



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

TEMA: “ESTUDIO DESCRIPTIVO DE LOS RECURSOS ESPELEOLÓGICOS, DE LA COMUNIDAD PASOHURCO DEL CANTÓN LORETO, PROVINCIA DE ORELLANA, PARA LA PROPUESTA DE UN PRODUCTO TURISTICO.

Trabajo de grado previo a la obtención del título de Ingenieras en Turismo

AUTORAS:

Cuasqui Proaño Mayra Cristina
Jiménez Gutiérrez Mirian Yolanda

DIRECTORA:

Dra. Carmen Trujillo

Ibarra, Noviembre del 2012

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR

Luego de haber sido designada por el Honorable Concejo Directivo de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte de la ciudad de Ibarra, he aceptado con agrado participar como directora de la Tesis del siguiente tema: **“ESTUDIO DESCRIPTIVO DE LOS RECURSOS ESPELEOLÓGICOS, DE LA COMUNIDAD PASOHURCO DEL CANTON LORETO, PROVINCIA DE ORELLANA”** Trabajo realizado por las señoritas egresadas: Cuasqui Proaño Mayra Cristina con número de cedula 100310672-9 y Jiménez Gutiérrez Mirian Yolanda con número de cedula 220010279-2, previo a la obtención del Título de Ingenieras en la carrera de Turismo.

A ser testigo presencial y corresponsable directa del desarrollo del presente trabajo de investigación, que reúne los requisitos y virtudes suficientes para ser sustentado públicamente ante el tribunal que sea designado oportunamente.

Esto es lo que puedo certificar por ser justo y legal.

Dra. Carmen Trujillo
DIRECTORA.

DEDICATORIA

Dedicamos este proyecto a Dios, quien nos dio la fe, la fortaleza, la salud y la esperanza para terminar este trabajo.

A nuestros padres quienes nos enseñaron desde pequeñas a luchar para alcanzar nuestras metas, por brindarnos los recursos necesarios y estar siempre a nuestro lado apoyándonos y aconsejándonos para lograr culminar nuestra carrera.

A nuestros hermanos por su apoyo y confianza que sabemos, tomaran nuestro logro como ejemplo a seguir.

A nuestros amigos (as) y a todas aquellas personas que de una u otra forma fueron fieles testigos de este trabajo, y nos brindaron su apoyo incondicional.

Gracias por ayudarnos a cumplir nuestros objetivos y ser parte de nuestros triunfos y fracasos como personas y estudiantes.

Nuestro triunfo es el de ustedes

Los amamos....

AGRADECIMIENTO

Nuestro agradecimiento es primero a Dios, quien nos permitió alcanzar una meta más en nuestra vida.

A nuestros padres y hermanos por brindarnos su amor, apoyo y confianza.

A nuestra querida “Universidad Técnica del Norte” por su excelente enseñanza y entregar profesionales de calidad.

A nuestros profesores que con su paciencia y dedicación constante, supieron transmitirnos sus conocimientos.

A nuestra Directora de Tesis Dra. Carmen Trujillo que fue nuestra guía y que a pesar de sus ocupaciones estuvo siempre compartiendo sus conocimientos y brindándonos su apoyo.

A la ayuda desinteresada de instituciones públicas y privadas por creer en el emprendimiento juvenil y en especial a la Comunidad Pasohurco que nos permitieron realizar este trabajo de tesis y de la cual nos llevamos una bonita experiencia.

A nuestros amigos(as) por sus palabras de aliento y por creer en nosotras.

A todos muchas gracias...

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINAS
ACEPTACIÓN DEL TUTOR	I
DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
RESUMEN	XI
SUMMARY	XII
INTRODUCCIÓN	XIII
CAPITULO I	16
1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	16
1.1 Antecedentes	16
1.2 Planteamiento del Problema	18
1.3 Formulación del Problema	20
1.4 Delimitación	20
1.4.1 Delimitación Espacial	20
1.4.2 Delimitación Temporal	21
1.4.3 Interrogantes de Investigación	21
1.5 Objetivos	22
1.5.1 Objetivo General (Investigación)	22
1.5.2 Objetivos Específicos	22
1.6 Justificación	23
CAPITULO II	24
2 MARCO TEÓRICO	24
2.1 Pasohurco un modelo de turismo espeleológico	24
2.2 Turismo Sostenible	27

