianza).

Esta mínima participación se debe a la falta de un espacio que posibilite la participación de la comunidad bajo condiciones favorables conducentes a potencializar las características productivas-económicas de la población; sea como ofertantes directos de servicios turísticos o como abastecedores de materias primas, insumos y mano de obra necesarios para la operación del refugio y adicionalmente como guías.

2.5.5 Sostenibilidad Actual de la Operación de Servicios Turísticos al Interior del Parque Nacional Cayambe Coca

El desarrollo de actividades turísticas al interior del Parque responde a un modelo de desarrollo de carácter espontáneo y alejado de los estándares de sostenibilidad y calidad, con un mínimo grado de interés por la conservación de la biodiversidad.

La operación de los negocios turísticos al interior de las AP's no guardan armonía entre la generación de un servicio de calidad, las preferencias del usuario y las necesidades de ingresos; esto repercute a mediano y largo plazo en la carencia de un mantenimiento adecuado a la infraestructura y de manera especial en la sostenibilidad del servicio. Una característica importante es la mínima contribución de los negocios turísticos al manejo y administración de las AP's. En este sentido es necesario emprender actividades para fortalecer la institucionalidad del MAE y promover la redistribución de beneficios tanto al PNCC; así como al bienestar de las comunidades locales.

Actualmente la planificación para el desarrollo de actividades turísticas en las áreas protegidas exige cambios en su manejo, los que responden al desarrollo de una propia filosofía de conservación del MAE y a la posición adoptada en el país con respecto a la

teoría del desarrollo sustentable y sostenible. (MAE, 2009)

2.5.6 Servicios Turísticos

Es una descripción de la capacidad de los establecimientos turísticos registrados en el Ministerio de Turismo, en cuanto a número de establecimientos, total de empleados, número de habitaciones, camas, plazas y mesas, por actividad turística. (MINTUR 2017).

- **Modalidad de servicios turísticos**

En el refugio Rúaless Oleas Bergüé se desarrollan dos modalidades de turismo: Turismo recreacional y Turismo deportivo y de aventura.

Turismo deportivo (aventura).- Este tipo de turismo implica el desplazamiento de personas para el desarrollo de una actividad deportiva específica, y que a su vez puede ser complementada con otro tipo de actividades. La modalidad del turismo deportivo que se efectúa en el refugio es de aventura, modalidad que se caracteriza por proporcionar al visitante aspectos esenciales como la naturaleza salvaje y diferentes grados de dificultad y peligro.

Turismo recreacional.- Este tipo de turismo lo efectúan visitantes que desean encontrar un medio de esparcimiento y relajación, despejarse del estrés cotidiano y conocer nuevos sitios.

En este sentido, los servicios turísticos del refugio son demandados por 2 clases de visitantes: i) **Turistas**, cuyas visitas implican pernoctación en las instalaciones, en su totalidad estos visitantes realizan actividades de alta montaña; y, ii) **Excursionistas** cuyas visitas son cortas, la duración de este tipo de visitas corresponde en promedio a 1 hora con 36 minutos.

El refugio Rúaless Oleas Bergé alberga y sirve como un sitio de paso, abrigo y descanso para las actividades de alta montaña, específicamente para aquellas personas que desean ascender a la cumbre del volcán Cayambe. Actualmente, los servicios de hospedaje son

demandados en su totalidad por turistas que realizan actividades de aventura; no se evidencia el hospedaje de turistas con fines recreativos puesto que la inclemencia meteorológica y la altura del sitio provocan en el visitante malestares por falta de adaptación del organismo al clima y la altura.

Las modalidades de turismo de aventura que se realizan en el refugio son amplias, entre las más representativas se encuentra: Escalada, Montañismo, Trekking y Hiking; estas actividades son normadas por el Ministerio de Turismo Y reguladas por el Ministerio del Ambiente en Áreas Protegidas.

2.6 Turismo en Áreas Naturales con Gestión Comunitaria

El Turismo en áreas con gestión comunitaria es una modalidad de turismo orientado hacia áreas con valores naturales y culturales excepcionales que, sobre la base de las actividades recreacionales promueve y contribuye a la conservación del lugar, propicia la participación directa benéfica de las poblaciones locales y compromete a todos los involucrados a tomar las precauciones necesarias para minimizar impactos tanto ecológicos como culturales. La práctica de este tipo de turismo por las comunidades locales, aporta a la construcción del Buen Vivir, pues se sustenta en la conservación de la biodiversidad, vela por la integridad cultural y aporta a generar ingresos económicos, para mejorar las condiciones de vida de las comunidades, que han apostado por el turismo con gestión comunitaria (ASEC, PPD, PNUD, OMT, UDLA, 2012).

2.6.1 El Turismo en Ecuador: Elementos Ambientales y Culturales

En el mercado turístico internacional al Ecuador se le considera como uno de los destinos “por descubrir” y de mayor potencial, por sus innumerables zonas de gran atractivo turístico donde destaca su alta biodiversidad, así como la diversidad cultural de los distintos grupos étnicos y lingüísticos, con sus costumbres y formas de vida, aspectos que llenan de color los paisajes y le dan un sentido de identidad a los territorios.

Trabajar en turismo en áreas naturales con gestión comunitaria implica una búsqueda

permanente de los mecanismos que permitan alcanzar los objetivos de desarrollo planteados, lo que contribuye el argumento central del texto y se presenta como una herramienta de gestión que integra los criterios ambientales, socioeconómicos y culturales que coadyuvan a hacer del turismo una herramienta para: a) alcanzar la sostenibilidad; b) la construcción de la interculturalidad; c) el combate del racismo; d) la aplicación de los derechos fundamentales, tanto de los seres humanos como los de la naturaleza.

La biodiversidad constituye el elemento sustancial para sostener la vida y el equilibrio de los ecosistemas, sin embargo está bajo mucha presión, inclusive en algunas áreas naturales protegidas. La constitución define como eje de la convivencia social el “Buen Vivir” (Sumak Kawsay) como una alternativa al modelo de desarrollo, basado en el consumo infinito y producción insostenible, imperante en las sociedades occidentales. En el Buen Vivir se otorgan derechos a la naturaleza, se garantiza el acceso al agua como un derecho humano fundamental, se prioriza la soberanía alimentaria y ubica al ambiente y a la naturaleza como pilares de un nuevo régimen de desarrollo. Por ello es importante que los Centros de Turismo Comunitario o futuros emprendimientos consideren lo que señala el preámbulo de la Constitución del Ecuador (2008), como un potente instrumento para fortalecer la gestión comunitaria y proteger la riqueza natural del Ecuador (ASEC et al., 2012).

2.7 Producto Ecoturístico

Es el conjunto de bienes y servicios con el objetivo de satisfacer los deseos y las expectativas de los turistas en el producto turístico se incluye los recursos turísticos los cuales es la materia prima del turismo, la infraestructura y la planta turística. El producto para ser consumido implica accesibilidad física poder llegar y comercializarse para poderse comprar.

Los productos turísticos están conformados por:

- **Atractivos:** es la razón por la cual el turista escogió el destino.
- **Facilidades:** es un complemento del producto, si falta este elemento puede impedir la presencia de los turistas.

- Accesos: son indispensables para la llegada de turistas, ya que es el medio por el cual arriban los turistas a su destino.
- Demanda: comprender las necesidades de los consumidores, y la identificación de los grupos homogéneos de un producto turístico.
- Oferta: Evaluar los componentes del producto turístico e identificar al conjunto de elementos que sean ofrecidos a la clientela de un producto. (Villalba, 2011).

La evolución, creación y desarrollo de nuevas modalidades y productos turísticos viene siendo, desde hace ya varios años, una de las principales ocupaciones por parte de los entes tanto públicos como privados en esta materia. Esto es debido, en parte, a la obsolescencia y agotamiento de algunos productos (como el caso del sol y playa) a novedosas y cambiantes necesidades y motivaciones del consumidor, así como a cambios importantes que afectan a la oferta y la demanda en el sector. Entre ellos se encuentran la redistribución de rentas, la puesta en valor de patrimonio, el desarrollo sostenible del medio, los cambios en los patrones culturales de la población, etc (Ulloa, Pazos, 2010).

En el proceso de la producción turística, uno de los retos más interesantes para las personas y empresas vinculadas a la actividad, es la creación de nuevos productos turísticos, de los cuales se espera que sean novedosos, pertinentes y rentables en el amplio espacio de la oferta y la demanda (Barbosa, 2007).

Siendo así que, el producto turístico es el bien y servicio que debe satisfacer las necesidades de los turistas, para ser consumido implica una buena accesibilidad física poder comprar y comercializarse.

2.7.1 Productos Turísticos de Naturaleza

Producto turístico de naturaleza se define como el "conjunto de actividades y concesiones llevadas a cabo en un área natural o seminatural dirigidas a individuos, que temporal, y principalmente por motivos de ocio o cognoscitivos, sustituyen su espacio cotidiano por uno nuevo para disfrutar, investigar, conocer o contemplar los componentes y

atractivos de dicha área, y/o para participar en la preservación de los elementos contenidos en ella." En fin se puede decir que el turismo de naturaleza es todo aquel viaje motivado por experimentar, conocer, comprender, participar y disfrutar de la naturaleza en su estado más auténtico y puro (Rojas et al, 2012).

La Secretaría de Turismo, con el fin de facilitar la planeación y desarrollo de productos turísticos que atienda las exigencias, gustos y preferencias de quién demanda en el mercado turístico este tipo de servicios, ha buscado estandarizar y unificar criterios sobre el término "Turismo de Naturaleza". Para ello, ha basado su definición desde el punto de quién compra y efectúa el viaje, en tres puntos característicos: 1. El motivo por el cuál se desplazó el turista: El de recrearse en su tiempo libre realizando diversas actividades en constante movimiento, buscando experiencias significativas; 2. En dónde busca desarrollar estas actividades: En y con la naturaleza, de preferencia en estado conservado o prístino y, 3. Qué condiciones y actitudes debe el turista asumir al realizar estas actividades: Con un compromiso de respetar, apreciar y cuidar los recursos que está utilizando para recrearse. Entonces es que la Secretaría de Turismo define al Turismo de Naturaleza como: Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales. Esta definición ha facilitado, a su vez, realizar una segmentación del Turismo de Naturaleza, basado en el tipo de interés y actividades que el turista tiene y busca al estar en contacto con la naturaleza. Es así, que la Secretaría de Turismo ha dividido al Turismo de Naturaleza en tres grandes segmentos, cada uno compuesto por diversas actividades, donde cabe mencionar, que cualquiera de las actividades que a continuación se definen, puede requerir de guías, técnicas y equipos especializados: Ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural (SECTUR, 2012).

El Turismo de naturaleza está en crecimiento ya que el visitante hoy por hoy, busca el contacto directo con la naturaleza, disfrutar de los paisajes naturales ricos en biodiversidad y que sean acompañados con manifestaciones culturales propias de dichos lugares; hacen que propicien y dejen un mensaje claro de respeto, la participación directa y la conservación de nuestros recursos naturales.

2.8 Inventario de Atractivos Turísticos

El inventario de atractivos turísticos, se concibe como un registro valorado de todos los atractivos que por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio turístico nacional.

Se constituye como un instrumento dinámico de información integrada para respaldar la gestión por su capacidad de aportar datos consistentes para planificar, ejecutar y evaluar el territorio facilitando la toma de decisiones en materia de desarrollo turístico.

De esta forma el inventario de atractivos nacionales almacenado en una base de datos plana y en una base de datos geográfica constituye un insumo clave para alimentar al Sistema de Información Geográfica Turística orientado al análisis y planificación territorial turística.

Los criterios incorporados para la realización del inventario responden a los utilizados en el Índice de Competitividad en Viajes y Turismo (TTCI3) conocido también como Índice de Competitividad Turística de la Organización Mundial de Turismo publicada por el Foro Económico Mundial en el año 2015 y la Metodología para Inventarios De Atractivos Turísticos OEA 2004.

Por otro lado, la generación de espacios turísticos es la conformación de unidades básicas para la planificación turística en territorio, cuya configuración responde a la distribución territorial de los atractivos turísticos tanto en las categorías natural y cultural. (MINTUR, 2017).

El Ministerio de Turismo del Ecuador, órgano rector de la actividad turística en el país tiene entre sus atribuciones:

“Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información, potestad que la ejercerá por sí mismo, desconcentradamente, en coordinación con las instituciones del régimen seccional autónomo a favor de las cuales se han

transferido competencias en materias turísticas, y en cualquier caso, podrá contratar con la iniciativa privada en los términos establecidos en este reglamento.”

Así también, la Resolución No. 0001-CNC-2016 del Consejo Nacional de Competencias en la sección I, artículo 8, numeral 5 establece como atribución de la Autoridad Nacional de Turismo el “Administrar el inventario de atractivos turísticos nacionales, que incluye el inventario de atractivos turísticos de áreas naturales protegidas remitido por la Autoridad Nacional Ambiental”. Mientras que en la sección II, artículo 13, numeral 3 establece en el marco del desarrollo de actividades turísticas corresponde a los gobiernos autónomos descentralizados municipales y metropolitanos:

“Elaborar y actualizar el inventario de atractivos turísticos de su circunscripción, de conformidad con la normativa expedida por la Autoridad Nacional de Turismo.”
(MINTUR, 2017)

2.9 Marco Legal

La Constitución Política de la República, como la Ley máxima Nacional, en relación al medio ambiente, establece en su artículo. 395, el reconocimiento de los siguientes principios ambientales:

- El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo, ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras
- Las políticas de gestión ambiental se aplicarán de manera transversal y serán de obligatorio cumplimiento por parte del Estado en todos sus niveles y por todas las personas naturales o jurídicas en el territorio nacional
- Estado garantizará la participación activa y permanente de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades afectadas, en la planificación, ejecución y control de toda actividad que genere impactos ambientales.

- En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales en materia ambiental, éstas se aplicarán en el sentido más favorable a la protección de la naturaleza.

En este contexto se hace referencia a la obligatoriedad de la preservación de nuestros recursos naturales para las presentes y futuras generaciones con la participación activa de pueblos y nacionalidades en el control de actividades que generen impactos ambientales.

2.9.1 Plan Nacional de Desarrollo

El Plan Nacional para el Buen Vivir 2017-2021 (PNBV), representa el instrumento de planificación del Estado. El artículo 280 de la Constitución, menciona que es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinar las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados, para enmarcarse dentro del PNBV.

En ese sentido y acogiendo el mandato constitucional de “Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable” el PNBV plantea dentro de su política 3.1 “conservar, recuperar y regular el aprovechamiento del patrimonio natural y social, rural y urbano, continental, insular y marino-costero, que asegure y precautele los derechos de las presentes y futuras generaciones”. Complementariamente en el objetivo 3.5 Impulsar la economía urbana y rural, basada en el uso sostenible y agregado de valor de recursos renovables, propiciando la corresponsabilidad social y el desarrollo de la bioeconomía. Y finalmente en el objetivo 6.7 Garantizar la participación plural, con enfoque de género y énfasis en las organizaciones de pueblos, nacionalidades, comunas, comunidades y colectivos, en el manejo sostenible de los recursos naturales y servicios ambientales. Dentro del Plan Nacional del Buen Vivir establece de manera muy clara, el aprovechamiento del patrimonio natural de manera sostenible para el desarrollo de sectores

públicos, privados y populares en el marco del manejo y conservación de espacios naturales y el aprovechamiento de los mismos para el desarrollo local.

2.9.2 Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de Ecuador PLANDETUR 2020

El PLANDETUR 2020 es un proceso de desarrollo del turismo sostenible iniciado por el Ministerio de Turismo del Ecuador para posicionar estratégicamente al sector en el desarrollo del país respondiendo a tres objetivos fundamentales:

- Generar un proceso orientador que coordine los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo sostenible, basado en sus territorios y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada.
- Crear las condiciones para que el turismo sostenible sea un eje dinamizador de la economía ecuatoriana que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística actual, aprovechando sus ventajas comparativas y elementos de unicidad del país.
- Insertar al turismo sostenible en la política de Estado y en la planificación nacional para potenciar el desarrollo integral y la racionalización de la inversión pública y privada.

2.9.2.1 Visión del PLANDETUR

El Ecuador en el año 2020:

- Consolida al turismo sostenible como un sector estratégico para el desarrollo del país,
- Posicionándose como un destino turístico sostenible altamente competitivo en el ámbito internacional,

- Que genera oportunidades de empleo y de mejoramiento de calidad de vida de sus comunidades y territorios bajo un marco legal e institucional moderno y eficaz,
- Donde se garantiza la gestión sostenible en el desarrollo y operación turística de sus riquezas culturales y naturales; la articulación de las cadenas de valor del turismo; la seguridad y la calidad de los destinos; la innovación, el conocimiento y la tecnología aplicada, con una adecuada conectividad, infraestructura y facilidades para el turismo.

2.9.2.2 Misión del PLANDETUR

PLANDETUR 2020 es una herramienta de planificación estratégica diseñada con el fin de orientar la gestión del desarrollo del turismo sostenible en el Ecuador

2.9.3 Ministerio de Ambiente del Ecuador

El Ministerio de Ambiente del Ecuador (MAE) fue creado el 4 de octubre de 1996, mediante Decreto Ejecutivo No. 195 publicado en el Suplemento – Registro Oficial No. 40 de 4 de octubre de 1996, teniendo como misión ejercer en forma eficaz y eficiente el rol de la autoridad ambiental nacional, rectora de la gestión ambiental del Ecuador, garantizando un ambiente sano y ecológicamente equilibrado. Con la Misión Institucional de ejercer en forma eficaz y eficiente la rectoría de la gestión ambiental, garantizando una relación armónica entre los ejes económicos, social y ambiental que asegure el manejo sostenible de los recursos naturales estratégicos y una visión de lograr que el Ecuador use sustentablemente sus recursos naturales estratégicos para alcanzar el Buen Vivir.

2.9.3.1 Codificación de la Ley Forestal y de Áreas Naturales y Vida Silvestre

La Codificación de la Ley Forestal, (Ley Forestal promulgada el 24 de Agosto de 1981 en el RO 64) para conservación y protección de áreas naturales y vida silvestre, recopila la normativa reglamentaria sobre Áreas Naturales Protegidas que forma parte de los libros III y IV del TULAS, incluyendo precisiones sobre las funciones y mecanismos de

administración de las Áreas Protegidas.

La Codificación a la Ley Forestal y de Conservación de Áreas Naturales y Vida Silvestre es el principal instrumento regulatorio para el manejo y administración de las Áreas Naturales. Los objetivos de asegurar el funcionamiento del SNAP se consolidaron con la promulgación de esta Ley, fundada particularmente en la necesidad de "...definir y delimitar [...] las áreas naturales de vida silvestre, con el objeto de hacer efectiva una correcta administración por parte del Estado, de tales patrimonios y recursos, con miras a preservar su valor científico, cultural y económico"

2.9.3.2 Ley de Gestión Ambiental

La Ley de Gestión Ambiental expedida el 30 de julio de 1999, tiene como fundamento establecer los principios de política ambiental; también determinar obligaciones, responsabilidades, niveles de participación en la gestión ambiental y señalar los límites permisibles, controles y sanciones en esta materia.

2.9.3.3 Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas (RETANP)

Dado mediante Decreto Ejecutivo No. 3045 suscrito 28 de agosto de 2002, y publicado en el Registro Oficial. Conforme el RETANP, le corresponde al MAE:

- Planificar, autorizar, manejar y supervisar los usos turísticos de los recursos naturales y culturales en el ámbito de sus competencias en el Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas, conforme a los respectivos planes de manejo;
- Autorizar a través de la dependencia que corresponda, la operación turística en el Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas de conformidad con lo dispuesto en las leyes especiales, en este reglamento y en los correspondientes planes regionales y de manejo debidamente aprobados, para lo cual emitirá la correspondiente patente de operación turística; y,

- Controlar y supervisar la operación turística con respecto al uso de los recursos naturales que se desarrollen en el Sistema Nacional de Áreas Protegidas.

El RETANP, dado mediante Decreto Ejecutivo No. 3045 suscrito 28 de agosto de 2002, y publicado en el Registro Oficial, contempla en los siguientes artículos generalidades a ser adoptadas para la gestión de actividades turísticas en Áreas Protegidas, como es el caso de los refugios de alta montaña.

Art. 11.- “Las actividades turísticas en el Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas, en cada una de sus fases deberán desarrollarse sobre la base de los principios ambientales establecidos en los planes de manejo de cada área protegida”.

Art. 13.- “El control que el Ministerio del Ambiente ejercerá, en el ámbito de sus competencias, a través de sus dependencias, de las actividades turísticas en el Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas permitirá monitorear cualitativa y cuantitativamente, y manejar los impactos derivados de la implementación y operación de la actividad turística en áreas protegidas de conformidad con los Planes Regionales y de Manejo”.

Art. 17.- “Las evaluaciones de impacto ambiental que se deban realizar para la iniciación de las actividades turísticas en el Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas deberán contener los componentes que se refiere el artículo 21 de la Ley de Gestión Ambiental”...

De igual manera en este cuerpo legal, en su Art. 20, indica que los procesos de investigación turística estarán dirigidos fundamentalmente a: Evaluar los impactos en los diferentes recursos del área protegida, derivados de la actividad turística. Determinar los niveles de participación comunitaria en el desarrollo de las actividades turísticas.

En el Art. 28.- señala que para realizar operaciones turísticas en áreas del Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas en el territorio continental, se requerirá la obtención de una patente de operación turística, del registro y la licencia anual de funcionamiento otorgados

por el Ministerio de Turismo y el cumplimiento de todas las formalidades y procedimientos establecidos en este Reglamento Especial.

Art.30.- La patente de operación turística se solicitará y otorgará para la operación principal en cada área del Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas del Estado a través de las Direcciones Regionales Forestales del Ministerio del Ambiente; en materia de la categorización de la calidad de los servicios turísticos se respetará lo impuesto por el Ministerio de Turismo.

Las actividades turísticas en Áreas Protegidas serán controladas por el Ministerio de Ambiente en coordinación con el Ministerio de Turismo para las autorizaciones para su funcionamiento, esto en base al plan de manejo de cada área protegida.

2.9.3.4 Ley de Biodiversidad

La Ley que protege la biodiversidad fue promulgada mediante Registro Oficial 35, del 27 de septiembre de 1996, que en sus articulados determina lo siguiente:

Art. 1.- Se considerarán bienes nacionales de uso público, las especies que integran la diversidad biológica del país, esto es, los organismos vivos de cualquier fuente, los ecosistemas terrestres y marinos, los ecosistemas acuáticos y los complejos ecológicos de los que forman parte.

El Estado Ecuatoriano tiene el derecho soberano de explotar sus recursos en aplicación de su propia política ambiental. Su explotación comercial se sujetará a las leyes vigentes y a la reglamentación especial, que para este efecto, dictará el Presidente Constitucional de la República, garantizando los derechos ancestrales de las comunidades indígenas sobre los conocimientos, los componentes intangibles de biodiversidad y los recursos genéticos a disponer sobre ellos.

2.9.3.5 Ley de Turismo

Le corresponde al MINTUR: La promoción, planificación y control de las actividades

turísticas. Además, le corresponde expedir la normativa relativa a los niveles mínimos de calidad de los servicios y actividades turísticas definidas en la Ley Especial de Desarrollo Turístico, los reglamentos y normas técnicas específicas, que se desarrollen en el Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas.

Es el Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR) el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones: preparar las normas técnicas y de calidad por actividad, que regirán en todo el territorio nacional; elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país; planificar la actividad turística del país; elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico; promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades.

Con la finalidad de ordenar la actividad turística el Congreso Nacional, creó la Ley No 2002-97, Publicado en el Suplemento del Registro Oficial No. 733 de 27 de diciembre de 2002, que establece en varios artículos:

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir el siguiente objetivo: Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística.

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta Ley y a los reglamentos respectivos.

2.9.3.6 Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo

Este reglamento fue establecido mediante Decreto Ejecutivo No 11-86, y publicado en el

Registro Oficial 244 del 5 de enero de 2004, establece en el Título Tercero, Capítulo I, relacionado a la actividad turística en el Patrimonio de Áreas Protegidas:

Art. 64.- “De la coordinación interministerial.- En el ejercicio de sus competencias, los Ministerios de Turismo y del Ambiente, coordinarán sus actividades dentro del Patrimonio Nacional de Áreas Naturales Protegidas.

El Ministerio del Ambiente, sus Distritos Forestales y Direcciones de Parques Nacionales requerirán de la información y criterios previos del Ministerio de Turismo, en las actividades que tengan o pudieran tener impacto en el sector turístico.

Los mecanismos específicos de coordinación institucional entre el Ministerio del Ambiente y el Ministerio de Turismo, son aquellos establecidos en el reglamento especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas”.

La coordinación interministerial para las actividades turísticas dentro de áreas protegidas es clave para el establecimiento de políticas claras del desarrollo de actividades o proyectos turísticos que beneficien a una comunidad y organizaciones públicas o privadas.

2.9.3.7 Políticas de Gestión del SNAP (2007-2016)

A continuación las políticas con las que se rige la gestión del SNAP.

- **Políticas y Plan Estratégico del Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador 2007-2016**

A nivel nacional, el Ministerio de Ambiente desarrolló las “Políticas y Plan Estratégico del Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador 2007-2016”. Este documento rige para la planificación y manejo de áreas protegidas del Ecuador y establecen las políticas generales para el manejo del Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador.

El contenido del Plan Estratégico para el Sistema Nacional de Áreas Protegidas, SNAP (2007-2016), que integra conceptos importantes como participación ciudadana, manejo compartido, concesiones para la prestación de servicios, auto-financiamiento, valoración de servicios ambientales, actitud de servicio al cliente, entre otros, que empiezan a ser parte del proceso de la toma de decisiones en la gestión de las áreas protegidas.

a) Política de Gestión –Turismo

El turismo, como instrumento de gestión que contribuye a la conservación del Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas, se desarrollará con apego a los planes de manejo, en el marco de evaluaciones de impacto y con la participación de poblaciones locales, en la operación de sus actividades y en la distribución de sus beneficios.

La participación estratégica de la población local en los procesos de conservación de los recursos naturales, en cumplimiento del Plan de manejo, desarrollarán beneficios a corto y largo plazo en el marco de evaluaciones de impacto ambiental por actividades turísticas y/o concesiones a proyectos, en donde la opinión y el involucramiento de la comunidad será primordial para el seguimiento al cumplimiento de leyes que rigen dentro del SNAP.

b) Análisis Institucional de la Administración de las Áreas Protegidas

La responsabilidad de la rectoría del Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas se encuentra a cargo del MAE, que, regula y promueve la conservación y manejo de la biodiversidad y de las áreas protegidas en particular, por su función reguladora de los procesos ecológicos, los servicios ambientales que ofrecen a la sociedad y su aporte al desarrollo nacional. Así como también define las directrices y normativas generales en coordinación con los diferentes actores involucrados.

La administración y manejo de las diferentes unidades de conservación del SNAP, se realizarán de acuerdo con la categoría de manejo y sus objetivos de conservación es decir con sujeción al plan de manejo. La gestión del SNAP implementará los instrumentos necesarios para un efectivo manejo y administración, que contemple mecanismos de

transparencia de información y rendición de cuentas.

Conforme lo dispuesto en la Ley Forestal y de Áreas Naturales y Vida Silvestre, en el Art. 69, la planificación, manejo, desarrollo, administración, protección y control del patrimonio de áreas naturales del Estado, estará a cargo del Ministerio del Ambiente.

La utilización de sus productos y servicios se sujetará a los reglamentos y disposiciones administrativas pertinentes.

c) Gestión de Actividades Turísticas en Áreas Protegidas

El turismo, como instrumento de gestión que contribuye a la conservación del SNAP, se desarrollará con apego a los planes de manejo, en el marco de evaluaciones de impacto y con la participación de poblaciones locales, en la operación de sus actividades y en la distribución de sus beneficios.

El ejercicio de actividades turísticas en el Patrimonio Nacional de Áreas Protegidas deberá constar en los correspondientes Planes de Manejo con los que cada una de ellos deberá describir la capacidad de carga del área y la identificación de los sitios de visita. El componente de turismo del Plan de Manejo del Área deberá ser consultado con el Ministerio de Turismo.

2.9.3.8 Políticas Específicas del Parque Nacional Cayambe Coca Relacionadas al Turismo

- Fomentar el desarrollo del turismo sostenible en el área protegida, dentro del marco conceptual que caracteriza su manejo, minimizando el impacto ambiental negativo y asegurando que esta actividad beneficie a los pobladores locales.

- Promover la incorporación de las comunidades locales internas y aledañas en diferentes instancias de la gestión del área protegida, acordes a las realidades, situaciones y políticas particulares de cada una de estas comunidades.
- Promover el desarrollo de experiencias de manejo con la participación de usuarios de recursos en el interior del área protegida, con el objeto de desarrollar estrategias orientadas a compatibilizar la conservación de la biodiversidad con la atención a necesidades básicas de las ciudades vecinas.
- Incorporar a los diferentes sectores de la sociedad civil a favor del desarrollo del área protegida, involucrando al mayor número de actores institucionales y regionales.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

En el capítulo se describen el área de estudio, el diseño y tipo de investigación, procedimiento de investigación, actores de la investigación y las consideraciones bioéticas que la orientan.

3.1. Descripción del Área de Estudio

El Parque Nacional Cayambe-Coca se localiza al Norte del Ecuador, en la parte central y norte del ramal Oriental de la Cordillera de los Andes, entre las provincias de Imbabura, Pichincha, Napo y Sucumbíos con una extensión de 403.103 hectáreas y un rango altitudinal que va desde los 5.790 metros sobre el nivel del mar en la cumbre del nevado Cayambe hasta los 400 msnm en la zona del Río Aguarico cerca de Lumbaquí. La vía interoceánica Pifo-Papallacta recorre de oeste a este la vía E35, atravesando el área Protegida, desde la Comunidad de Peñas Blancas parroquia de Pifo hasta la Comunidad de Chalpi grande de la Parroquia Papallacta provincia de Napo, llegando hasta Mariano Acosta y San Francisco de Sigsipamba en la provincia de Imbabura.

El Proyecto se encuentra localizado al nororiente de la ciudad de Cayambe en el Parque Nacional Cayambe Coca – PNCC en el sector de la Laguna de San Marcos, donde presenta varios ecosistemas como Páramos, Bosque Andino y Humedales pertenecientes al bosque húmedo montano bajo.

Tabla 3.1. Ubicación del área de estudio

Provincia:	Pichincha-Sucumbíos
Cantón:	Cayambe-Gonzalo Pizarro
Parroquia:	Olmedo
Comunidades:	Pesillo, La Chimba
Sector	Laguna de San Marcos - PNCC

3.2. Diseño y Tipo de Investigación

La presente investigación es de alcance descriptivo. La información fue obtenida de fuentes documentales, como el PDOT del GAD Olmedo, el Plan de Manejo del Parque Nacional Cayambe Coca, como de los sujetos a los que se destina la investigación, dirigentes y pobladores.

Se trata de una investigación documental y de campo, donde se detalla las características in situ donde ocurren los hechos y se obtiene la información sin alterar las condiciones existentes de cada comunidad.

3.3. Procedimiento de Investigación

Para el cumplimiento de los objetivos de investigación planteados se realizó el siguiente procedimiento desarrollado por fases:

3.3.1 Fase I: Identificación de Atractivos Naturales y Culturales de la Laguna de San Marcos

Para el levantamiento de información se basó en la propuesta de Arroyo (2012), quien propone que el registro visual de lo que ocurre en una situación real, clasificado y consignando los datos de acuerdo con algún esquema previsto y de acuerdo al problema que se estudia. Para la obtención de información se realizó un trabajo *In situ* mediante la observación directa del sector de San Marcos, determinando los principales atractivos turísticos que existe en la zona.

De igual manera se realizaron 72 encuestas con un total de 14 preguntas, aplicando un muestreo no probabilístico a los dirigentes y pobladores de las comunidades de La Chimba y Pesillo, quienes por estar en una zona de intervención directa con el sector de San Marcos, conocen de primera mano los principales atractivos turísticos naturales y culturales, la percepción de los servicios turísticos que pueden ser potenciados para la

actividad ecoturística, ya sea con el involucramiento de los gobiernos seccionales o instituciones afines a la conservación.

Por otra parte se aplicó una ficha para el levantamiento de atractivos turísticos, actualizada por el Ministerio de Turismo del Ecuador - MINTUR 2017, en el sector de San Marcos, con los principales actores locales que intervienen en el proyecto. Por el cual se realizaron el siguiente procedimiento:

- **Elaboración del Inventario de Atractivos Turísticos**

Esta etapa comprende el levantamiento y registro de los atractivos turísticos en el sistema dispuesto por la autoridad nacional de turismo.

- a). **Levantamiento y registro de atractivos turísticos**

Comprendió la identificación, clasificación y levantamiento en territorio de objetos, lugares, acontecimientos, fenómenos y otros elementos de interés turístico que deben ser registrados en una ficha automatizada. Incluye la recopilación y verificación de datos secundarios. Se realizaron en tres pasos: a) Identificación y Clasificación de atractivos turísticos: se identificó los atractivos que estén registrados en la base de datos de cada uno de los Gobiernos Autónomos Descentralizados- GADs municipales y metropolitanos y añadir otros que estén generando visitación. Una vez identificados los atractivos turísticos, se estableció la categoría, tipo y subtipo al cual pertenece. Esta información se colocó de acuerdo a los descriptores e indicaciones especificadas en la Clasificación de Atractivos Turísticos; b) Levantamiento de Información Primaria: para el levantamiento de información primaria se utilizó una Ficha donde está establecido condiciones mínimas que debe tener un atractivo. La población objetivo está conformada por los dirigentes del GAD Olmedo, pobladores de las comunidades de Pesillo y La Chimba, c) Verificación con Información Secundaria: la verificación de toda la información levantada en territorio se la realizó en la oficina o puesto de trabajo regular apoyado en información oficial nacional, bibliografía existente y otras fuentes documentales (incluida la información de organismos

técnicos especializados). Esto permitió analizar y contrastar la información registrada y obtener datos con un mínimo de error.

Tabla 3.2 Población receptora

Población		Localización	Familias
Pobladores Pesillo	Comunidad	Olmedo, Cayambe, Ecuador	700
Pobladores La Chimba	Comunidad	Olmedo, Cayambe, Ecuador	300

3.3.2 Fase II. Jerarquización de los Atractivos Turísticos

Se aplicó la guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador propuesto por el Ministerio de Turismo del Ecuador del año 2017. Donde se establece lineamientos técnicos para la identificación, clasificación y valoración de los atractivos con mejores condiciones para el desarrollo del producto turístico que se persigue.

El procedimiento se desarrolla en dos etapas: Etapa I: Realización del inventario de atractivos turísticos: levantamiento, registro, jerarquización y espacialización de atractivos turísticos y la Etapa II: Generación de Espacios Turísticos: identificación de atractivos con potencial para la generación de productos turísticos, análisis geográfico y tipificación de espacios turísticos.

En esta fase se analizó los aspectos propuestos en la ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos en función de un conjunto de criterios diseñados para determinar las condiciones que presente el atractivo levantado y su valoración con base a una jerarquía.