2.2.1	Las políticas del Ecuador para el desarrollo del turismo sostenible	27
2.2.2	Pilares de la sostenibilidad turística	28
2.2.3	Recomendaciones para un turismo sostenible	31
2.3	Ecoturismo	33
2.3.1	Bondades del Ecoturismo	35
2.3.2	Sectores involucrados en la actividad Ecoturística	35
2.3.3	Ecoturismo de calidad	36
2.2.4	Ecoturista	37
2.3.5	Tipos de Eco turistas	37
2.3.6	Diferencias entre turistas y eco turistas	38
2.4	Espeleología	39
2.4.1	Clasificación de la espeleología	40
2.4.2	Recursos florísticos, faunísticos y minerales de las Cavernas	41
2.4.3	Principales mecanismos minerogenéticos	44
2.4.4	Principales minerales de caverna	45
2.4.5	Estudios futuros sobre espeleología	47
2.5	Producto Turístico	48
2.5.1	Componentes de un producto turístico	48
2.5.2	Pautas para el óptimo desarrollo de un producto turístico	49
2.5.3	Estudio de Mercado	52
2.5.4	Rutas Turísticas	54
2.6	Promoción y Publicidad Turística	59
2.6.1	Promoción	59
2.6.2	Publicidad	61
2.7	Posicionamiento teórico personal	62
2.8	Glosario de términos	64

2.9	Matriz categorial	71
CAPITULO III		73
3.	METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	73
3.1	Tipo de Investigación	73
3.2	Diseño de Investigación	73
3.3	Métodos de Investigación	74
3.4	Instrumentos y técnicas de Investigación	75
3.4.1	Encuesta	75
3.4.2	Guías de observación	76
3.5	Población o muestra	76
3.5.1	Diseño de la muestra	77
CAPITULO IV		80
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE		
4.	RESULTADOS	78
4.1	Análisis e Interpretación de las Encuestas	79
4.1.1	Situación Social y Económica actual del Habitante	79
4.1.2	Perfil del Turista nacional y extranjero	96
4.2	Caracterización de los componentes de Recursos Espeleológicos y demás Potenciales Turísticos de la Comunidad Pasohurco	122
CAPITULO V		133
5	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	133
5.1	Conclusiones	133
5.2	Recomendaciones	134

CAPITULO VI		136
6.	PROPUESTA ALTERNATIVA	136
6.1	Título de la Propuesta	136
6.2	Justificación e Importancia	136
6.3	Fundamentación	138
6.3.1	Científica	138
6.3.2	Educativa	139
6.3.3	Social	139
6.3.4	Ecológica	139
6.3.5	Turística	140
6.4	Objetivos	140
6.4.1	Objetivo General	141
6.4.2	Objetivos Específicos	141
6.5	Ubicación Sectorial y Física	141
6.6	Desarrollo de la Propuesta	141
6.7	Impactos	143
6.8	Difusión	144
6.9	Bibliografía	146

INDICE DE TABLAS

CONTENIDO

Tabla No.1:	Listado de atractivos turísticos de Pasohurco	26
Tabla No.2:	Diferencias entre turistas y ecoturistas	38
Tabla No.3:	Matriz categorial	71
Tabla No.4:	Análisis de la categorización de los componentes de Recursos Espeleológicos y demás potenciales turísticos de la Comunidad de Pasohurco.	122

INDICE DE CUADROS

CONTENIDO

Cuadro No.1:	Genero de jefes y jefas de hogar	79
Cuadro No.2:	Edad de los encuestados	80
Cuadro No.3:	Etnia de la comunidad	81
Cuadro No.4:	Instrucción educativa de la comunidad	82
Cuadro No.5:	Situación profesional de la comunidad	83
Cuadro No.6:	Tipo de vivienda	84
Cuadro No.7:	Servicios básicos	85
Cuadro No.8:	Miembros de la familia	86
Cuadro No.9:	Trabajo en diferentes instituciones	87
Cuadro No.10:	Ingresos económicos	88
	Organizaciones sociales existentes en la	
Cuadro No.11:	comunidad	89
Cuadro No.12:	Situación organizacional de la comunidad	90
Cuadro No.13:	Apoyo institucional	91
Cuadro No.14:	Disponibilidad para trabajar en el ámbito turístico	92
Cuadro No.15:	Predisposición de la comunidad a capacitaciones	93
Cuadro No.16:	Disposición a convenios institucionales	94
Cuadro No.17:	Procedencia del visitante	96
Cuadro No.18:	Genero del visitante	98
Cuadro No.19:	Edad turistas	99
Cuadro No.20:	Ocupación del visitante	100
Cuadro No.21:	Estado civil del visitante	102
Cuadro No.22:	Ingresos económicos	104
Cuadro No.23:	Frecuencia de visita de turistas	105
Cuadro No.24:	Motivos de visita de los turistas	107
Cuadro No.25:	Preferencia de compañía al viajar	108

Cuadro No.26: Preferencia de atractivos a visitar	109
Cuadro No.27: Medios Publicitarios	111
Cuadro No.28: Tiempo de permanencia en el cantón	113
Cuadro No.29: Interés turístico	114
Cuadro No.30: Valor a pagar por el turista	115
Cuadro No.31: Ofertas turísticas	117
Cuadro No.32: Medios Publicitarios	120