Se consideró esta fase como clave debido a que mediante una calificación se permitirá identificar los atractivos que mejor condición presenten para el desarrollo de productos turísticos. A la vez diagnosticar el potencial que presente el atractivo levantado y sugerir acciones concretas para mejorar sus condiciones y coadyuvar a su desarrollo.

3.3.2.1 Definición de Criterios de Evaluación

Para evaluar al atractivo turístico se definió un conjunto de criterios relacionados con los atributos mínimos que deben tener un atractivo para desarrollarse en producto turístico. Estos criterios tienen sustento en los Índices de Competitividad Turística publicado por el Foro Económico Mundial.

- **Criterios Relacionados con el Índice de Competitividad Turística:**

- a) Accesibilidad y conectividad

- b) Planta turística /Servicios

- c) Estado de conservación e integración atractivo / entorno

- d) Higiene y seguridad turística

- e) Políticas y regulaciones

- f) Actividades que se practican (Opciones recreacionales)

- **Criterios relacionados con la demanda:**

- g) Difusión

- h) Registro de visitante y afluencia

- i) Recurso humano

3.3.2.2 Ponderación de Criterios

Con la finalidad de automatizar los resultados de la aplicación de los criterios se procedió a asignar un factor de ponderación. El factor de ponderación de cada criterio responde a la capacidad institucional, según competencias, de incidir sobre la mejora o manejo de los mismos.

La ponderación mayor se dio a los criterios que son competencia directa de otras carteras de Estado o Gobiernos Seccionales, mientras que la de menor ponderación son criterios que la autoridad nacional de turismo incide directamente.

A continuación se detalla la ponderación de criterios con base en la herramienta matriz de Holmes o matriz de priorización. La ponderación es la misma para atractivos naturales y culturales.

Tabla 3.3 Ponderación de criterios de Atractivos naturales y culturales

CRITERIOS DE VALORACIÓN		DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN
A	ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD	Hace referencia a las condiciones de accesibilidad al atractivo, ciudad o poblado más cercano, además de la existencia de vías de acceso, servicios de transporte y señalización.	18
B	PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS	Hace referencia a la existencia de servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, agencias de viaje, guía, transporte o movilización interna, facilidades turísticas y servicios complementarios a la actividad turística.	18
C	ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del atractivo y su entorno.	14
D	HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de servicios básicos, gestión ambiental, señalética, establecimientos de atención ciudadana en temas de salud, seguridad, comunicación y amenazas naturales.	14
E	POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la planificación territorial turística y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10
F	ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Actividades de agua, aire, tierra que se practican en atractivos naturales y actividades que se practican en atractivo culturales.	9
G	DIFUSIÓN, MEDIOS DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO	Hace referencia a la mención del atractivo en publicaciones en revistas especializadas nacionales o internacionales, así como páginas web, redes sociales, prensa, televisión, entre otros.	7
H	REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Hace referencia al registro visitantes realizado por el administrador del atractivo, temporalidad de visita, procedencia del visitante, frecuencia de visitantes.	5
I	RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al número de personas y nivel de instrucción académica del personal que labora en el atractivo.	5
TOTAL			100

Fuente: MINTUR 2004, 2017

3.3.2.3 Nomenclatura de Jerarquización

Después de haber levantado la información del atractivo, éste es puesto en valor numérico mismo que representa el puntaje alcanzado sobre 100 que se enmarca dentro de un nivel de jerarquía que va en una escala de I a IV como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 3.4 Rangos de jerarquización

RANGOS	JERARQUÍA
86 – 100	IV
61 – 85	III
36 – 60	II
11 – 35	I
0 – 10	Recurso

Fuente: MINTUR 2004, 2017

Las jerarquías corresponden a un proceso de revisión de los criterios propuestos por la OEA en la Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos del MINTUR 2004 y adaptado a los criterios del Índice de Competitividad Turística conforme se resume en el Tabla 6.

Para los niveles de jerarquía se ha considerado los siguientes aspectos:

- Las jerarquías pueden asignarse tanto a los atractivos en oferta real, como a los que no están en operación. El primer caso, corresponde a aquellos atractivos que están recibiendo flujos de turismo cuantificables como demanda efectiva. En el segundo caso, se trata de atractivos con atributos constatables y demanda potencial pero que, debido a la carencia de infraestructuras o facilidades, no han sido puestos en valor para el turismo.
- Para la jerarquización la demanda ha sido considerada en su forma más genérica, como receptora, interna y local teniendo en cuenta el tipo de visitantes (nacional y extranjero).
- Aquellos atractivos que no alcancen la calificación mínima serán considerados como “recurso turístico”.

Tabla 3.5 Descripción de Jerarquías

JERARQUÍA	DESCRIPCIÓN
Jerarquía IV	Atractivo excepcional y de alta significación para el mercado turístico internacional capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial) y presenta las condiciones óptimas para el desarrollo de productos turísticos enfocado al mercado internacional.
Jerarquía III	Atractivo con rasgos excepcionales capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros. y presenta las condiciones óptimas para el desarrollo de productos turísticos enfocado al mercado nacional e internacionales.
Jerarquía II	Atractivo con algún rasgo llamativo que presente condiciones básicas para la generación de productos turísticos capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas nacionales.
Jerarquía I	Atractivo que presenta condiciones mínimas para generar productos, como elementos que complementen a otros de mayor jerarquía.
Recurso	Es un elemento natural o cultural que pueden motivar el desplazamiento, pero no se encuentran todavía incorporados en la dinámica turística, ni cuenta con ningún tipo de infraestructura de apoyo.

Fuente: MINTUR 2004, 2017

3.3.3 Fase III. Socialización de los Atractivos Turísticos a los Dirigentes de las Comunidades de Pesillo, La Chima y GAD Olmedo

Se realizaron reuniones frecuentes con el personal técnico del GAD Olmedo para la recopilación de información verás de los principales atractivos turísticos de la Parroquia y en especial en el sector de San Marcos. De igual manera se mantuvo reuniones de socialización con los dirigentes de las comunidades de Pesillo, La Chimba y Olmedo, en donde se dieron a conocer los alcances de la propuesta y las principales acciones que deben tomarse para empoderarse de dicho proyecto para beneficio de sus comunidades. Así mismo se recabó valiosa información sobre los saberes naturales y culturales del sector de San Marcos para potenciar el turismo y crear una demanda turística del sector y beneficiar a la población aledaña.

3.3.4 Fase IV. Diseño de un producto ecoturístico para las comunidades de Pesillo y La Chimba.

Según Pérez J. y Merino M., (2015) es un objeto que se crea mediante un cierto proceso de fabricación. Puede tratarse de algo construido a mano o con el uso de máquinas: por lo general, el productor tiene el objetivo de comercializar sus creaciones en el mercado. Es así que no se refiere a un producto en el sentido material, sino que abarca tanto a los bienes físicos como a los servicios que caracterizan a un destino específico y que forman parte de la experiencia que vive un turista en el lugar, sea este intangible como no intangible.

En la presente investigación se presenta un producto tangible como es la Laguna de San Marcos que está dentro de un Área protegida y la cual brinda bondades de atractivo paisajístico predominante en la naturaleza, acompañado de un biodiversidad rica en especies de flora y fauna únicas del sector que pueden ser potencializadas para que el visitante se adentre en disfrutar de la naturaleza. Todo esto acompañado con el impulso de las comunidades que ofrezcan dicho producto para crear fuentes de ingresos económicos y viabilice el turismo en el sector.

La Metodología que se utilizó fue la propuesta por Esther Lidia Machado y Janeth Hernández del año 2007, establece que para el diseño de un producto hay que realizar 6 fases las cuales son: Primera Etapa: Búsqueda y análisis de la información: Análisis de la situación de las demandas del mercado y las tendencias futuras, Análisis de la competencia e Inventario de recursos. Segunda etapa: Diseño del producto: Concepción de nuevas ideas y su selección, Definiendo los atributos y concepto del nuevo producto, Despliegue de clientes y sus requerimientos, Análisis de los requerimientos y los atributos, Diseño del producto, Definición de Estrategias. Tercera Etapa: Definición de precios: Cotizaciones, Fijación del precio, Definición de estrategias. Cuarta Etapa: Posicionamiento: Definición de la estrategia de posicionamiento. Quinta Etapa: Definición del canal de distribución: Selección del canal y por último la Sexta Etapa: Retroalimentación en donde se realizará un sistema de encuesta en que se obtenga la satisfacción del cliente y las principales

sugerencias del cliente final, de forma tal que el producto se encuentre permanentemente en un estado de retroalimentación.

3.3.4.1 Diseño del Producto Ecoturístico y Marketing Mix

- **Producto.-** Para el diseño de un producto se debe definir cuál es el recurso o atractivo turístico que se va a brindar y estudiar cual segmento de mercado se va a dirigir, como también definir el nombre, itinerario, los servicios que se brindaran y los procesos del producto.
- **Precio.-** Para la definición del precio se realizó cotizaciones de diferentes proveedores que intervendrán en el desarrollo del producto, a fin de establecer los costos del mismo. Una vez determinado el costo se implantarán los índices de los beneficios que tendrá las comunidades o el GAD de Olmedo por el servicio que se va a brindar. Para la definición de precio del producto se utilizó las técnicas, métodos y herramientas como: criterio de expertos de agencias de viajes, consulta a especialista, revisión de documentos.
- **Plaza.-** Se realizó un análisis de los Centros de Turismo Comunitario - CTC y Tour operadores que operan en mercados seleccionados. Luego se realizó en cada mercado el estudio y levantamiento de los principales CTC y tour operadores que trabajan en cada uno de los mercados. Para el cumplimiento de esta fase se debe de tomar en cuenta las técnicas, métodos y herramientas como: criterio de expertos en agencias de viajes, consulta a especialista y revisión de documentos.

Mediante la comercialización del producto se pretende identificar los diversos sectores de mercados interesados, para lo cual se implementará canales de distribución que contribuyan a promocionar la oferta turística incrementando la demanda en el sector. Cabe mencionar que el sector público cumple una tarea muy imprescindible en la comercialización ya que realizando publicidad da a conocer a los futuros clientes todo acerca de la oferta e incentiva a su consumo. Las técnicas, métodos y herramientas que

se usaron en esta fase son: Criterio de expertos de agencia de viajes, consulta a especialista y revisión de documentos.

- **Promoción.-** La publicidad es un método de comunicación comercial, su objetivo es impulsar a consumir lo que se está ofertando, pues bien para la elaboración de esta fase el producto a ofertar se promocionaría por los medios de comunicación escrita y hablada, como también el diseño de folletos, posters, trípticos etc. Las técnicas, métodos y herramientas que se utilizaron son: Consulta a especialista, revisión de documentos y lluvia de ideas.
- **Retroalimentación.-** Cuando se haya terminado con las dos fases se procederá a realizar la fase de retroalimentación la cual se refiere a controlar las actividades realizadas antes durante y después de brindar el servicio ecoturístico planificado, para después corregir y optimizar las áreas donde hubo falencias y mejorar así los servicios prestados. Para cumplir con esta última fase se realizarán fichas de quejas y sugerencias, encuestas dirigida hacia los turistas acerca de la calidad del producto y los servicios brindados, elaboración de una matriz con indicadores de control de calidad del producto y servicios, creación de fichas ambientales para medir el impacto que genera la actividad turística en la zona. Las técnicas que se tomaran en cuenta en esta fase son: consulta de especialistas, trabajo de campo y los métodos a implementar son: deductivo y analítico.

3.4 Actores de la Investigación

Para definir los actores claves en el proceso se han realizado acercamientos con el Gobierno Autónomo Descentralizado GAD de Olmedo, Dirigentes Comunidad de Pesillo, Dirigentes Comunidad La Chimba y el MAE identificando las organizaciones o instituciones que por competencias tienen un rol político – directivo, ejecutivo - de gestión, operativo o asesor en la propuesta de gestión. Acorde a Tapella (2007) los actores claves se han clasificado en organizaciones sociales, instituciones públicas, actores individuales y empresa privada.

Los actores identificados han sido partícipes del taller realizado, también se han generado acercamientos con las organizaciones e instituciones para conocer sus intereses de involucramiento en el proceso del proyecto. Los actores identificados son: Instituciones públicas: GAD Parroquial de Olmedo, GADIP Municipal de Cayambe, Dirigentes Comunidad de Pesillo, Dirigentes Comunidad de La Chimba, Ministerio de Ambiente (MAE), Parque Nacional Cayambe Coca (PNCC), Ministerio de Turismo (MINTUR), Ministerio de Cultura. Actores individuales: Guías locales del PNCC y Turistas

3.5 Consideraciones Bioéticas

La investigación se desarrolló considerando los principios bioéticos de beneficencia, no maleficencia e independencia, el trabajo investigativo se llevó a cabo con la autorización explícita de los autoridades del Parque Nacional Cayambe Coca, de los Dirigentes del GAD Olmedo y pobladores de las comunidades de La Chimba y Pesillo (Anexo 3).

A los sujetos participantes de la investigación, se les informó de forma oral, e in situ, de los aspectos más relevantes de la investigación: objetivos, alcances, procedimientos, importancia de la participación, tiempo de duración, leyes, códigos y normas que lo amparan, carácter voluntario en la participación, y beneficios social económico y cultural. Asimismo, se tramitaron todos los permisos respectivos para tener acceso al Área Protegida y a las comunidades y se respetó el anonimato de los involucrados.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.2. Caracterización del Área de Estudio

Dentro del Plan de manejo del Parque Nacional Cayambe Coca el sector de San Marcos esta denominado como *zona de uso público*, dando así un criterio de manejo al ecoturismo como parte de un componente esencial para fomentar las prácticas turísticas dentro de Áreas Protegidas y potenciarlas con la ayuda de las comunidades y gobiernos locales de la región.

En el Plan de Manejo del PNCC lo definió como espacios naturales que contienen rasgos de gran interés paisajístico, bióticos o históricos que por sus condiciones de accesibilidad y atractividad permiten el acceso de visitantes del parque de forma individual o colectiva.

En estas zonas tienen potencial para usos educativos y de investigación, considerando que su desarrollo está motivado para generar y mejorar el conocimiento del valor del área, y construir apoyo a la conservación por parte de los visitantes y público en general.

4.1.1 Ubicación General del Proyecto.

Tabla 4.1. Ubicación general del proyecto

Provincias:	Pichincha-Sucumbíos
Cantón:	Cayambe-Gonzalo Pizarro
Parroquia:	Olmedo
Comunidades:	Pesillo, La Chimba
Sector	Laguna de San Marcos - PNCC
Coordenadas	837825 E; 10013543 N

La Laguna de San Marcos está dentro del Parque Nacional Cayambe Coca y justamente encuentra entre las dos provincias detalladas anteriormente.

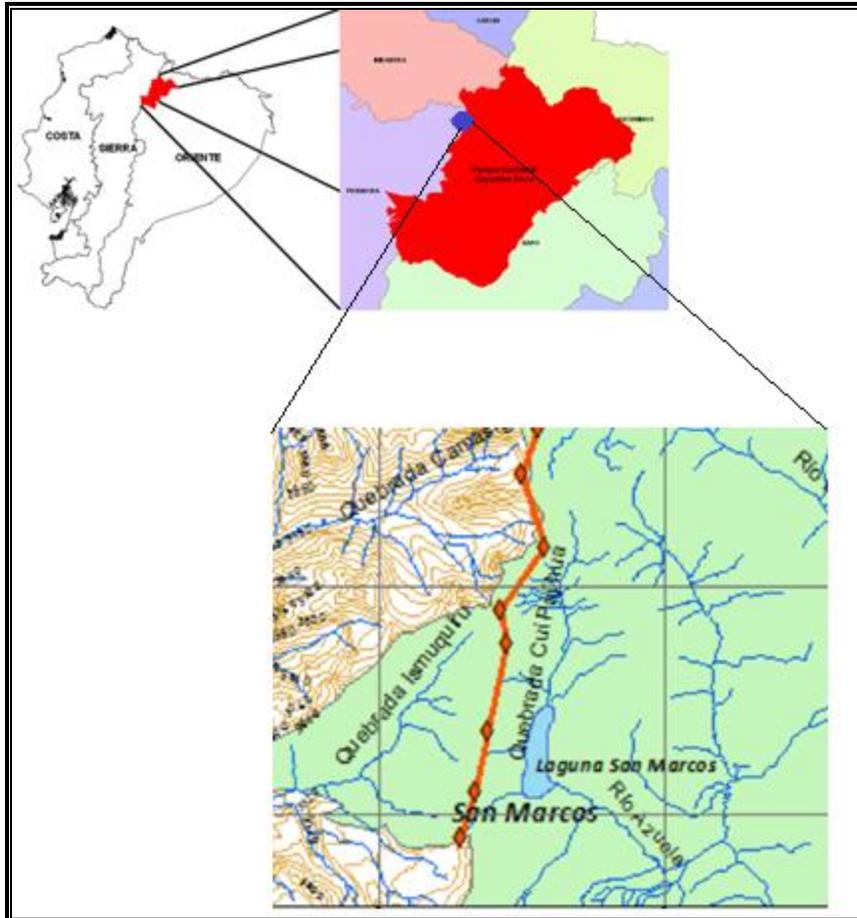


Figura 4.1. Ubicación Sector San Marcos – PNCC
Fuente: Arcgis, Noviembre 2017

4.1.2 Componente Abiótico

Los componentes abióticos se detallan a continuación:

4.1.2.1 Geología

De acuerdo a lo descrito en la carta geológica de Mariano Acosta, el área de estudio presenta las siguientes formaciones geológicas:

- **Volcánicos del Cayambe (Qy Pleistoceno)**

Estos depósitos son producto del volcán Cayambe, se extienden en dirección SW-NE, desde el volcán Cayambe hasta el margen del río Azuela en la confluencia con el río San Jerónimo, están constituidas por lavas, brechas volcánicas, aglomerados y piroclastos. Las lavas se presentan como rocas compactas, grano medio, textura porfirítica, constituida por plagioclasa, augita, hiperstena, en una matriz de andesita con poco vidrio volcánico, predominan las andesitas piroxénicas, las brechas volcánicas están constituidas de fragmentos de andesitas, diámetro centimétrico. Los aglomerados están constituidos de cantos y bloques de andesitas, sub angulosos a sub redondeados con matriz limo-arcillosa, los piroclastos están representados por un manto de fragmentos de pómez, color blanco amarillentos, se encuentran intercalados con cangahua

- **Depósitos Glaciales (dg Holoceno)**

Son depósitos acarreados por los glaciares a causa de la fusión de los hielos, la evidencia mayor es la laguna de San Marcos, posiblemente debe su origen a grandes bloques que descendieron del Cayambe.

4.1.2.2 Clima

Después de realizar el mapa bioclimático de la zona de estudio, según la clasificación de bioclimas del Ecuador, se determinaron cuatro tipos de bioclimas: Frío súper húmedo, Frío húmedo, Subtemperado Húmedo, Subtemperado Sub-húmedo, explicado en la siguiente tabla:

Tabla 4.2 Tipos de bioclimas

BIOCLIMA	SIMBOLO	HECTÁREAS	PORCENTAJE
Frío súper húmedo	F - ph	45,32	3,2
Frío húmedo	F - h	10,02	0,7
Subtemperado Húmedo	ST - h	93,39	6,5
Subtemperado Sub-húmedo	ST - sh	1284	89,6

TOTAL 1432,73 100

Fuente: Plan de Manejo PNCC-Tesis Pantoja V.

4.1.2.3 Pendientes

El mayor porcentaje está cubierto por áreas planas que son muy notorias al noroeste, pero es muy importante describir los porcentajes de áreas de acuerdo a las microcuencas, debido a que la pendiente es uno de los factores que ayuda a determinar la vocación de la microcuenca. De acuerdo a los rangos de pendientes fueron clasificados en cuatro clases:

Tabla 4.3 Tipos de relieve

PENDIENTES	RELIEVE	HECTÁREAS	PORCENTAJE
1	Plano	793,49	55,79
2	Ligeramente ondulado	574,06	40,36
3	Ondulado	51,71	3,63
4	Montañoso	13,47	0,19
	TOTAL	1432,73	100

Fuente: Plan de Manejo PNCC-Tesis Pantoja V.

4.1.2.4 Hidrología

La red hidrográfica de la cuenca de la Laguna de San Marcos está dentro de la cuenca del Río Napo, subcuenca del Río Coca y las microcuencas de los Ríos Azuela, Río San Pedro, Río Quilpajugua, Río Boquerón, Río Arturo y Río Quebradillas, respectivamente. Con una superficie aproximada de 1433 hectáreas.

- **Patrón de drenaje:**

Las características de los diferentes patrones de drenaje ayudan a determinar el comportamiento morfoestructural, las formas de denudación de las rocas, es decir el patrón de drenaje es el indicador de los cambios que ha sufrido esas áreas, esa sí que para la Laguna de San Marcos se tiene:

a). Drenaje centrípeto.- Donde las aguas de las microcuencas aportan hacia el centro alimentando a la Laguna de San Marcos, las misma que según el grado de deterioro aportan una mayor o menor cantidad de sedimentos.

4.1.3 Componente Biótico

Dentro del componente biótico tenemos la cobertura vegetal, flora y fauna representativas de San Marcos.

4.1.3.1 Cobertura Vegetal

La cobertura vegetal natural es la predominante dentro de San Marcos con una superficie de 1364,26 hectáreas. Siendo las más principales el bosque siempreverde montano alto y el páramo herbáceo de pajonal y almohadillas.

Dentro del sector de la Laguna de San Marcos se encuentran cuatro tipos de vegetación:

Tabla 4.4 Cobertura Vegetal

COBERTURA VEGETAL	SIMBOLO	HECTÁREAS	PORCENTAJE
Bosque siempre verde	Bma	285,67	20,94
Vegetación arbustiva	Va	310,1	22,73
Páramo arbustivo	Pa	237,20	17,39
Páramo herbáceo	Ppa	531,29	38,94
	TOTAL	1432,73	100

Fuente: Plan de Manejo PNCC

4.1.3.2 Flora

En la zona de estudio se tiene la presencia de 81 especies, siendo tres de ellas acuáticas dentro de la Laguna de San Marcos

- **Plantas Acuáticas en la Laguna de San Marcos**

Dentro de las plantas acuáticas principales que se encuentran en la Laguna de San Marcos tenemos:

Tabla 4.5 Plantas acuáticas

NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN
<i>Elodea mathewsii</i> (Planch) H. St. John	Peste de agua
<i>Myriophyllum quitense</i> Kunth	Aguasana
<i>Potamogeton illinoensis</i> Morong	Pequeña mancha verde

Fuente: Plan de Manejo PNCC y Tesis Pantoja V.

- **Plantas de Páramo Arbustivo de San Marcos**

Las plantas más representativas en el páramo arbustivo de San Marcos tenemos:

Tabla 4.6 Plantas arbustivas

NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN
<i>Lycopodium jussiaei</i>	Licopodio
<i>Buddleja pichinchensis</i>	Quishuar
<i>Vaccinium meridionale</i>	Mortiño
<i>Equisetum arvense</i>	Cola de caballo
<i>Valeriana microphylla</i>	Valeriana
<i>Puya hamata</i>	Achupalla
<i>Baccharis arbutifolia</i>	Chilco de páramo
<i>Chuquirahua jussieui</i>	Chuquirahua
<i>Diplostephium ericoides</i>	Romerillo
<i>Diplostephyum rupestre</i>	Algodón de páramo
<i>Gynoxys fuliginosa</i>	Yagual
<i>Hypochaeris sessiliflora</i> Kunth	Roseta de páramo
<i>Lasiocephalus ovatus</i>	Arquitecta
<i>Loricaria antisanensis</i> cuatrec	Pata de gallo
<i>Monticalia vaccinioides</i>	Contra yerba

<i>Greigia vulcanica andré</i>	Piñuelo
<i>Carex lemanniana boot</i>	Siggze
<i>Ceratostema alatum</i>	Pico de loro
<i>Lupinus pubescens benth</i>	Sacha chocho
<i>Gunnera magellanica</i>	Orejuela
<i>Clinopodium nubigenum</i>	Sunfo
<i>Tristerix longebracteatus</i>	Mata palo
<i>Brachyotum ledifolium</i>	Zarcilejo
<i>Agrostis foliata</i>	Paja
<i>Clalceolaria nivalis</i>	Zapatito de venus

4.1.3.3 Fauna

A continuación se detallan las siguientes especies:

Tabla 4.7 Fauna

GRUPO TAXONÓMICO	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN
PECES	<i>Oncorhynchus mykiss</i>	Trucha arcoiris
ANFIBIOS	<i>Eleutherodactylus sp,</i> <i>Gastrotheca riobambae</i>	Coqui Rana marsupial andina
AVES	<i>Tharupidae,,</i> <i>Furnaiidae,</i> <i>Podicipedidae,</i> <i>Anhingidae,</i> <i>Rallidae,</i> <i>Laridae,</i> <i>Picidae,</i> <i>Tinamidae,</i> <i>Turdidae</i> <i>Vultur gryphus</i>	Cigua amarilla, Trepatroncos, Zambullidor Pájaro serpiente Gallareta Gigante Gaviota austral Carpintero Garcita Tordo Cóndor andino
MAMIFEROS	<i>Tremarctos ornatus,</i> <i>Tapirus pinchaque</i>	Oso andino Tapir andino

<i>Pudu mephistophiles</i>	Venado pequeño
<i>Odocoileus peruvianus</i>	Venado cola blanca

Fuente: Plan de Manejo PNCC

4.1.4 Componente Socioeconómico

Dentro del Área de influencia se encuentra la presencia del Proyecto de Riego Cayambe – Pedro Moncayo en su fase final, quien proveerá de agua para consumo humano y riego para varias comunidades hasta el cantón Pedro Moncayo. Debido a esto el PNCC está llevando a cabo un monitoreo diario de los posibles impactos que se generan protegiendo los principales fuentes de biodiversidad como el espejo de agua, flora y fauna del sector, para que una vez que culminen los trabajos se haga la remediación ambiental y el sector esté hábil para las prácticas de turismo ecológico. Igualmente tenemos la presencia en la zona de amortiguamiento se encuentra la población de la parroquia Olmedo con 6772 habitantes (PDOT Olmedo 2015). La población económicamente activa está ocupada en actividades agrícolas, ganaderas, silvicultura, caza y pesca.

4.1.5 Grupos Étnicos

De acuerdo a la información del censo 2010, Olmedo tiene los siguientes datos: Una población con nacionalidad (prevalente): Kayambi, Kichwa de la sierra, Andoa, Otavalo, Kitukara y Karanki, en la parroquia no se ha establecido una organización y/o asentamientos definidos de población por nacionalidad. La población mayoritaria es Kayambi la cual como hemos visto en este estudio es la que se encuentra organizada en diferentes tejidos sociales.

Entre la población indígena y mestiza suman el 98% de la población, siendo la mayoría población indígena, la misma que se encuentran localizadas en las zonas rurales de la parroquia. Es importante destacar que en esta zona encontramos varios personajes que en su tiempo lucharon por los derechos y la igualdad de los indígenas. (PDOT Olmedo 2015).

4.1.6 Tradiciones y Festividades

En las comunidades cercanas y en la parroquia de Olmedo cerca del sector de San Marcos existen dos eventos que cada año atrae a un sinnúmero de visitantes como es las festividades en honor a San Juan Celebrada en el mes de Junio. Los pueblos ancestrales celebraban la fiesta al sol pero luego de la conquista española se la impuso como fiesta de San Juan, en estas fiestas podemos ver diablumas, aruchicos, chinas que bailan y danzan alegremente, toros populares, banda de pueblo, igualmente es celebrada en la comunidad Pesillo. La segunda festividad se celebran las octavas en el mes de agosto con bailes tradicionales, toros populares en las comunidades de: La Chimba, San Pablo Urco, Muyurku, Santa Ana, Turucucho.

4.2 Identificación de Atractivos Turísticos Naturales y Culturales de la Laguna San Marcos

Para el levantamiento de la información se realizaron encuestas y la aplicación de una matriz de atractivos turísticos propuesta por el MINTUR 2017. A continuación se detalla los resultados obtenidos.

4.2.1 Percepción de la Población

Para conocer la opinión del atractivo Laguna de San Marcos fue necesaria la aplicación de encuestas para permitir la comprensión y estudio de los diferentes segmentos de pobladores que visitan este atractivo con el fin de realizar un diagnóstico de la actividad turística, para así diseñar un producto que esté acorde a sus necesidades.

En base a los datos obtenidos en las encuestas y en la ficha para el levantamiento de atractivos turísticos elaboradas según la metodología del MINTUR octubre (2015) se tienen los siguientes resultados:

- **Atractivos Turísticos más Relevantes de San Marcos.**

El 92% de encuestados consideran que la Laguna de San Marcos es el principal atractivo del sector, seguido de los ríos, bosque y aves respectivamente. Esto hace referencia que, la mayoría de personas conocen de este atractivo.

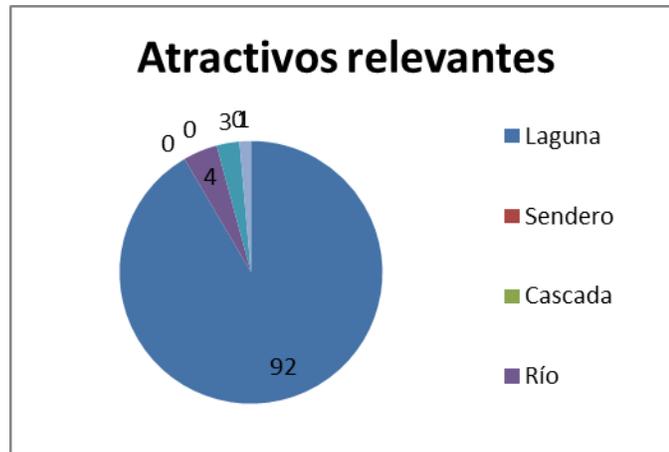


Figura 4.2 Porcentaje de atractivos mas relevantes en san marcos

La percepción de la población hace referencia que dentro de la zona existen otros atractivos como son el Río Azuela en donde se puede practicar la pesca deportiva y observación de flora y fauna.

- **Atractivos Culturales de San Marcos**

Un 7% de los encuestados en su mayoría personas de edades avanzadas, conocen que se hayan realizado prácticas culturales en San Marcos y entre ellas estan las prácticas de ritos con shamanes, ritos para atraer la lluvia y el principal es la cosecha anual de mortiños.



Figura 4.3 Atractivos culturales ligados a la Laguna de San Marcos

Existe un alto porcentaje de personas que no conocen o saben de atractivos culturales practicados en la zona de San Marcos, lo que señala que existe una escases de prácticas tradicionales en el sector.

- **Potencial Turístico:**

Existe un porcentaje muy alto, el 90% de entre los pobladores encuestados, que consideran que el sector de la Laguna de San Marcos tiene alto potencial para convertirse en un referente ecoturístico a nivel cantonal y nacional.

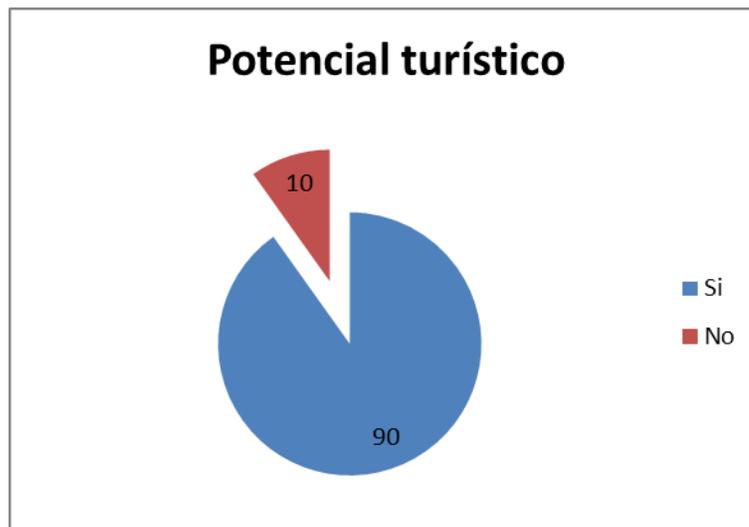


Figura 4.4 Percepción de San Marcos para convertirse en potencial turístico

El desinterés de algunos pobladores y comunidades adyacentes para el emprendimiento de proyectos ecoturísticos hace referencia exclusiva a la falta de información sobre este tipo de iniciativas.

- **Visitas de las Comunidades a San Marcos**

El 42% de los encuestados manifestaron que han visitado la Laguna en reiteradas veces; más de 5 días y existe un 25% de personas que no han visitado el sitio, lo cual fue sorprendente por su cercanía al sitio.

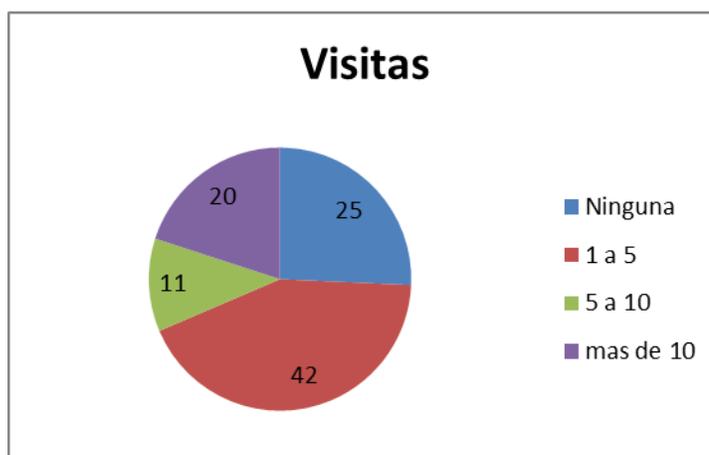


Figura 4.5 Número de días de visitas de los comuneros al sector de San Marcos

- **Beneficios de la Implementación de un Producto Ecoturístico.**

El 90% y 77% de los encuestados están de acuerdo en que sería un importante beneficio económico la implementación un producto turístico en San Marcos para el crecimiento de nuevas oportunidades de fuente de trabajo y desarrollo social en la zona.