INDICE DE GRAFICOS

CONTENIDO

Gráfico No.1: Genero de jefes y jefas de hogar	79
Gráfico No.2: Edad de los encuestados	80
Gráfico No.3: Etnia de la comunidad	81
Gráfico No.4: Instrucción educativa de la comunidad	82
Gráfico No.5: Situación profesional de la comunidad	83
Gráfico No.6: Tipo de vivienda	84
Gráfico No.7: Servicios básicos	85
Gráfico No.8: Miembros de la familia	86
Gráfico No.9: Trabajo en diferentes instituciones	87
Gráfico No.10: Ingresos económicos	88
Organizaciones sociales existentes en la	
Gráfico No.11: comunidad	89
Gráfico No.12: Situación organizacional de la comunidad	90
Gráfico No.13: Apoyo institucional	91
Gráfico No.14: Disponibilidad para trabajar en el ámbito turístico	92
Gráfico No.15: Predisposición de la comunidad a capacitaciones	93
Gráfico No.16: Disposición a convenios institucionales	94
Gráfico No.17: Procedencia del visitante	96

Gráfico No.18: Genero del visitante	98
Gráfico No.19: Edad turistas	99
Gráfico No.20: Ocupación del visitante	101
Gráfico No.21: Estado civil del visitante	103
Gráfico No.22: Ingresos económicos	104
Gráfico No.23: Frecuencia de visita de turistas	106
Gráfico No.24: Motivos de visita de los turistas	107
Gráfico No.25: Preferencia de compañía al viajar	108
Gráfico No.26: Preferencia de atractivos a visitar	110
Gráfico No.27: Medios Publicitarios	112
Gráfico No.28: Tiempo de permanencia en el cantón	113
Gráfico No.29: Interés turístico	114
Gráfico No.30: Valor a pagar por el turista	116
Gráfico No.31: Ofertas turísticas	118
Gráfico No.32: Medios Publicitarios	120

ANEXOS

1. Certificado de Validación
Encuesta Dirigida a jefes (as) de hogar de la
2. Comunidad Pasohurco y a Turistas tanto
Nacionales como Extranjeros
3. Fotografías
4. Árbol de Problemas
5. Matriz de Coherencia

RESUMEN

El presente trabajo tiene como finalidad, diseñar una Ruta Eco Turística Espeleológica, para la conservación y manejo de los Recursos Naturales especialmente “espeleológicos” de la Comunidad Pasohurco, Cantón Loreto, Provincia de Orellana, para lo cual fue necesario cumplir los siguientes objetivos: Caracterizar los componentes de los recursos espeleológicos y demás potenciales turísticos de la Comunidad Pasohurco; Determinar el perfil del visitante y la situación económica actual de la comunidad; Diseñar la “Ruta eco turística espeleológica, como un producto turístico que permita el incremento de la demanda nacional e internacional. Este trabajo requirió de la metodología de campo, de carácter descriptiva y documental con la utilización de matrices de actores, entrevistas, encuestas, guías de observación, lo que permitió cumplir con este proyecto y obtener como resultados de la investigación: el diseño de la Ruta Eco Turística Espeleológica, fomentar nueva fuentes de empleo, concienciación ambiental y turística de la población beneficiaria, de tal manera que se promuevan nuevas actitudes de comportamiento ambiental, hacia la obtención de una mejor calidad de vida, reduciendo los impactos ambientales, segmentación de la demanda y tipo de oferta turística, socialización del proyecto a la comunidad, de igual manera disponer de un nuevo producto turístico sustentable, para el disfrute de visitantes nacionales y extranjeros.

SUMMARY

This paper aims to design a route Speleological Eco Tourism, conservation and management of natural resources especially "caving" Community Pasohurco, Canton Loreto, Orellana Province, for which it was necessary to achieve the following objectives: To characterize components speleological resources and other tourist potentials of the economic situation of the community design the "eco-tourism route caving, as a tourism product that helps to increase domestic demand and internationally. This work required the field methodology, descriptive and documentary in nature with the use of arrays of actors, interviews, surveys, observation guides, allowing the project to meet and get as results of research: the design of Route Eco tourist Speleology, encourage new sources of employment, tourism and environmental awareness of the target population in such manner as to promote new attitudes of environmental performance, towards achieving a better quality of life, reducing environmental impacts, demand segmentation and type of tourism, socialization of the project to the community, just as having a new sustainable tourism product for the enjoyment of domestic and foreign.

INTRODUCCION

El turismo se ha convertido en una de las actividades económicas prioritarias a nivel mundial, en países desarrollados y principalmente en vías de desarrollo ya que esta actividad se muestra como una nueva alternativa socio-económica que ha mejorado significativamente la calidad de vida en poblaciones con posibilidades turísticas, conforme el turismo ha ido creciendo se han aumentado nuevas modalidades dependiendo de la necesidad de cada turista.

Ecuador no ha quedado relegado ante esta oportunidad de desarrollar la actividad turística, ya que cuenta con una gran variedad de atractivos naturales y culturales en sus cuatro regiones (Costa, Sierra, Amazonia y Galápagos), que están siendo explotados sustentablemente y reconocidos a nivel mundial.