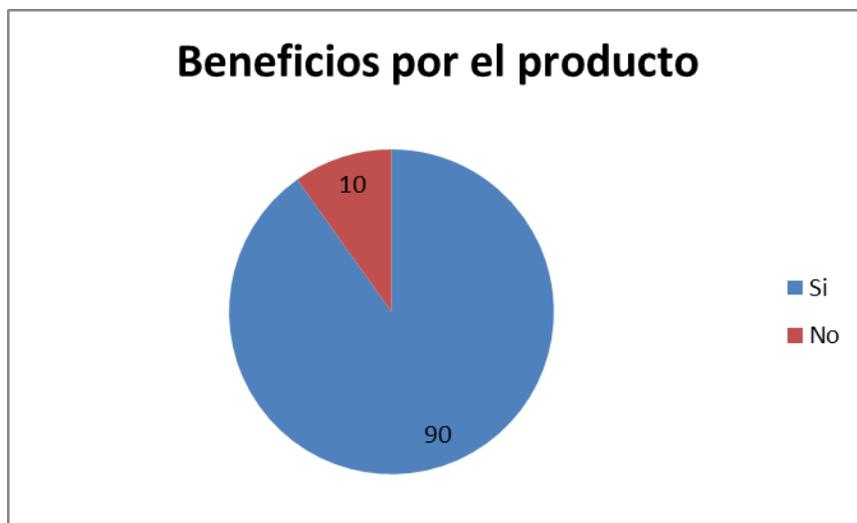


Figura 4.6 Opinión de la población

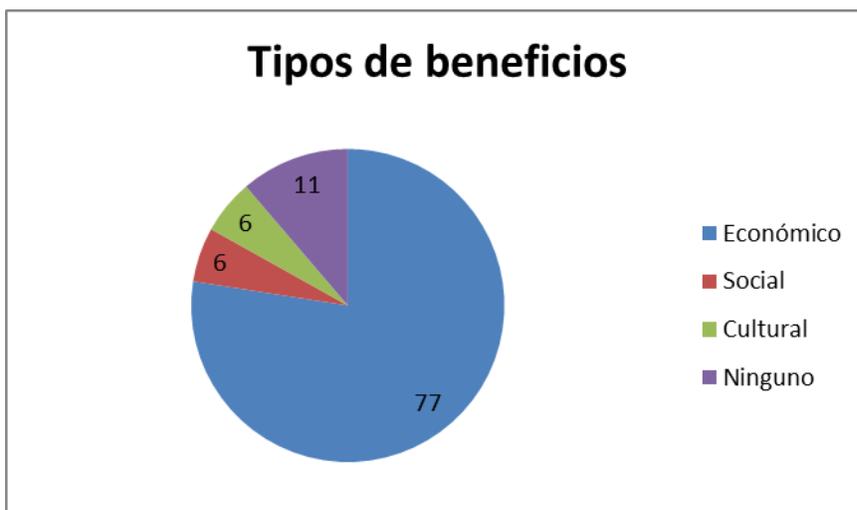


Figura 4.7 Tipos de beneficio

Uno de los objetivos principales para realizar este tipo de iniciativas es que las comunidades se involucren de forma desinteresada en la práctica de turismo comunitario como eje transversal para aumentar la economía local.

- **Información de Facilidades Turísticas**

En la figura presentamos cinco valores de rangos de calificación de las facilidades turísticas en el sector de San Marcos; siendo 1 el valor mínimo y 5 el valor máximo. Concluyendo que existe gran porcentaje de personas encuestadas que concuerdan que si

existe zonas de camping seleccionadas para esa actividad, seguido de la atención al cliente con un valor de 5 y 4 respectivamente, mientras que las demás facilidades concuerdan que existe una absoluta deficiencia y que la implementación de cada uno de ellos es necesarios para potenciar turísticamente el sector.

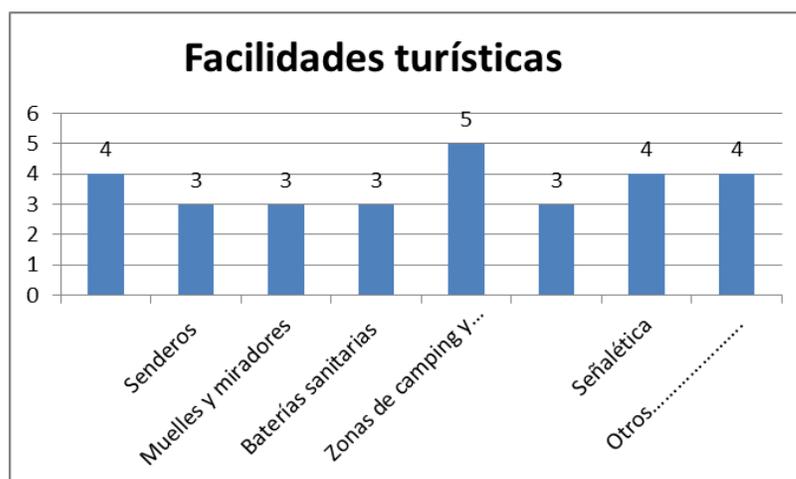


Figura 4.8 Valor mínimo y máximo de facilidades turísticas en San Marcos.

- **Actividades Ecoturísticas en el Sector de San Marcos:**

Como de explicó en el figura anterior se calificaron por rangos de valores mínimos y máximos para la práctica de actividades ecoturísticas en la zona. Teniendo como principal la actividad de turismo de aventura seguido el disfrutar de la naturaleza y cultura en el sector de San Marcos.



Figura 4.9 Rangos de prácticas de actividades ecoturísticas en San Marcos

- **Servicios Turísticos en la Laguna de San Marcos:**

Un buen porcentaje de encuestados coinciden en calificar con un rango máximo de 4 a la existencia de servicios de guianza comunitaria en la zona y un valor mínimo de 2 a la falta de infraestructura turística y más servicios turísticos deficientes en el sector de San Marcos.



Figura 4.10 Porcentaje de percepción servicios turísticos

Una de las grandes deficiencias para el desarrollo de proyectos ecoturísticos es la falta de infraestructura la cual es de suma importancia para la formación de canales de comunicación entre el visitante y las comunidades que quieren brindar productos elaborados en la zona y que de alguna manera ayudarían a promocionarse con emprendimientos ecoturísticos locales.

- **Pago por Servicios Turísticos dentro de San Marcos.**

En la figura presentamos un porcentaje de personas el 43% que están de acuerdo en que el ingreso a las Áreas Protegidas sea pagado, siempre y cuando el dinero sea retribuido para beneficio de la conservación de biodiversidad de la zona y la implementación de infraestructura turística que ayude a potenciar el sector.

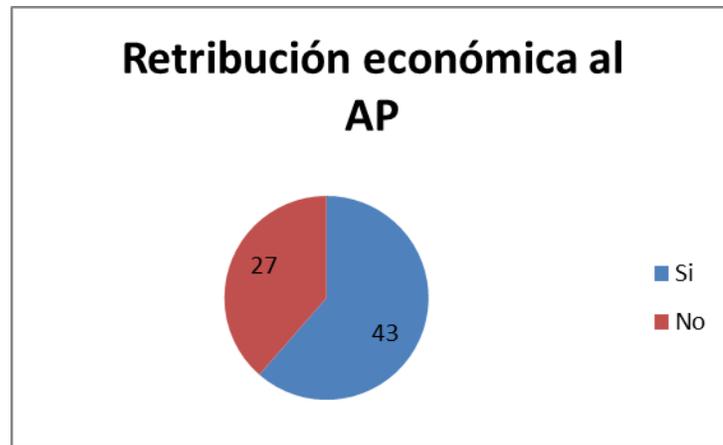


Figura 4.11 Percepción por pago de servicios turísticos para retribución al Área Protegida

- **Involucramiento de los gobiernos seccionales para potenciar ecoturísticamente el sector de San Marcos.**

Existe un 52% de la población que coinciden en las tres últimas preguntas; que tanto los gobiernos seccionales, locales y afines se empoderen de este tipo de iniciativas ya que, la falta de financiamiento y la difusión del mismo, hace que este rincón rico en biodiversidad y belleza paisajística sea olvidado para potenciarlo de manera sustentable y que beneficie en el campo social, económico y cultural a las comunidades de la zona como una alternativa de turismo responsable.



Figura 4.12 Percepción de las comunidades en involucrar a los GADs locales para potenciar las actividad turísticas de San Marcos

4.2.2 Inventario de Atractivos Turísticos

En base a los datos obtenidos en la ficha de levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos elaborados según la metodología del MINTUR (oct/2017) y la información bibliográfica del Parque Nacional Cayambe Coca y del PDOT del GAD de Olmedo se identificaron los siguientes atractivos turísticos:

4.2.2.1 Laguna de San Marcos.



Figura 4.13 Laguna San Marcos

Los resultados aplicando la matriz del MINTUR fueron; Código del atractivo: 170253AN030203001, Categoría: Sitio Natural, Tipo: Ambiente Lacustre, Subtipo: Laguna (Ver anexo2)

- **Ubicación geográfica**

La Laguna se San Marcos se encuentran localiza en las siguientes coordenadas UTM: 837825 E y 10015803 N, se ubica en el límite provincial de Pichincha y Sucumbíos en la ladera noreste del volcán Cayambe a 3430 m.s.n.m.

- **Accesibilidad y conectividad al atractivo**

Desde la parroquia Olmedo se ubica a 16 Km de distancia y un tiempo estimado de 45 minutos hacia la laguna dirección sureste.

- **Planta Turística y complementarios**

En el sector de San Marcos no existe una planta turística como tal, pero en las poblaciones aledañas como La Chimba y Pesillo existen establecimientos encargados para el alojamiento o casa de huéspedes, capaces de albergar a 20 personas con tres habitaciones para su uso. De igual manera cuentan con guías comunitarios que pueden ayudar en el transporte y servicio de guianza al sector.

- **Servicios de comunicación de uso público**

En la Parroquia de Olmedo y comunidades de Pesillo y la Chimba existe servicio de señal telefónica móvil y fija. El GAD Olmedo cuenta con un Plan de desarrollo Turístico Territorial, articulado dentro de la planificación turística del PDOT.

- **Atractivos naturales**

Las Principales actividades son: Laguna San Marcos, Observación de flora y fauna, Fotografía, Actividades recreativas (pesca deportiva), Camping, Caminata.

- **Atractivos culturales**

Entre ellas tenemos: Recorridos guiados (Cosecha de mortiños), Medicina ancestral, Participación de celebraciones o fiestas entorno a la laguna.

- **Caracterización del sector**

La Laguna de San Marcos es de origen glaciar, de agua dulce y oligotrófica, Es alimentada por varios ríos y los deshielos del volcán Cayambe. La Laguna se encuentra rodeada de montañas con vegetación arbustiva y predominancia de pajonal típico andino

- **Componente del atractivo**

- a. **Fauna**, en la Laguna habitan varias especies de patos como *Anas andinum* (*pato paramuno*), a más de una gran población de truchas. En sus alrededores encontramos el oso de anteojos, tapir andino, venado enano. Especies que son representativas del Área Protegida.
- b. **Flora**, se encuentra poblada por *Myriophyllum quitense* (*aguasana*) *Potamogeton illinoensis* (*pequeña macha verde*) y *Eloiön dea mathewsii* (*peste de agua*)

4.3 Jerarquización de Atractivos Turísticos

Una vez concluida la I Fase de levantamiento y registro de atractivos turísticos con la identificación e clasificación de atractivos turísticos, información primaria y secundaria, llegamos a la Fase II que es la ponderación y Jerarquización del atractivo turístico.

En esta fase se analizó los aspectos propuestos en la ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos en función de un conjunto de criterios diseñados para determinar las condiciones que presente el atractivo levantado y su valoración con base a una jerarquía.

4.3.1 Ponderación de Criterios

Para automatizar los resultados se procedió a asignar un factor de ponderación que responde a la capacidad institucional, según competencias, de incidir sobre la mejora o manejo de los mismos. La ponderación mayor son competencias directas de otras carteras de Estado o gobiernos seccionales, mientras que la de menor ponderación son criterios que la autoridad nacional incida directamente. (MINTUR 2015)

Después de haber levantado la información del atractivo, éste es puesto en valor numérico mismo que representa el puntaje alcanzado sobre 100 que se enmarca dentro de un nivel de jerarquía que va en una escala de I a IV como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 4.8 Rangos de jerarquización

RANGOS	JERARQUÍA
86 – 100	IV
61 – 85	III
36 – 60	II
11 – 35	I
0 – 10	Recurso

Fuente: MINTUR 2004-2017

En nuestro caso después de haber sistematizado la información, presentamos los siguientes datos de ponderación:

Tabla 4.9 Resultados de ponderación

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA			
CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	5
PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	6
ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	24
HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	7,6
POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	8
ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	6
DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	4
REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	5
RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	2
TOTAL		100	67,6

Finalmente comparados con la tabla de rangos de jerarquización tenemos el siguiente resultado de nuestro atractivo turístico.

La Jerarquía asignada para el atractivo turístico de la Laguna de San Marcos es la **III** donde tenemos la siguiente descripción:

“Es un atractivo con rasgos excepcionales capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros y presenta las condiciones óptimas para el desarrollo de productos turísticos enfocado al mercado nacional e internacional”.

4.4 Socialización de la Potencialidad Turística del Sector San Marcos a las Comunidades de la Chimba, Pesillo

Parte del proceso de construcción del producto final es la socialización a los actores clave de la investigación.

4.4.1 Definición de Socialización

Se denomina socialización o sociabilización al proceso a través del cual los seres humanos aprenden e interiorizan las normas y los valores de una determinada sociedad y cultura específica. Este aprendizaje les permite obtener las capacidades necesarias para desempeñarse con éxito en la interacción social. En otras palabras, la socialización implica hacerse consiente del entramado social que rodea a cada uno. Este aprendizaje se encuentra posibilitado por entidades institucionales y sujetos que gozan de representación social, quienes propagan los conocimientos culturales necesarios. (Pérez J; Merino María 2012)

4.4.2 Proceso de Socialización

En la presente investigación se realizaron dos sesiones de trabajo de socialización en donde se dio a conocer sobre la propuesta en primera instancia de lo que se pretendía realizar con la potencialización del sector de San Marcos, debido a que esta zona está declarada como de uso público y turismo según el Plan de Manejo del Parque Nacional Cayambe Coca.

Es así que en primera instancia desde el año 2015 se estuvo investigando quien se puede empoderar de dicho proyecto para la ejecución del mismo bajo la tutela y ayuda de la Administración del Área protegida y así beneficiar a las comunidades que están en la zona de amortiguamiento del Parque.

Finalmente se obtuvieron dos talleres de socialización

El primero se realizó con la presencia de las máximas autoridades de la Parroquia Olmedo y los dirigentes de las comunidades que lo integran, la COINOA, en donde se dio a conocer los objetivos que se pretendía ejecutar con la propuesta de implementación de infraestructura turística en la zona de San Marcos para el desarrollo turístico, fuentes de financiamiento, actores locales, beneficiarios, y responsables.



Figura 4.14 Socialización Proyecto Turístico Laguna San Marcos

La segunda socialización se realizó el año 2017 contando con la presencia de los dirigentes de las comunidades del Pesillo y La Chimba juntamente con los técnicos del GAD Olmedo a quienes se dio a conocer de manera explícita el proyecto de implementación de un producto turístico en el sector de San Marcos con el involucramiento de las dos comunidades para empoderarlas en el tema y que sean las mismas las que se beneficiarían por la ejecución del producto en la zona.



Figura 4.15 Socialización Proyecto ecoturístico a Dirigentes de comunidades

Los compromisos alcanzados son los siguientes:

- Enviar el borrador de la propuesta a los dirigentes de las comunidades.
- Se realizarán encuestas sobre valoración de atractivos turísticos del sector de San Marcos con ayuda de los dirigentes de cada comunidad.
- Se recopilará información sobre los atractivos culturales de la región.
- Se propone una futura reunión para llenar fichas de atractivos turísticos y jerarquización de los mismos.
- Se mantendrá una reunión mensual para analizar avances del proyecto.

4.5 Propuesta de un Producto Ecoturístico para las Comunidades de Pesillo y la Chimba, Ligado a los Atractivos Naturales y Culturales de la Laguna de San Marcos

Finalmente la implementación de un producto ecoturístico requirió el cumplimiento de varias etapas para la elaboración del mismo, las cuales se detallan a continuación.

4.5.1 Diseño del Producto

La creación de un producto ecoturístico en el sector de San Marcos incluye actividades que involucren a las comunidades de Pesillo y La Chimba con la naturaleza para el conocimiento y disfrute de la belleza paisajística, generando conciencia para el cuidado del ambiente. Teniendo en cuenta el apoyo de las comunidades y GAD Olmedo y trabajar coordinadamente con el fin del desarrollo ecoturístico del sector de San Marcos.

4.5.2 Objetivos del Diseño del Producto

- Potenciar los atractivos naturales y culturales en el sector de San Marcos para dar a conocer a los turistas el valor natural paisajístico de este ecosistema y promover el desarrollo socioeconómico a las comunidades de La Chimba y Pesillo.
- Incentivar a las comunidades que rodean al sector de San Marcos para el desarrollo de nuevas actividades económicas que no atenten con el naturaleza y se realice una práctica de turismo sostenible y sustentable.
- Fortalecer la actividad turística en el sector de San Marcos para su posicionamiento como oferta turística de cultura y naturaleza.

4.5.3 Descripción del Producto

Es un producto turístico donde los visitantes estarán en contacto directo con la naturaleza, la cultura y la historia que en el encierra. Los turistas realizarán actividades recreativas y de aprendizaje como son: caminata por el sendero que lleva a la Laguna San Marcos, charlas en la cabañas de turismo comunitario, observación de flora y fauna, pesca deportiva, fotografía, degustación de platos típicos de la zona, visitas a los sitios de valor cultural como el centro patrimonial de Tránsito Amaguaña nuestra luchadora indígena,

termas de La Chimba, Río La Chimba, Río Ismuqui, la casa hacienda de Pesillo, El Mirador del Pesillo.

4.5.4 Concepto y Nombre del Producto “Laguna Mágica de San Marcos”

El producto de turismo de naturaleza en el sector de la Laguna de San Marcos está relacionado por elementos naturales y culturales, e involucra actividades como la observación de flora y fauna, pesca deportiva, senderismo, charlas educativas, convivencias comunitarias y degustación de comida típica de la zona. Está enfocado en vincular al turista con la naturaleza y dar a conocer las cualidades de riqueza paisajística y que alberga a especies de fauna que están en peligro de extinción como el oso de anteojos.

4.5.5 Características del Producto

El sector de San Marcos y sus comunidades ofrece a sus visitantes: actividades enfocadas a la naturaleza, guías, restauración y hospedaje. Está conformado por un entorno natural y paisajístico adecuado para las nuevas tendencias del ecoturismo y turismo comunitario. En una zona rica en cultura y tradiciones, así como un majestuoso paisaje que se adentra en la cultura milenaria de las comunidades que han permanecido en este rincón de nuestro país durante varios años.

4.5.6 Estrategias para el Producto

- Creación de un guión turístico (Tríptico)

4.5.7 Descripción del Cronograma de Itinerario

El cronograma de itinerario se presenta de forma detallada y ordenada cada una de las actividades que los turistas realizan antes durante y después de su visita al atractivo como es horarios, paradas, precios, comidas, guías y hospedaje

Tabla 4.10 Itinerario y cronograma de actividades

“Laguna encantada San Marcos y sus comunidades”	
Caminata guiada	Casa hacienda, Iglesia comunidad Pesillo
Recorrido guiado	Mirador del panecillo
Recorrido guiado	Centro cultural Tránsito Amaguaña en La Chimba
Alimentación	Desayuno típico, Almuerzo, break
Turismo de naturaleza	Visita a la Laguna de San Marcos
Ocio	Visita Termas mama Tránsito Amaguaña – Las Golondrinas
Hospedaje	Hospedaje comunitario en La Chimba “Opcional”
COSTO POR PAX \$ 40,00 COSTO EN BASE A 8 PAX	
EL COSTO INCLUYE	
Guía naturalista	\$ 15
Transporte	\$ 10
Alimentación	\$ 14
Actividad opcional: Música y danza (tiene costo adicional para grupo)	
Recomendaciones	
Protector solar, repelente, agua, zapatos para caminata, ropa abrigada, gorra, gafas de sol.	

4.5.7.1 Descripción General de la Ruta

A continuación tenemos un esquema de la ruta denominada “Laguna encantada de San Marcos y sus comunidades”

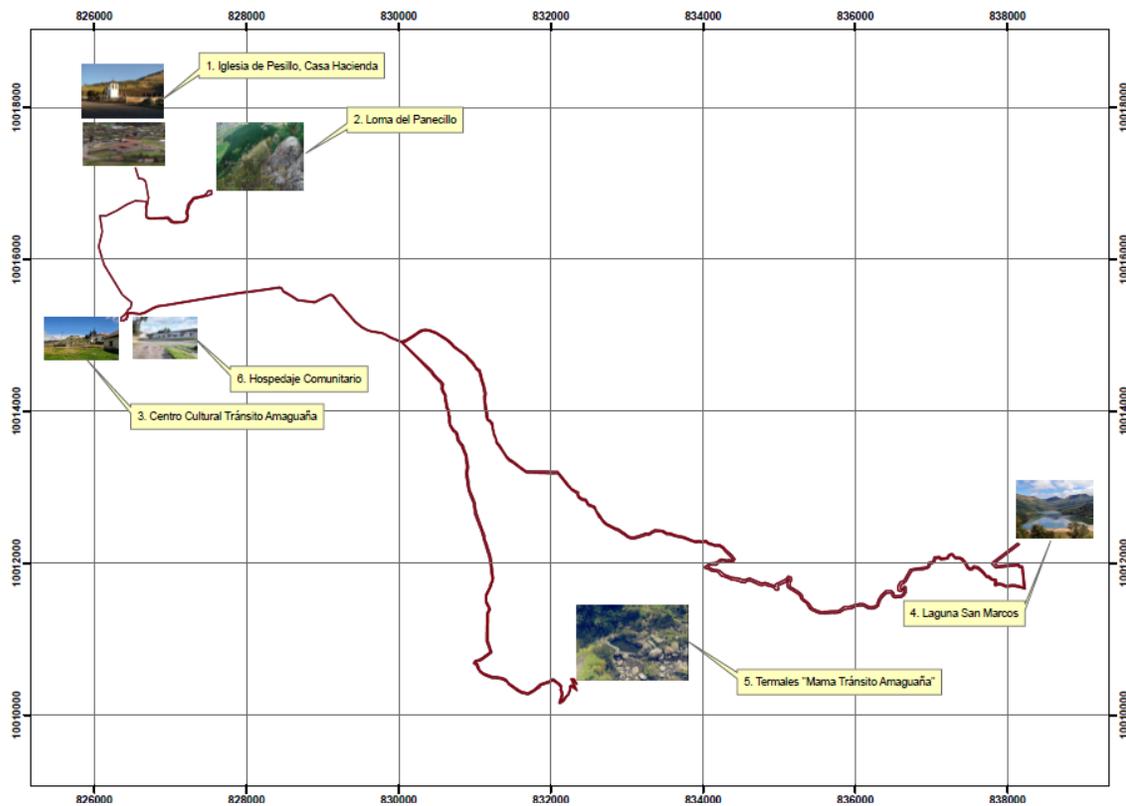


Figura 4.16 Ruta

Partimos de los sitios arqueológicos: Casa Hacienda, Iglesia en la comunidad de Pesillo



Figura 4.17 Casa Hacienda Pesillo

La casa y sus áreas verdes cuentan con 12.000 metros cuadrados, y se levanta sobre terrenos que pertenecieron al conquistador Gonzalo Pizarro, quien en el siglo XVI se impuso sobre el Imperio inca, el cual llegaba hasta los Andes ecuatorianos.



Figura 4.18 Iglesia Pesillo

En esta Iglesia de la orden "Padres Mercenarios" fueron Maestros de Capilla los cayambeños: Miguel Canelos (Padre de José Ignacio Canelos

- Mirador del panecillo

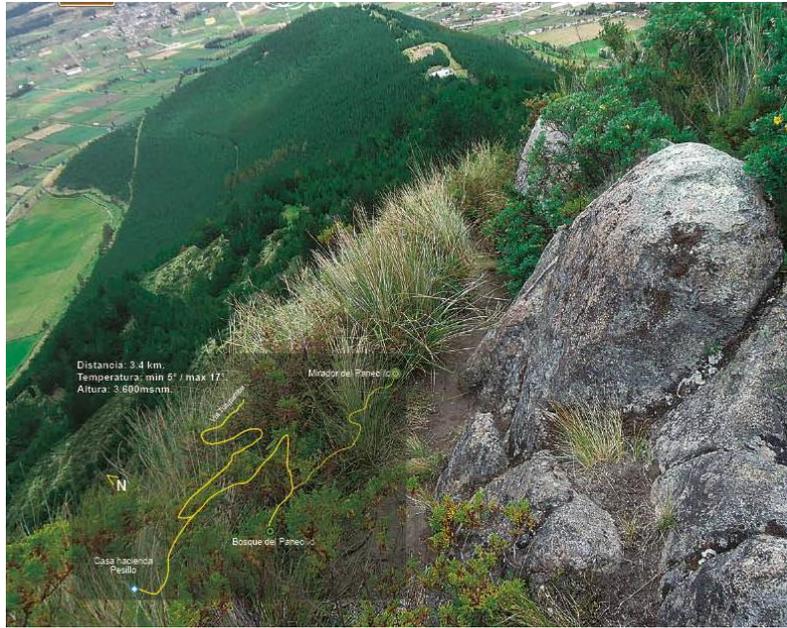


Figura 4.19 Mirador del Panecillo

El mirador se encuentra a 6 km de la Casa Hacienda de Pesillo, desde donde se puede divisar a casi todos los rincones de la parroquia. Si el tiempo esta favorable, desde este lugar se puede observar al volcán Imbabura al norte, nevado Cayambe al sur, el cerro Cusín al occidente y la loma de Pucará al noreste

- Centro cultural Tránsito Amaguaña en La Chimba



Figura 4.20 Centro Cultural Tránsito Amaguaña

Es la única estructura de conmemoración que tiene la forma de una tola, cuyo interior reposan los restos de Tránsito Amaguaña (1909-2009), una de las representantes más destacadas de la liberación del pueblo indígena del Ecuador. Se encuentra en el centro cultural del mismo nombre, en la casa de hacienda La Chimba, a 1,5 Km del parque central de Olmedo.

- Laguna de San Marcos



Figura 4.21 Laguna de San Marcos

La Laguna de San Marcos tiene una profundidad de 40 metros y una superficie de 39 hectáreas. Reúne una gran biodiversidad tanto de flora y fauna como es el oso de anteojos, tapir andino, lobos de páramo y muchas especies más.



Figura 4.22A y B. Flora y Fauna de San Marcos

- Visita Termales mama Tránsito Amaguaña – Las Golondrinas



Figura 4.23 Termales Las Golondrinas

Se encuentra a 12 km del centro cultural tránsito Amaguaña, es una vertiente de aguas termales provenientes de las entrañas candentes del volcán Cayambe de manera natural con una temperatura que alcanza de 35°C.

- Hospedaje comunitario en La Chimba



Figura 4.24 CTC La Chimba

El centro de turismo comunitario llamándose la Asociación Cóndor Wasi logra recuperar la Hacienda La Chimba donde se está ejecutando la actividad turística.

4.5.7.2 Itinerarios

Para el cumplimiento de las actividades planificadas en la ruta se describe a continuación un itinerario con la descripción de cada una de las paradas.

Tabla 4.11 Itinerario

Horario de las actividades a realizarse				
Actividad	Hora	Hora	Descripción	
	I.	F.		
Visita Sitios Arqueológicos Casa Hacienda e Iglesia de Pesillo	8:00	9:00	Charla introductoria del atractivo desayuno	
Visita a la Loma del Panecillo y ventana grande y chica en Pesillo	9:30	11:30	Charla introductoria Senderismo Loma Reconocimiento de plantas nativas Fotografía Rural	
Visita al centro cultural y mausoleo Tránsito Amaguaña	12:00	13:30	Charla introductoria Autoguiado Compra de artesanías y productos de la zona	
Almuerzo	14:00	14:30	Almuerzo comunitario CTC La Chimba	
Visita a la Laguna de San Marcos	15:00	17:00	Charla introductoria Observación de flora y fauna Fotografía Degustación de mortiños	

Visita a las aguas termales mama Tránsito-Las Golondrinas en La Chimba	17:30	18:15	Ocio Fotografía Compras
Hospedaje comunitario en la Chimba (Opcional)	18:30	19:00	
Día 2			
Desayuno comunitario	8:00	8:45	CTC La Chimba
Degustación de bocaditos típicos	9:00	10:00	CTC La Chimba
Despedida	10:30		

El cumplimiento del horario establecido en la cada una de las actividades planteadas será de mayor aprovechamiento para los visitantes.

4.5.8 Acciones de Evaluación y Seguimiento

Dentro de este punto, tanto la Administración del Parque Nacional Cayambe Coca como los dirigentes del GAD Olmedo y las comunidades de La Chimba y Pesillo se comprometen en formar una comisión de monitoreo donde se ocupen de desarrollar las siguientes evaluaciones para el buen desarrollo y cumplimiento del producto ecoturístico: Prevención y mitigación de impactos, Manejo de desechos, Relaciones comunitarias, Seguridad, Contingencias o emergencias ambientales, Capacitación ambiental, Reforestación, Monitoreo ambiental.

4.5.9 Diseño de Marketing Mix

El diseño del marketing mix se basa en la recopilación de información y percepción del visitante y guías locales para establecer el precio, la plaza y la distribución del producto ecoturístico.

4.5.9.1 Precio

Para establecer el precio del producto fue necesario contar con el criterio de los visitantes y mediante una encuesta, el mismo que se fija en relación a las opiniones de los posibles visitantes donde afirma que están dispuestos a pagar un mínimo de \$20,00 y un máximo de \$50,00 por una oferta que incluya todos los servicios.

Costeo de un paquete de 8 pax por 1 día:

Tabla 4.12 Precio 8 pax/día

COSTEO 8 PAX POR 1 DIA			
Guía local	C.V	\$ 60	por día
Transporte terrestre	C.V	\$ 80	por 1 días
Alimentación	C.F	\$ 96	por 1 días
Alimentación guía y Chofer	C.F	\$ 10	por 1 días
Utilidad prevista	10%	Gastos generales	10%
C.V =		\$ 140	
C.F =		\$ 106	
P.T.O =		C.V + C.F + (10% G.G)	
P.T.O =		\$ 270,6	
P.T.O. + 10% UTILIDAD		270,6+ 27,06	
P.V.P. =		\$ 297,66	
P.V.P. =		\$ 37,21	

Costeo de un paquete de 12 pax por 1 día:

Tabla 4.13 Precio 12 pax/día

Costeo de un paquete de 12 pax por 1 día: COSTEO 12 PAX POR 1 DIA			
Guía local	C.V	\$ 120	por días
Transporte terrestre	C.V	\$ 120	por 1 días
Alimentación	C.F	\$ 144	por 1 días
Alimentación guía y Chofer	C.F	\$ 10	por 1 días
Utilidad prevista	10%	Gastos generales	10%

C.V =	\$ 240
C.F =	\$ 154
P.T.O =	C.V + C.F + (10% G.G)
P.T.O =	\$ 433,40
P.T.O. + 10% UTILIDAD	433,40+43,34
P.V.P. =	\$ 476,74
P.V.P. =	\$ 39,73

- **Características del Precio**

El precio del producto es accesible a todos para los visitantes y turistas que han realizado la encuesta, teniendo la oportunidad de conocer y disfrutar de un recurso con un gran potencial natural. El precio del producto expresa la calidad y la cantidad de servicios prestados por parte de la guía local.

- **Estrategias para el Precio**

Establecer precios acorde a los resultados que dieron las encuestas a los visitantes, esto como parte del estudio de mercado. Mantener el precio de acuerdo a los valores referenciales de los demás productos turísticos semejantes y cercanos al atractivo.

4.5.9.2 Plaza

Es el área geográfica donde se va a distribuir, promocionar y comercializar el producto turístico, con la finalidad de estar al alcance de las turistas interesados en las nuevas tendencias de turismo en especial el turismo de naturaleza, entonces nuestra plaza estaría situada en puntos estratégicos de las provincias de Pichincha e Imbabura

- **Estrategias para la Plaza**

- a) Garantizar la correcta prestación de servicios turísticos

- b) Generar confianza en las diferentes tour operadores y/o guías locales
- c) Planificar la distribución especialmente en las temporadas altas para difundir el producto.

- **Selección de los Canales de Distribución**

Mediante los canales de distribución, como los Tour operadores como: Cayambe Tours, Inti Explorer, Cayambe Explorer, Maquitavel, donde se pueden comercializar el producto turístico ya que dichas empresas trabajan con productos similares permitiendo así llegar de una forma más rápida a los posibles clientes.

4.5.9.3 Promoción

La promoción es la acción de comunicar a los futuros clientes potenciales los servicios y actividades que ofrece un producto. Esta permite la trasmisión a través de los medios de comunicación tales como radio, televisión, prensa escrita, ferias, revistas turísticas, folletos y sitios web que es en la actualidad el mayor medio de difusión para vender un producto (redes sociales).

- **Estrategias de la Promoción**

- a) Dar a conocer las características del producto y los servicios que allí se prestará con el fin de incentivar a visitar el lugar y el consumo de los servicios por medio de una página web y redes sociales como también en las radios de mayor audiencia de la provincia y en los canales de televisión de la provincia Radio y Televisión Universitaria de Ibarra, Radio Intipacha, Radio Ecos de Cayambe.
- b) Participar en ferias y eventos turísticas locales e internacionales.
- c) Elaborar trípticos con la información más sobresaliente del atractivo con el fin de que el visitante conozca más a fondo el lugar y cree conciencia turística.
- d) Diseñar artículos tales como: jarros, gorras, camisetas, bolsos, lapiceros llaveros y stickers.





RECOMENDACIONES

Protector solar, repelente, agua, zapatos para caminata, ropa abrigada, gorra, gafas de sol.

SERVICIO DE OFRECEMOS

Guía turístico local
Transporte
Si desea el cliente ofrecemos hospedaje comunitario




Laguna Mágica de San Marcos

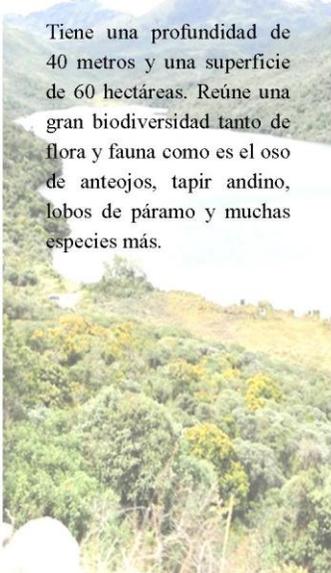


“Mas gente que conoce es mas gente que protege”



Laguna de San Marcos

Tiene una profundidad de 40 metros y una superficie de 60 hectáreas. Reúne una gran biodiversidad tanto de flora y fauna como es el oso de anteojos, tapir andino, lobos de páramo y muchas especies más.



La Laguna tiene origen en los deshielos del volcán Cayambe y nace de los ríos Piedra Colorada y Quilpajihua, su temperatura oscila entre 3° C y 12° C, tiene forma alargada y en su entorno conserva la vegetación nativa arbórea, chaparros y extensos pajonales, que configuran hermosos paisajes para el turismo, de igual manera alberga a gran cantidad de mamíferos como el oso de anteojos, venados, lobos, cóndor andino. Así mismo en la ruta que conduce a la Laguna podemos encontrar sitios arqueológicos como la casa hacienda de Pesillo, el centro de turismo comunitario y museo de mama Tránsito Amaguaña, las aguas termales Las Golondrinas en la comunidad de La Chimba. Sitios que proporcionan una gran riqueza natural y cultural de la zona.



ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Los turistas realizarán actividades recreativas y de aprendizaje como son: caminata por el sendero que lleva a la Laguna San Marcos, charlas en la cabañas de turismo comunitario, observación de flora y fauna, pesca deportiva, fotografía, degustación de platos típicos de la zona, visitas a los sitios de valor cultural como el centro patrimonial de Tránsito Amaguaña nuestra luchadora indígena, termas de La Chimba, Río La Chimba, Río Ismuquiro, la casa hacienda de Pesillo, El Mirador del Pesillo.

COMO LLEGAR

Las rutas de transporte son:

Desde Quito, Coop Flor del Valle a 2 horas hasta la parroquia de Olmedo

Desde Ibarra: Coop La Esperanza. A 1 hora hasta la comunidad de Pesillo



Figura 4.25 Tríptico Ruta Laguna Mágica San Marcos

4.6 Tercera Fase: Retroalimentación

Esta última fase del proyecto tiene que ver con la prestación de los servicios ecoturísticos, ya que se procederá a mantener un control del servicio para luego determinar los errores y buscar soluciones a los mismos, este paso siempre estará en permanente control para satisfacción del cliente.

4.6.1 Estrategias para la Retroalimentación

Las estrategias establecidas para la retroalimentación están enfocadas en controlar, optimizar, promocionar el producto en los segmentos de mercados establecidos. Los cuales se detallan a continuación.

4.6.1.1 Estrategias Nivel Crecimiento

- Las estrategias de producto serán enfocadas a controlar más de cerca el funcionamiento del producto y a una mejor caracterización del segmento de mercado seleccionado
- Las estrategias en lo referente a precios estarán relacionadas a la optimización de los costos y el balance de la relación precio-calidad.
- Las estrategias de comunicación se encauzarán a continuar con la utilización de publicidad y relaciones públicas, a partir de los instrumentos seleccionados.

4.6.1.2 Estrategias Nivel Desarrollo

- Mejora del producto existente, lanzamiento de nuevas alternativas y nuevas ventajas competitivas del producto turístico diseñado.

- El precio deberá encontrarse en función de los cambios en el producto y los precios diferenciados de acuerdo con los segmentos de mercado establecido haciendo énfasis en las relaciones promocionales y que logre una excelente distribución según la satisfacción del cliente.

4.6.2 Acciones

- Elaborar un libro de quejas y/o sugerencias para que el visitante dé a conocer su acerca del servicio.
- Elaborar un registro de visitantes por mes para calcular el número total de visitantes esperados.
- Plantear una matriz de control de la calidad del producto.
- Evaluación y capacitación del personal cada año.
- Estudio de relación precio calidad del producto.
- Estudio de los canales de comunicación para expandir su comercialización

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- Las comunidades de La Chimba, Pesillo y dirigentes del GAD Olmedo consideran que el principal atractivo turístico de la zona es la Laguna de San Marcos y que el involucramiento de los gobiernos seccionales y comunidades locales impulsaría este atractivo natural para el desarrollo económico y social de la parroquia de Olmedo.
- De acuerdo a la Jerarquización de los atractivos turísticos la Laguna de San Marcos es considerada un atractivo III, con rasgos excepcionales capaces de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros y presenta las condiciones óptimas para el desarrollo de productos turísticos enfocado al mercado nacional e internacional.
- Se realizaron dos eventos de socialización para validar en primera instancia la percepción de los pobladores con respecto a la implementación de un producto ecoturístico en las comunidades de La Chimba, Pesillo y el GAD Olmedo. En segunda instancia se realizaron talleres de socialización para la implementación de un producto turístico con la participación de los dirigentes de las comunidades de La Chimba, Pesillo y técnicos de GAD Olmedo quienes brindarán toda la apertura para que se cumpla según los parámetros de intervención en el Área protegida y bajo la firma de un convenio de cooperación interinstitucional para el buen desarrollo de las actividades ecoturísticas en el sector de San Marcos.
- Se generó una propuesta de un producto ecoturístico denominado “Laguna encantada San Marcos y sus comunidades” dentro de la cual se introduce un paquete ecoturístico, incentivando la participación comunitaria en la actividad ecoturística como oferta pública comunitaria para la comercialización de los atractivos naturales, culturales y paisajísticos en el sector de San Marcos para promover el desarrollo socioeconómico a las comunidades de La Chimba, Pesillo y se realice una práctica de turismo sustentable.

5.2 RECOMENDACIONES

- Desarrollar alianzas de convenio público privadas para generar una cultura empresarial que permita la generación de recursos e incentivar a las demás comunidades a involucrarse en proyectos de desarrollo ecoturístico como una nueva alternativa de desarrollo sustentable.
- Realizar la Sistematización geográfica de los atractivos turísticos de la zona de San Marcos y GAD Olmedo.
- Proponer un plan de difusión de los atractivos turísticos locales como eje transversal para la generación de ingresos económicos debido a la demanda del turista al visitar la parroquia y zona de amortiguamiento con el Área protegida.
- Impulsar el desarrollo de políticas estatales que ayuden a tener una mayor conectividad entre el sistema nacional de áreas protegidas y las comunidades que se encuentran en las zonas de amortiguamiento para que se viabilicen los proyectos de desarrollo turístico y ayuden a potenciar zonas de uso público que se encuentran olvidadas.
- Firmar un convenio de cooperación interinstitucional entre las comunidades de Pesillo, La Chimba, El GAD Olmedo y el Parque Nacional Cayambe Coca para que se continúe la ejecución de éste proyecto y cumplir con los objetivos que persigue el Área protegida con respecto al involucramiento con las comunidades y gobiernos descentralizados en las zonas de amortiguamiento.

REFERENCIAS

- Arias, F. G. (2012). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. Caracas, VE: Editorial Episteme.
- Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo y Aventura [ASEC], Programa de Pequeñas Donaciones [PPD], Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo [PNUD], Organización Mundial de Turismo [OMT], Universidad de las Américas [UDLA]. ; (2012). *Manual de Buenas Prácticas Turismo en Áreas Naturales con Gestión Comunitaria*, Primera edición, Quito.
- Barbosa, M. (2007), *La política del turismo cultural y el diseño de producto turístico para el turismo cultural. Caso: corredor turístico Bogotá-Boyacá-Santander*, Revista Escuela de Administración de Negocios, Universidad EAN, núm. 60, mayo-agosto, 2007, pp. 105-122 Universidad EAN Bogotá, Colombia.
Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20606006>> ISSN 0120-8160
- Ceballos-Lascuráin, H (1983). *Ecoturismo, Naturaleza y Desarrollo Sostenible*. Primera edición. México, Editorial Diana.
- Constitución de la República del Ecuador, (2008). *Registro Oficial N° 449*, (20 de Octubre de 2008)
- Codespa, F., CAF (2013), *Programa Rutas: La apuesta por un turismo inclusivo en Latinoamérica*. Recuperado de <http://publicaciones.caf.com/media/41737/modelo-rutas-turismo-rural-comunitario.pdf>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Olmedo (2015). *Plan de Desarrollo y*

Organización Territorial, Olmedo – Ecuador; Cayambe. Autor.

Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. P. (2003). *Metodología de la Investigación* (4a. ed.), México DF. Editorial McGraw-Hill Interamericana. Recuperado de <http://www.freelibros.com>

Machado E. y Hernández Y., (2007) *Procedimiento para el Diseño de un Producto Turístico Integrado en Cuba*. Universidad Central Las Villas “Marta Abreu”. Santa Clara, Cuba. (En línea).EC. Consultado el 14 enero del 2014. Formato PDF.

Marín, C. (2004). “*Diálogo sobre el Turismo, la Diversidad Cultural y el Desarrollo Sostenible*”. Barcelona - España: Universidad de las culturas.

Maya, E (2014). *Métodos y Técnicas de Investigación, Una Propuesta ágil para la presentación de trabajos científicos en las áreas de arquitectura, urbanismo y disciplinas afines*. Primera Edición electrónica. México DF – México Recuperado de: http://arquitectura.unam.mx/uploads/8/1/1/0/8110907/metodos_y_tecnicas.pdf

Ministerio del Ambiente (2006). *Plan Estratégico del Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador*. 2007-2016. Quito – Ecuador, Autor.

Ministerio del Ambiente, (2009), *Plan de Manejo del Parque Nacional Cayambe Coca*, JVilla Consultores, Quito – Ecuador, Autor.

Ministerio del Ambiente (2015). *Valoración Económica del Aporte del Sistema Nacional de Áreas Protegidas a la Nueva Matriz Productiva del Ecuador: Sector Turismo*. Quito – Ecuador, Autor.

Ministerio de Turismo (2017). *Metodología para el Levantamiento de Atractivos*

- Turísticos Del Ecuador*. Subsecretaría de Gestión y desarrollo, Dirección de Productos y Destinos. Quito – Ecuador, Autor.
- Ministerio de Turismo (2017). *Metodología para la Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos del Ecuador*. Subsecretaría de Gestión y desarrollo, Dirección de Productos y Destinos. Quito – Ecuador, Autor.
- Morangues, D., (2016). *Turismo, Cultura y Desarrollo*, Agencia Española de Cooperación Internacional. Impresión: EGRAF, S.A. Madrid-España.
- Muenala, E. (2000), “*El Ecoturismo: una mirada hacia el futuro*” para la revista GeoMundo, Argentina. (Tomado de: Ecociencia / CD - ROM de Biodiversidad)
- Organización Mundial de Turismo, (1994). *Conceptos y Definiciones. Desarrollo Sostenible del Turismo. Definición conceptual*. Recuperado de [www. World-tourism.org/sustainable/esp/concepts.htm](http://www.world-tourism.org/sustainable/esp/concepts.htm)
- Orduna, G., & Urpí, G. (2010). Turismo cultural como experiencia educativa de ocio. *Polis* 26, 1-20. Recuperado de: <http://journals.openedition.org/polis/102>
- Pantoja V, (2011); *Diseño del Plan Ecoturístico de la Laguna de San Marcos del Parque Nacional Cayambe Coca*, (Tesis Inédita de Ingeniería), Universidad Técnica del Norte. Ibarra Ecuador.
- Pérez J.y Merino M., (2015); *Producto turístico, Definiciones generales*, Recuperado: definicion.de/producto-turistico/
- PLANDETUR, (2007), *Informe Final*, Equipo consultor Tourism & Leisure – Europraxis.

Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida; (2017), Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo - Senplades 2017, Quito - Ecuador

Rivas, E. (1994). La investigación bibliográfica y los textos académicos. En U. P. Orrego (Ed.), Metodología de la investigación bibliográfica (págs. 11-14). Trujillo.

Rojas, Y.y Matos, L. (2012). *Aplicación web para estudios de factibilidad en productos turísticos de naturaleza en la empresa flora y fauna Guantánamo. Producto turístico.* Vol. 5. Formato (PDF) Disponible en: <http://www.eumed.net/rev/turydes/12/rpmu.html>

SECTUR. (2012). Qué es el turismo de naturaleza. Conceptualización. págs. 1-9, Recuperado: [https://ideasinteligentesblog.files.wordpress.com/2012/11/que es el ecoturismo de naturaleza.pdf](https://ideasinteligentesblog.files.wordpress.com/2012/11/que_es_el_ecoturismo_de_naturaleza.pdf).

Toselli, C. (2004). Algunas Reflexiones Sobre El Turismo Cultural, *Pasos*; Vol. 4 N° 2 págs. 175-182, Recuperado: <http://www.pasosonline.org/Publicados/4206/PS040206.pdf>

Ulloa, F. Pazos, M. (2010). Productos y Destinos Turísticos Emergentes en Galicia, Universidad Santiago de Compostela, *Tékhne*. 2010, Vol VIII, n° 14, 021-043 Disponible en: <http://www.scielo.mec.pt/pdf/tek/n14/n14a03.pdf>

Villalba, D. (2011). *Diseño de productos turísticos sostenibles para el cantón Cumandá Provincia de Chimborazo.* (Tesis Inédita de Ingeniería), Riobamba - Ecuador. Recuperado <http://dspace.esoch.edu.ec/bitstream/123456789/605/1/23T0266Villalba%20Doris.pdf>

ANEXOS

ANEXO 01

Encuesta a Dirigentes y pobladores del GAD Olmedo, La Chimba y Pesillo

Código Planilla: _____ Fecha (dd/mm/aa): _____

ENCUESTA SU OPINIÓN ES IMPORTANTE

Sitio de Visita: _____ Atractivo: _____

<p>I. PERFIL DEL ENCUESTADO</p> <p>1. Género: Masculino <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/></p> <p>2. Fecha de Nacimiento (dd/mm/aa) __ / __ / __</p> <p>3. País de residencia: _____</p> <p>4. Estado civil: Soltero <input type="checkbox"/> Casado <input type="checkbox"/> Divorciado <input type="checkbox"/> Viudo <input type="checkbox"/> Otro _____</p> <p>6. Nivel de Instrucción: Primaria <input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/> Universitaria <input type="checkbox"/> Postgrado <input type="checkbox"/> Otro _____</p> <hr/> <p>II. VALORACIÓN DE ATRACTIVOS</p> <p>1. ¿Conoce usted los atractivos San Marcos ? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> si es afirmativa diga cuantos _____</p> <p>2. ¿ De los atractivos que Ud. conoce cuál considera usted que es el más interesante? a. Laguna <input type="checkbox"/> d. Río <input type="checkbox"/> b. Sendero <input type="checkbox"/> e. Bosque <input type="checkbox"/> c. Cascada <input type="checkbox"/> f. Frutos comestibles <input type="checkbox"/> Mencione Otros: _____</p> <p>3. Que atractivos culturales de San Marcos conoce? Mencione: _____</p> <p>4. ¿Esta de acuerdo que el Sector de San Marcos tiene alto potencial turístico? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p> <p>5. Número de visitas al sitio? <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/></p> <p>6. Crée Ud. Que la implementación de un producto ecoturístico en San Marcos beneficiaría a las comunidades aledañas? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/></p> <p>7. ¿Qué tipo de beneficios tendrían ? _____</p>	<p>III. NIVEL DE PERSEPCIÓN</p> <p>9. De las actividades en San Marcos. Favor califique los mismos del 1 al 5, siendo 1 el valor mínimo y 5 el máximo.</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">Actividades turísticas</th> <th style="text-align: center;">1</th> <th style="text-align: center;">2</th> <th style="text-align: center;">3</th> <th style="text-align: center;">4</th> <th style="text-align: center;">5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Aventura</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Naturaleza</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Cultura</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Otras</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table> <p>10. Percepción servicios turísticos en la Laguna de San Marcos Favor califique los mismos del 1 al 5, siendo 1 el valor mínimo y 5 el máximo</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">Servicios</th> <th style="text-align: center;">1</th> <th style="text-align: center;">2</th> <th style="text-align: center;">3</th> <th style="text-align: center;">4</th> <th style="text-align: center;">5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Alojamiento</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Alimentación</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Comodidad/seguridad complementarios</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Guianza</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Gasto por los servicios recibidos</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table> <p>11. ¿Pagaría por ingresar y tener servicios turísticos exclusivos dentro de San Marcos ? (camping, cabañas, recorridos, áreas de parrillada, otros) Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Porque: _____</p> <p>12. Crée Ud que lo gobiernos seccionales deben empoderarse en potenciar estos lugares ricos en actividad turística para beneficio de las comunidades y pobladores del sector?</p> <p>13. Crée Ud. Que la falta de financiamiento a éstos proyectos han contribuido con la falta de desarrollo turístico y económico del sector?</p> <p>14. Crée Ud. Que la difusión de los atractivos turísticos en San Marcos contribuyan a promocionarlo como potencial turístico?</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; text-align: center; margin-top: 20px;"> <p>¡Muchas gracias por su tiempo!</p> </div>	Actividades turísticas	1	2	3	4	5	Aventura	<input type="checkbox"/>	Naturaleza	<input type="checkbox"/>	Cultura	<input type="checkbox"/>	Otras	<input type="checkbox"/>	Servicios	1	2	3	4	5	Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Alimentación	<input type="checkbox"/>	Comodidad/seguridad complementarios	<input type="checkbox"/>	Guianza	<input type="checkbox"/>	Gasto por los servicios recibidos	<input type="checkbox"/>																																				
Actividades turísticas	1	2	3	4	5																																																														
Aventura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																														
Naturaleza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																														
Cultura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																														
Otras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																														
Servicios	1	2	3	4	5																																																														
Alojamiento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																														
Alimentación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																														
Comodidad/seguridad complementarios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																														
Guianza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																														
Gasto por los servicios recibidos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																														

Nombre del encuestador: _____

Fecha: _____

ANEXO 02.