La Región Amazónica ecuatoriana posee mayor cantidad de recursos turísticos, tanto culturales como naturales permitiendo incrementar varias modalidades de turismo entre ellas el ecoturismo, que ha tenido un gran desarrollo enfatizándose en proyectos comunitarios, bajo el concepto de sustentabilidad que cuentan con una activa participación local, permitiendo la redistribución de los beneficios económicos generados por la actividad.

Situación que en ocasiones se ha visto reforzada gracias a diferentes iniciativas de trabajo en lugares donde se ha querido alcanzar un desarrollo a través de actividades responsables con el ambiente y respetuosas con la cultura.

La actividad eco turística bien manejada, con características de sostenibilidad y sustentabilidad, es una alternativa congruente a ser planteada en el Cantón Loreto, ya que cuenta con una gran riqueza turística que requiere ser explotada sosteniblemente manteniendo un equilibrio ambiental, social, y económico, es decir; motivando la interrelación entre el ser humano y la naturaleza.

Los recursos espeleológicos son poco utilizados para la actividad turística debido a varias razones, entre ellas el desconocimiento por parte de la Comunidad local y la insuficiente promoción de dichos recursos, lo cual ha conllevado a que, turistas opten por visitar otros atractivos existentes en la Comunidad Pasohurco.

Por tanto, el presente trabajo se desarrolla en los siguientes capítulos:

El Capítulo I.- Describe el problema de investigación, fundamentado en el escaso valor turístico cualitativo y cuantitativo de los recursos espeleológicos por parte de la comunidad Pasohurco; la formulación del problema, interrogantes de estudio, objetivos propuestos, los mismos que permiten cumplir con el propósito y justificación de este trabajo investigativo.

El Capítulo II.- Consta del Marco Teórico, que sustenta el valor y conservación de los recursos naturales espeleológicos y sus atractivos turísticos como fuente de nuevos productos para la zona Oriental

El Capítulo III.- Describe la metodología, tipo de investigación, las técnicas y métodos utilizadas en la investigación, y el procedimiento de la misma.

El capítulo IV.- Se presenta el análisis e interpretación de datos, utilizando la estadística descriptiva con sus respectivas frecuencias y porcentajes, a fin de concretar los resultados de la investigación.

Finalmente el Capítulo V.- Contiene la propuesta como alternativa de proyección socio productivo y económico de la localidad, considerando a la Ruta Ecoturística Espeleológica como un producto turístico innovador.

CAPITULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

1.1. Antecedentes

La región Amazónica, situada al este de los Andes ecuatoriales, es una de las áreas más accesibles y amistosa para el turista nacional e internacional, ya que ésta es rica en poseer variedades de flora, fauna y riqueza cultural, ofreciendo una amplia gama de actividades que va desde la convivencia con comunidades nativas hasta la práctica de deportes extremos, en las diversa provincias de la región oriental.

La provincia de Orellana cuenta con una extensión territorial de 21.676 km² que representa el 8,45 % del territorio nacional y con una población de 136.396 habitantes, dividida en sus cuatro cantones: Aguarico 4.847, Joya de los Sachas 37.591, Loreto 21.163 y el cantón Orellana con 72.795, INEC (Censo 2010).

El territorio de la provincia forma parte de cuatro áreas protegidas importantes (42% de su territorio): el Parque Nacional Yasuní (982.000 Has); la Reserva de Producción Faunística Cuyabeno (603.000 Has); el Parque Nacional Sumaco Napo – Galeras (205.249 Has); y la Reserva Biológica Limoncocha.

El recurso natural de importancia económica para la región y el país, constituye el petróleo que se comenzó a explotar desde principios de los años 70.

En el contexto local la producción agrícola de importancia económica para las familias son el café, la madera y el maíz y en menor proporción para la subsistencia se cultiva arroz, cacao, yuca, plátano, y especies frutales.

Orellana, con sus atractivos naturales, la belleza escénica de sus paisajes, y las culturas étnicas tradicionales, forma un gran potencial turístico. Los lugares de visita preferidos por los turistas son sitios naturales como. Ríos, cascadas, lagos, lagunas, miradores, cavernas, entre otros; así como también sitios de observación de fauna nativa. El lugar con mayor flujo de turistas constituye el Parque Nacional Yasuní, por lo que la provincia oferta varios productos turísticos diferenciados y competitivos en función del interés de los turistas.

El Cantón Loreto debido a que cuenta con una infinita variedad de ecosistemas, paisajes y climas, los cuales se encuentran desde las tierras bajas donde el bosque tropical lluvioso es bañado por ríos cristalinos, que rodean desde la profundidad de la selva a la alta montaña, Volcán Sumaco y la Cordillera de Galeras, formando en sus alrededores maravillosas cascadas, cavernas, piscinas naturales, fósiles, petrificaciones y rápidos para la práctica de deportes extremos. Además es el hogar de asentamientos humanos provenientes de la nacionalidad kichwa y colonos de diferentes provincias del Ecuador.

Gracias a toda esta gran riqueza natural y cultural, el cantón tiene como visión convertirse de Cantón Ecológico a Eco turístico – Cultural, y a través del trabajo permanente fomentar la calidad de vida de sus habitantes.

Pasohurco es una de las comunidades perteneciente al Cantón Loreto que cuenta con una gama de atractivos turísticos naturales visitados por propios y extraños; siendo de mayor atracción e interés las cavernas, un recurso a la espera de ser manejado bajo el término de sostenibilidad.

1.2. Planteamiento del problema.

El Ecuador cuenta con 14.483.499 habitantes aproximadamente y su tasa de crecimiento poblacional total anual es el 1.52%, cuenta con una diversidad étnica dividida en 27 nacionalidades indígenas con su propia cosmovisión del mundo mestizos, blancos y afro ecuatorianos .INEC (2010).

El País enfrenta el reto de construir una sociedad más incluyente y equitativa de emprendedores que contribuyan al desarrollo del país, a través del turismo sostenible ya que posee potenciales para posicionar su cualidad de país mega biodiverso a escala mundial. Sin embargo, el turismo no ha sido tomado en cuenta como una fuente de ingresos de divisas por parte de los gobiernos en curso, debido a su sistema político y administrativo, sumándose a ello el desinterés de quienes tienen a su disposición los diversos componentes turísticos locales.

A ello se suma el escaso estudio sobre espeleología debido a que este tipo de Recursos Naturales han estado excluidos de la actividad turística. Según la Revista Cordillera Alímite, el Dr. Giovanni Onore, catedrático de la Universidad Católica del Ecuador en la materia de bioespeleología comentó: “El 99% de cuevas orientales en Ecuador han sido destruidas por la mano del hombre. El turismo mal manejado es una desgracia, porque no respeta lo que está allí y debe permanecer intacto”.

Esto conlleva a una amplia reflexión sobre la utilización de este preciado recurso que a futuro sería un referente de la riqueza mineral en este territorio.

El Espeleoturismo, una nueva actividad orientada a la visita y exploración de las cavernas, es una fuente importante de ingresos económicos para muchos países que lo practican, pero esta actividad en el Ecuador no

logra obtener resultados contundentes, debido a que no existe un desarrollo acorde a una ética responsable; es decir, garantizando la seguridad del turista y a su vez, protegiendo los recursos existentes en estos lugares. Esto se debe, principalmente, a la insuficiente formación de guías especializados en esta temática, sumado a ello, el desconocimiento de la existencia de atractivos espeleológicos (cavidades turísticas), sobre todo en la región de la Amazonía ecuatoriana.

Loreto a pesar de contar con recursos naturales y culturales suficientes para crecer en el ámbito turístico, aún no ha logrado posicionarse en el mercado, debido a varias causas, como: la migración, la inadecuada educación en el sector turístico, la tala indiscriminada de bosques, insuficiente infraestructura turística y de vías alternas para acceso directo a los atractivos, como también la ausencia de personal local especializado en turismo, la normativa legal de regulación y control de la actividad turística, la pérdida y desvalorización de la cultura indígena aborígen. Todos estos factores han afectado seriamente al desarrollo y posicionamiento del cantón dentro del mercado turístico nacional e internacional.

La comunidad de Pasohurco cuenta con varios lugares de interés turístico, algunos de ellos se encuentran en propiedades privadas como las cavernas que por encontrarse en dicha situación no han tenido el suficiente apoyo por parte de la Comunidad y del Gobierno local.

Otro motivo por el cual la Comunidad no ha sido reconocida turísticamente en su totalidad es por el escaso conocimiento y valoración de los recursos naturales como también la poca intervención de profesionales en este ámbito; por estas razones es que se han dedicado a otras actividades económicas tales como: agrícolas, ganaderas, madereras entre otras.; provocando así el desgaste de estos recursos.

Por este y varios factores, es que se ha visto necesario la creación de la Ruta Eco turística Espeleológica lo cual permita la valoración y promoción de dichos recursos como también la participación de toda la Comunidad ya que ellos se muestran interesados en formar parte de este producto turístico, logrando así el apoyo de los gobiernos locales para convertirse en un destino turístico reconocido a nivel local, nacional e internacional.

1.3. Formulación del problema.

¿Cuál es el valor turístico cualitativo y cuantitativo de los Recursos Espeleológicos y Potenciales Turísticos de la Comunidad Pasohurco del Cantón Loreto, Provincia de Orellana?

1.4. Delimitación.

1.4.1. Unidades de observación.

Recursos Espeleológicos y Potenciales Turísticos en la Comunidad Pasohurco, del Cantón Loreto Provincia de Orellana.

1.4.2. Delimitación Espacial.

El trabajo de investigación se desarrolló en la Comunidad de Pasohurco, cantón Loreto provincia de Orellana involucrando a sus habitantes así como turistas nacionales y extranjeros que optan por conocer los diferentes atractivos turísticos que brinda la provincia. La extensión total de la Comunidad de Pasohurco es de 1.702 has y se encuentra desde los 650msnm hasta los 1050msnm.

1.4.3. Delimitación temporal.

La investigación se realizó a partir del mes de octubre del 2011 hasta el mes de Julio del 2012.