Ficha para el levantamiento y Jerarquización de atractivos turísticos

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																					
Código del atractivo:	1	7	0	2	5	3	A	N	0	3	0	2	0	3	0	0	1				
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo						
1. DATOS GENERALES																					
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																					
Laguna de San Marcos																					
1.2 Categoría					1.3 Tipo					1.4 Subtipo											
ATRACTIVOS_NATURALES					AMBIENTES_LACUSTRES					LAGUNA											
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																					
2.1 Provincia					2.2 Cantón					2.3 Parroquia											
PICHINCHA					CAYAMBE					OLMEDO (PESILLO)											
2.4 Barrio, Sector o Comuna					2.5 Calle Principal			2.6 Número		2.7 Transversal											
2.8 Latitud (grados decimales)					2.9 Longitud (grados decimales) Click					2.10 Altura (msnm)											
10015803					837825					3.4 33											
2.11 Información del administrador																					
a. Tipo de Administrador:					Ministerio de Ambiente					b. Nombre de la Institución:					Parque Nacional Cayambe Coca						
c. Nombre del Administrador:					Werner Barrera					d. Cargo que ocupa:					Administrador						
e. Teléfono / Celular:					022110370					f. Correo Electrónico:					werner.barrera@ambiente.gob.ec						
Observaciones:																					
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																					
3.1 Características climatológicas																					
a. Clima:					Subtemperado humedo					b. Temperatura(°C):					6 a 12° C						
										c. Precipitación Pluviométrica (mm):					250 a 500 mm						
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)																					
a. Cultura					b. Naturaleza					c. Aventura											
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico																					
a. Prístino				b. Primitivo				c. Rústico Natural				d. Rural				e. Urbano					
3.4 Ingreso al atractivo (U)																					
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención			c. Atención																
		Ingreso	Salida		Todos los días			Fines de semana y feriados			Solo días hábiles			Otro			Especificar				
Libre		8:00	17:00											text o							
Restringido		0:00	0:00											Presencia del PRT							
Pagado		0:00	0:00											text o							
d. Maneja un sistema de reservas:					f. Forma de Pago:		Efectivo			Dinero Electrónico			Depósito Bancario			Tarjeta de Débito					
e. Precio:		Des de	0,00	Has ta	0,00	Tarjeta de Crédito		Transferencia Bancaria			Cheque										

g. Meses recomendables de visita:		Octubre a mayo (Época seca)						
Observaciones:								
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO								
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):		Olmedo						
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:	16 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:	0:45 h/min	d. Coordenadas (grados decimales):	Lat.:	0	Lon.:	0
Observaciones:								
4.2 Vías de Acceso (M)								
a. Terrestre (M)		Tipo de vía	Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material	Estado	
		a. Primer orden	0	0	0	texto		
		b. Segundo orden	0	0	0	texto		
		c. Tercer orden	830045	10014910	10	Lastrado	Bueno	
Observaciones:								
b. Acuático (U)	Marítimo	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto	Estado	
	Lacustre	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto		
	Fluvial	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto		
Observaciones:								
c. Aéreo (U)	Nacional:			Internacional:				
Observaciones:								
4.3 Servicio de transporte (M)								
a. Bus	b. Buseta	c. Transporte 4x4	d. Taxi	e. Moto taxi	f. Teleférico			
g. Lancha	h. Bote	i. Barco	j. Canoa	k. Avión	l. Avioneta			
m. Helicóptero	n. Otro	Especifique						
Observaciones:								
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M)								
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia		d. Detalle (Traslado origen / destino)				
		Día	Se	Me	Eventual			
		ia	ma	nsu				
		nal	al					
Trans Laguna Tours	Olmedo				Olmedo - San Marcos			
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M)								
a. Accesibilidad motriz	b. Accesibilidad visual	c. Accesibilidad auditiva	d. No es accesible					
Observaciones: El visitante pude acceder en vehículo hasta la laguna								
4.5 Señalización								

a. Señalización de aproximación al atractivo	Estado (U)	Bueno	Regular	Malo							
Observaciones: Señalética del Área Protegida											
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS			SI	NO	S/I						
5.1 Planta turística (M)											
a. En el Atractivo			b. En la ciudad o poblado cercano								
Alojamiento	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas				
Hotel	0	0	0	Hotel	0	0	0				
Hostal	0	0	0	Hostal	0	0	0				
Hostería	0	0	0	Hostería	0	0	0				
Hacienda Turística	0	0	0	Hacienda Turística	0	0	0				
Lodge	0	0	0	Lodge	0	0	0				
Resort	0	0	0	Resort	0	0	0				
Refugio	0	0	0	Refugio	0	0	0				
Campamento Turístico	0	0	0	Campamento Turístico	0	0	0				
Casa de Huéspedes	0	0	0	Casa de Huéspedes	15	10	20				
Observaciones:				Observaciones:							
Alimentos y bebidas	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas				
Restaurantes	0	0	0	Restaurantes	10	10	15				
Cafeterías	0	0	0	Cafeterías	0	0	0				
Bares	0	0	0	Bares	0	0	0				
Fuentes de soda	0	0	0	Fuentes de soda	0	0	0				
Observaciones:				Observaciones:							
Agencias de Viaje		Establecimientos registrados		Agencias de Viaje		Establecimientos registrados					
Mayoristas		0		Mayoristas		0					
Internacionales		0		Internacionales		0					
Operadoras		0		Operadoras		0					
Observaciones:				Observaciones:							
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	0
	0	0	0	Aventura	0		10	0	0	Aventura	0
Observaciones:				Observaciones: Guías comunitarios							
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo											
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)					
						B R M					
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información	0	0	texto							
	I-Tur	0	0	texto							
	Centro de interpretación	0	0	texto							

	Centro de facilitación turística	0	0	text o		
	Centro de recepción de visitantes	0	0	text o		
b. De observación y vigilancia	Garitas de guardianía	1	0	PNCC		
	Miradores	0	0	text o		
	Torres de avistamiento de aves	0	0	text o		
	Torres de vigilancia para salvavidas	0	0	text o		
	Senderos	2	0	PNCC		
c. De recorrido y descanso	Estaciones de sombra y descanso	0	0	text o		
	Áreas de acampar	1	0	PNCC		
	Refugio de alta montaña	0	0	text o		
	Baterías sanitarias	0	0	text o		
d. De servicio	Estacionamientos	0	0	text o		
		0	0	text o		
e. Otros		0	0	text o		

Observaciones:

5.3 Complementarios a la actividad turística (M)

a. En el Atractivo			b. En la ciudad o poblado cercano		
Alquiler y venta de equipo especializado	Venta de artesanías y merchandising		Alquiler y venta de equipo especializado	Venta de artesanías y merchandising	
Casa de cambio	Cajero automático	Otro	Casa de cambio	Cajero automático	Otro
Especifique:	text o		Especifique:	COOPERATIVA PEDRO MONCAYO	

Observaciones:

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO

SI

NO

SI/I

6.1 Atractivo (U)

a. Conservado

b. Alterado

c. En proceso de deterioro

d. Deteriorado

Observaciones: PR
T

6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)

6.1.1.1 Naturales (M)	6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)		
a. Erosión	a. Actividades agrícolas y ganaderas	b. Actividades forestales	c. Actividades extractivas / minería
b. Humedad	d. Actividades industriales	e. Negligencia / abandono	f. Huaquearías
c. Desastres naturales	g. Conflicto de tenencia	h. Condiciones de uso y exposición	i. Falta de mantenimiento
d. Flora/Fauna	j. Contaminación del ambiente	k. Generación de residuos	l. Expansión urbana
e. Clima	m. Conflicto político / social	n. Desarrollo industrial / comercial	o. Vandalismo
Otro	Especifique: PR T		

Observaciones:

6.2 Entorno (U)

a. Conservado

b. Alterado

c. En proceso de deterioro

d. Deteriorado

Observaciones: PR
T

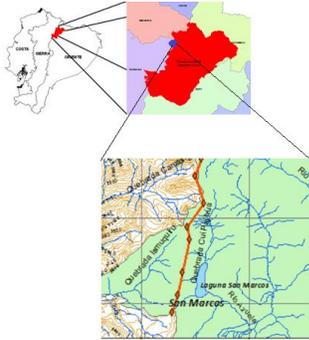
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)

6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)				
a. Erosión		a. Actividades agrícolas y ganaderas	b. Actividades forestales	c. Actividades extractivas / minería		
b. Humedad		d. Actividades industriales	e. Negligencia / abandono	f. Huaquearías		
c. Desastres naturales		g. Conflicto de tenencia	h. Condiciones de uso y exposición	i. Falta de mantenimiento		
d. Flora/Fauna		j. Contaminación del ambiente	k. Generación de residuos	l. Expansión urbana		
e. Clima		m. Conflicto político / social	n. Desarrollo industrial / comercial	o. Vandalismo		
Otro		Especifique: PR				
Observaciones:		e: T				
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo						
a. Declarante: PNCC		b. Denominación: Zona de Uso Público	b. Fecha de declaración: 01/07/2009	c. Alcance: 2016		
Observaciones: Plan de Manejo del PNCC						
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA						
				SI	NO	SI
7.1 Servicios Básicos						
a. En el atractivo			b. En la ciudad o poblado mas cercano			
Agua:			Agua			
Especifique:			Especifique:			
Energía eléctrica:			Energía eléctrica			
Especifique:			Especifique:			
Saneamiento:			Saneamiento:			
Especifique:			Especifique:			
Disposición de desechos			Disposición de desechos	Carro Recolector		
Especifique:			Especifique:			
Observaciones:						
7.2 Señalética en el atractivo						
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B R M
En áreas urbanas	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	texto	
	Tótems de sitio	0	0	0	texto	
	Tótems direccionales	0	0	0	texto	
En áreas naturales	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	texto	
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	texto	
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	texto	

	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	texto	
	Pictogramas de restricción	0	0	0	texto	
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	texto	
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	texto	
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	texto	
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	texto	
	Mesas interpretativas	0	0	0	texto	
	Tótem de sitio	0	0	0	texto	
	Tótem de direccionamiento	0	0	0	texto	
Letreros informativos	De información botánica	0	0	0	texto	
	Normativos de concienciación	2	0	0	texto	
Señalética interna de seguridad	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	texto	
Otros	texto					
Observaciones:						
7.3 Salud (más cercano) (M)						
a. En el atractivo				b. En la ciudad o poblado mas cercano		
Hospital o Clínica	Cantidad	0		Hospital o Clínica	0	
Puesto / Centro de salud	0		Puesto / Centro de salud		0	
Dispensario médico	0		Dispensario médico		0	
Botiquín de primeros auxilios	0		Botiquín de primeros auxilios		0	
Otros		0		Otros		0
Observaciones: Subcentro de salud - Pesillo y Olmedo						
7.4 Seguridad (M)						
a. Privada	Detalle	texto				
b. Policía nacional		UPC Olmedo				
c. Policía metropolitana / Municipal		texto				
d. Otra		texto				
Observaciones:						
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)						
a. En el atractivo				b. En la ciudad o poblado mas cercano		
Telefonía (M)		Conexión a internet (M)		Telefonía (M)		Conexión a internet (M)
Fija	Línea telefónica	Fibra óptica		Fija	Línea telefónica	Fibra óptica
Móvil	Satélite	Redes inalámbricas		Móvil	Satélite	Redes inalámbricas
Satelital	Telefonía móvil			Satelital	Telefonía móvil	
Observaciones:						

Radio portátil (U)						
De uso exclusivo para el visitante		De uso exclusivo para comunicación interna		De uso exclusivo en caso de emergencia		
Observaciones:						
7.6 Multiamenazas (M)						
Deslaves		Sismos		Erupciones volcánicas		Incendios forestales
Sequía	Inundaciones		Aguajes		Tsunami	
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?	Institución que elaboró el documento.	PNCC	Nombre del documento:	Plan de Contingencia del PNCC	Año de elaboración:	2016
Observaciones:						
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES				SI	NO	SI/
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?		SI	NO	Año de elaboración:		2016
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)?			SI	NO	Especifique:	
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?			SI	NO	Especifique:	
Plan de Manejo						
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?			SI	NO	Especifique:	
Observaciones:						
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)				SI	NO	SI/
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)						
9.1.1 En el Agua (M)						
a. Buceo	b. Kayak de mar	c. Kayak lacustre	d. Kayak de Río	e. Surf		
f. Kite surf	g. Rafting	h. Snorkel	i. Tubing	j. Regata		
k. Paseo en panga	l. Paseo en bote	m. Paseo en lancha	n. Paseo en moto acuática	o. Parasailing		
p. Esquí acuático	q. Banana flotante	r. Boya	s. Pesa deportiva	Otro	text	o
Observaciones:						
9.1.2 En el Aire (M)						
a. Alas Delta	b. Canopy	c. Parapente	d Otro	texto		
Observaciones:						
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)						
a. Montañismo	b. Escalada	c. Senderismo	d. Cicloturismo	e. Canyoning		
f. Exploración de cuevas	g. Actividades Recreativas	h. Cabalgata	i. Caminata	j. Camping		
k. Picnic	l. Observación de flora y fauna	m. Observación de astros	n. Otro	text	o	
Observaciones:						
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)						
9.2.1 Tangibles e intangibles						
a. Recorridos guiados		b. Recorrido autoguiados		c. Visita a talleres artísticos		
h. Participación en talleres artísticos		d. Visita a talleres artesanales		i. Participación en talleres artesanales		

e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas	
g. Presentaciones o representaciones en vivo	h. Muestras audiovisuales	g. Fotografía	
j. Degustación de platos tradicionales	l. Participación de la celebración	m. Compra de artesanías	
n. Convivencia	o. Medicina ancestral	Otro <input type="text"/>	
Observaciones: Convivencias San Pablo Urcu, Centro Turístico Transito Amaguaña			
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI NO S/I			
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)			
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?	SI NO	Especifique:	
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turística cantonal?	SI NO		
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales	Periodicidad de la promoción	
a. Página WEB	URL:		
b. Red Social	Nombre:		
c. Revistas Especializadas	Nombre:		
d. Material POP	Nombre:		
e. Oficina de Información Turística	Nombre: Dirección de Turismo GADIP Cayambe		
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	Nombre:		
g. Asistencia a ferias turísticas	Nombre:		
h. Otro	Nombre:		
Observaciones:			
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI NO Especificue: <input type="text"/>			
Observaciones:			
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI NO S/I			
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos			
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?	SI NO	Tipo: Digital Papel Años de registro 2009-2012	
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?	SI NO	Frecuencia de los reportes: Mensual	
c. Temporalidad de visita al atractivo			
Alta (meses)	Especifique Diciembre a Febrero ; Junio a Agosto	Número de visitantes 0	
Baja (meses)	Septiembre a Noviembre	0	
d. Llegada de turistas			
Turista nacional		Turista extranjero	
	Llegadas mensuales	Total anual	Llegadas mensuales Total Anual
Ciudades de origen	<input type="text"/> 0	0	Países de origen <input type="text"/> 0 0
	<input type="text"/> 0	0	<input type="text"/> 0 0
	<input type="text"/> 0	0	<input type="text"/> 0 0
Observaciones:			
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave			

Nombre del Informante Clave:				Contactos:							
Demanda según días de visita				Demanda según frecuencia de visita							
Lunes a viernes	0	Fines de semana	0	Días feriados	0	Permanente	Estacional	Esporádica	Inexistente		
Observaciones:											
12. RECURSO HUMANO											
SI NO S/I											
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo					3		d. Número de personas especializadas en turismo			1	
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):			f. Número de personas capacitadas por temática (M)			g. Número de personas que manejan algún de Idiomas (M)					
Primaria	0	Secundaria	1	Primeros Auxilios	3	Hospitalidad	3	Inglés	0	Alemán	0
Tercer Nivel	1	Cuarto Nivel	1	Atención al Cliente	3	Guianza	3	Francés	0	Italiano	0
Otro	texto			Sensibilización de discapacidades	0	Otro	texto	Chino	0	Otro	texto
Observaciones:											
13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)											
La Laguna tiene origen en los deshielos del volcán Cayambe, tiene un espejo de agua de aproximadamente 60 hectáreas, su temperatura oscila entre 3° C y 12° C, tiene forma alargada y en su entorno conserva la vegetación nativa arbórea, chaparros y extensos pajonales, que configuran hermosos paisajes para el turismo.											
14. ANEXOS											
a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)											
											
Fuente: Ing. Giovany Andrango											
c. Ubicación gráfica del Atractivo											
											
Fuente: Ing. Giovany Andrango											
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)											

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	Giovany Andrango	Apellido y Nombre	Juan Carlos Quinatoa	Apellido y Nombre	Msc Galo Pabon
Institución	PNCC	Institución	GAD Olmedo	Institución	UT N
Cargo	Técnico	Cargo	Tecnico	Cargo	Docente
Correo Electrónico	nestor.andrango@ambiente.gob.ec	Correo Electrónico		Correo Electrónico	
Teléfono	593 0985405236	Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha	20/ 10/ 201 7	Fecha	17/ 11/ 201 7	Fecha	28/ 11/ 201 7

ANEXO 3

Autorización para la investigación por el GAD Olmedo



GOBIERNO AUTÓNOMO DECENTRALIZADO DE LA PARROQUIA OLMEDO

Olmedo, 07 de julio del 2017

CERTIFICACIÓN DE AUTORIZACIÓN

Yo, Sr. Luis Vinicio Quilo, portador de la cédula de ciudadanía 100283124-4, en mi calidad de Presidente del GAD Olmedo, autorizo al Ing. Néstor Giovany Andrango Benavides, maestrante de la Universidad Técnica del Norte, para que realice su trabajo de investigación denominado: "Implementación de un producto ecoturístico y cultural en el sector Laguna de San Marcos del Parque Nacional Cayambe Coca", en la Parroquia Olmedo

El Interesado puede hacer uso de éste documento para fines académicos en su trabajo de investigación.

Atentamente;


Sr. Vinicio Quilo Cotcha
CI: 100283124-4
Tlf: 0967453329



ANEXO 4

Autorización para la investigación por el GAD Olmedo



Cayambe a 03 de julio del 2017

CERTIFICACIÓN DE AUTORIZACIÓN

Yo, Ing. Werner Barrera Velásquez, portador de la cédula de ciudadanía 1713045407, en mi calidad de Administrador del Parque Nacional Cayambe Coca, autorizo al Ing. Néstor Giovany Andrango Benavides, maestrante de la Universidad Técnica del Norte, para que realice su trabajo de investigación denominado: "Implementación de un producto ecoturístico y cultural en el sector Laguna de San Marcos del Parque Nacional Cayambe Coca",

El Interesado puede hacer uso de éste documento para fines académicos en su trabajo de investigación.



Ing. Werner Barrera Velásquez

CI: 1713045407

Tlf: 0991356209

Parque Nacional Cayambe Coca (za)

Ministerio del Ambiente

Urb. Las Orquídeas, Puerto Baquerizo Moreno y Rocafuerte (Frente al Camal Municipal)

www.ambiente.gob.ec

Cayambe - Ecuador