1.4.4. Interrogantes de Investigación

- ❖ ¿Qué tipo de Recursos Espeleológicos y Potenciales Turísticos posee la Comunidad Pasohurco?

- ❖ ¿Qué características importantes tienen los visitantes del cantón Loreto y cuál es la situación socioeconómica y cultural de los pobladores de Pasohurco?

- ❖ ¿La implementación de la Ruta Ecoturística Espeleológica lograra convertir al cantón como un destino turístico reconocido, y por ende el incremento de la demanda turística nacional e internacional

1.5. Objetivos.

1.5.1. Objetivo General.

Realizar un estudio descriptivo de los Recursos Espeleológicos y Potenciales Turísticos de la Comunidad Pasohurco del Cantón Loreto, Provincia de Orellana.

1.5.2. Objetivos Específicos.

- 1) Caracterizar los componentes de los Recursos Espeleológicos y demás Potenciales Turísticos de la Comunidad Pasohurco.
- 2) Determinar el perfil del visitante y la situación económica actual de la Comunidad Pasohurco
- 3) Diseñar una propuesta alternativa que contribuya a mejorar significativamente la actividad turística en la Comunidad Pasohurco.

1.6. Justificación.

Establecer un análisis de los potenciales naturales “Cavernas” en la Comunidad Pasohurco del Cantón Loreto, es de vital importancia para rescatar, valorar y desarrollar de forma sustentable este recurso natural.

Una alternativa para ello, sería la elaboración y ejecución de proyectos turísticos como la “Ruta Eco turística Espeleológica” en la que se involucre a la Comunidad, entidades públicas y privadas, lo cual permita un mejor desarrollo que debe ser aprovechado para optimizar los bienes patrimoniales naturales y culturales de la población, permitiendo que la Comunidad se desarrolle y genere fuentes de empleo y se posicione dentro del mercado turístico nacional e internacional, logrando mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

El desarrollo de la presente investigación permitirá además orientar al manejo y aprovechamiento de los recursos naturales y culturales por parte de la población e instituciones gubernamentales, para generar una alternativa de desarrollo turístico sustentable que permita desarrollar propuestas en los pequeños y grandes empresarios del sector turístico, mediante innovaciones turísticas de integración y producción, lo que les obliga a capacitarse en temas concretos de turismo como también a formar parte del asesoramiento a la población para un mejor desarrollo dentro del sector, acciones que pueden servir como ejemplo a ser aplicadas en otras comunidades con características similares, que estén dispuestas a trabajar mancomunadamente y crecer en el ámbito turístico laboral y de emprendimiento.

CAPITULO II

2. MARCO TEORICO

2.1. Pasohurco, un modelo de Turismo Espeleológico.

Según; Hurtado, F; (2005); Los rangos altitudinales de la comunidad Pasohurco van desde los 650 – 1050 msnm, con temperaturas que oscila entre los 21°C a 25°C, con una humedad que va desde los 85% a 95% según la época del año, posee una precipitación de 3000 a 4000 mm por año.

Para; Cañadas, A; (2000); La alta pluviosidad de esta zona, es la consecuencia de una superposición de lluvias de tipo convencional de las partes bajas adyacentes y de lluvias de tipo orográfico originada por los vientos que son obligados a ascender por estas vertientes y mientras más radical es el cambio por el tipo de topografía la región se vuelve más lluviosa.

Dendix, U; (2000); menciona, la distribución de la máxima lluvia se presenta en los meses de marzo y abril y la de menor intensidad en octubre, esto respondiendo al tipo de lluvia equinoccial ya que mientras en los meses de junio y julio fechas en que el resto del país se encuentra en un período de sequía, en la zona de Pasohurco se registra un tercer período de lluvia y se origina como una típica transición de lluvias en el filo de la zona tropical.

En esta área geográfica predominan tipos de bosques tales como: bosque húmedo pre montano y bosque húmedo tropical de las cordilleras

amazónicas; dada la extrema irregularidad de su topografía se han originado una serie de formaciones geológicas espectaculares como: cascadas bioenergéticas, fósiles marinos encontrados en tierras arcillosas, limosas de formación volcánica del Cerro Galeras y Volcán Sumaco a esto se suman ríos cristalinos como son; Hollín, Pucuno, Huataraco y Suno que son afluentes del río Napo y contribuyen significativamente a la actividad agrícola.

La comunidad Pasohurco, para satisfacer sus necesidades económicas ha venido desarrollando actividades tales como: la agricultura que en su mayoría es para autoconsumo ya que los suelos no permiten una producción sostenible y se desgastan con el tiempo. Entre los productos agrícolas que en esta zona se cultiva, están: chonta, plátano, caña de azúcar, naranja, mandarina, lima toronja, limón, café, cacao, naranjilla, ente otros los cuales sustentan la economía local.

Otra de las actividades económicas que la comunidad ha venido practicando de forma no tecnificada es la ganadería, la cual causa un impacto negativo sobre el bosque que también se encuentra amenazado por la tala indiscriminada.

En lo que se refiere a la actividad turística, se ha venido desarrollando en la localidad con productos turísticos inseguros no competitivos, lo que ha generado una preocupación en mejorar los accesos a los atractivos que son visitados por turistas nacionales y extranjeros, entre los atractivos turísticos potenciales con los que cuenta la comunidad se citan los siguientes:

Tabla 1. Listado de atractivos turísticos de Pasohurco

ATRATIVOS TURISTICOS DE PASOHURCO		
NATURALES		CULTURALES
• Cavernas:	Milagro de Dios La Belleza Refugio de las guantas	• Fósiles
• Cueva:	Guangana	
• Cascadas:	El Resbaladero Los Planchones Lluvia Pakcha Papa Lluvia Pakcha Hija Lluvia Pakcha Mama Lluvia Pakcha Hijo	
• Miradores	Volcán Sumaco Pasohurco	
• Rio	Balneario Huataraco Pasohurco	
• Reserva Ecológica	Flor de Pasohurco	
• Formaciones Rocosas		

Fuente bibliográfica, Plan estratégico para la competitividad turística de la provincia de Orellana (2009).

Elaborado: Cuasqui, M; Jiménez, M, (2012)

Como se señala en el cuadro anterior, la Comunidad cuenta con varios atractivos turísticos naturales y culturales, los cuales deben ser explotados de manera sostenible para mantener su valor turístico.

2.2. Turismo Sostenible.

Capece, (2008); indica, que son aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad es repartida de forma equitativa, y donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje.

La Organización Mundial del Turismo (OMT 2005), define al turismo sostenible como la satisfacción de las necesidades presentes de los turistas y de las regiones hospederas, a la vez que protege y mejora las oportunidades para el futuro. Hacer del Turismo Sostenible una realidad, conlleva la adopción de un cambio de actitud, implantación de medidas correctivas en todas y cada una de las áreas de gestión y operación de las empresas turísticas. Estas acciones tienen como meta garantizar que se está produciendo con el menor impacto posible, que se mejora la calidad del producto turístico así como su imagen frente al cliente y que se hace más eficiente en el desarrollo empresarial, por ende su desempeño socioeconómico. Siendo así, el Ecuador no podía quedarse relegado ante un desarrollo sostenible en la actividad turística, razón por la que ya se están planteando mecanismos para lograr este fin y ser los pilares de este tema de contundente acogida a nivel mundial.

2.2.1. Las políticas del Ecuador para el desarrollo del turismo sostenible.

De acuerdo a Gerencia Regional Austro M.T. (2009).

Representan líneas de acción para la gestión interinstitucional buscando dinamizar la economía nacional en torno a la actividad turística, mediante el funcionamiento coordinado entre los actores públicos, privado y comunitario a través de una gestión descentralizada y desconcentrada eficiente mejorando la competitividad del sistema turístico con productos y servicios sostenibles de calidad con valor agregado, optimizando las oportunidades que genera el turismo para la mejora en la calidad de vida de los residentes. Ello implica la formación y capacitación del recurso humano para la sensibilización, valoración y conservación del patrimonio turístico nacional, cultural y natural basado en la aplicación de Buenas Prácticas para el Turismo Sostenible. Estas se constituyen, en una herramienta que facilita a las empresas grandes, medianas y pequeñas adoptar acciones concretas que les permitan orientar su gestión hacia la práctica de un turismo sostenible, basado en el equilibrio de sus tres pilares: ambiental, económico y social.

2.2.2. Pilares de la sostenibilidad turística

a) El pilar económico y sus beneficios.

Pérez, (2006); señala.

La industria turística es un potente motor de crecimiento. Una importante fuente de ingresos que puede ayudar, en gran medida, apalea los problemas de países en vías de desarrollo. El turismo es toda una oportunidad afortunadamente, muchas naciones están aprovechando este sistema.

Como beneficios están las **Divisas**: donde, visitantes extranjeros gastan su dinero en el País o Región que visitan. Esto equilibra de forma importante la balanza de pagos del lugar de destino. Se considera que el

turismo produce dos tipos de ingresos entre los cuales se encuentra **directos e indirectos**.

El primero trata sobre el gasto realizado por los visitantes en el país: pagos en hoteles, restaurantes, tiendas, agentes de viaje, entre otros y el segundo, es aquel que se produce cuando el dinero que entra por el turismo se filtra en el resto de la economía, como son: importaciones de productos para los visitantes, proveedores locales, salarios a la población local, entre otros.

Otro de los beneficios es el **Empleo**, que se refiere al incremento de la oferta de trabajo, que puede ser: **Directo**: es decir, Provocado en las instalaciones turísticas tales como; hoteles, restaurantes, empresas de actividades, tiendas, otros. **Indirecto**: se refiere a proveedores de las instalaciones turísticas; y el **Inducido** que es promovido por la expansión económica al haber más empleo turístico.

Siguiendo con los beneficios se indica igualmente los **Ingresos nacionales** ya que la actividad turística atrae también al turismo nacional.

Todo ello estimula la creación de nuevas empresas y por tanto más ganancias económicas y más empleo, diversificando la actividad económica además de las labores tradicionales de una zona surge la turística como una nueva forma de ganarse la vida.

El Pilar social quizás, el más olvidado de la sostenibilidad turística. Si el económico se concreta en muchas ocasiones y el ambiental supone un gran esfuerzo del desarrollo sostenible. Las cuestiones sociales tienen su importancia, al igual que la económica y ambiental para la obtención del equilibrio sostenible. La gran responsabilidad del impacto social del

turismo tiene el visitante, ya que las interacciones con la población local son muy diferentes.

Como problemas sociales que puede ocasionar el turismo están los siguientes:

- ❖ **Acercamiento de los inconvenientes de las grandes ciudades.-**
Tales como: tráfico, contaminación atmosférica y acústica, consumo de drogas, prostitución, alcoholismo, violencia, delincuencia, entre otros.
 - ❖ **Neocolonialismo.-**En el que los visitantes modifican pautas de conducta de los pobladores locales, cambiando sus ideas de los demás, las distintas culturas, entre otros.
 - ❖ **Empleo estacional.-**Provoca trabajos inestables, sólo en determinadas épocas del año.
 - ❖ **Abandono de las actividades tradicionales.-**Ante el avance del turismo se han cambiado actividades económicas de antaño tales como la pesca, la agricultura, la ganadería, por nuevas actividades en la industria turística.
 - ❖ **Comercialización intensiva.-** los productos tradicionales que se vendían para la población local, pasan a ser comercializados de manera intensiva para el turismo.
 - ❖ **Molestias a la población local.-** se refiere a la capacidad de carga social de los habitantes del entorno.
- b) El pilar ambiental.-** la industria está siendo vista como una amenaza para los recursos naturales del planeta, si no se tiene una conciencia ambiental sostenible. Y es que el turismo, sea cual sea

el sector elegido, se debe al medio natural, por tal razón se debe tener muy en cuenta los impactos ambientales que el turismo puede causar.

Impactos ambientales del turismo:

- ❖ Destrucción o deterioro de los recursos naturales
- ❖ Gran consumo de suelo
- ❖ Consumo excesivo de recursos
- ❖ Producción excesiva de residuos
- ❖ Contaminación de tierra, agua y aire
- ❖ Contaminación acústica
- ❖ Contaminación arquitectónica.

Así como existen impactos ambientales que el turismo puede causar existen también, beneficios para el medio ambiente que la actividad turística ocasionaría.

Beneficios para el medio ambiente que puede provocar el turismo:

- ❖ Conservación del patrimonio natural
- ❖ Sensibilización de la sociedad

Los pilares de la sostenibilidad turística citados anteriormente, hacen posible que se pueda dar a conocer algunas recomendaciones para el desarrollo del turismo sostenible.

2.2.3. Recomendaciones para un turismo sostenible.

De acuerdo a; Fundación Biodiversidad (2010); esta iniciativa nace impulsada por el Ministerio de Medio Ambiente, la Fundación

Biodiversidad e Iberia y tiene por objeto la sensibilización y la concienciación de los ciudadanos, promoviendo conductas responsables y buenas prácticas ambientales durante la estadía en los destinos turísticos.

Iberia ha colocado un folleto divulgativo en los bolsillos de los asientos de los aviones, los cuales contienen información sobre turismo sostenible con consejos prácticos para que los turistas se conciencien de lo que deben o no hacer en sus destinos y por qué sus acciones puede poner en peligro la riqueza biológica del lugar que se visita. Las "Diez recomendaciones para un turismo sostenible" son:

1. Al planificar su viaje, elija aquellos proveedores que le ofrezcan garantías de calidad y de respeto a los derechos humanos y al medio ambiente.
2. Utilice los recursos naturales, como el agua y la energía, con moderación. Recuerde que son bienes escasos.
3. Trate de minimizar la generación de residuos. Son una fuente de contaminación.
4. Cuando tenga que deshacerse de un residuo, hágalo de la manera más limpia que le facilite su lugar de destino.
5. En un espacio natural procure que la única huella que deje atrás sea la de su calzado.
6. Si visita ecosistemas sensibles, como arrecifes de coral o selvas, infórmese de cómo hacerlo para causar el menor impacto posible y no degradarlos.

7. Al comprar regalos y recuerdos busque productos que sean expresión de la cultura local. Favorecerá la economía de los pueblos que le acogen y la diversidad cultural.
8. No adquiera flora y fauna protegida por el Convenio de Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (CITES), ni productos derivados de dichas especies. Es un delito y contribuye a su extinción.
9. En su destino disfrute conociendo la cultura, costumbres, gastronomía y tradiciones de las poblaciones locales. Respételas y acérquese a ellas.
10. Trate de contribuir con su presencia al desarrollo de un turismo responsable y sostenible, construyendo con su viaje un planeta más saludable y solidario.

Siguiendo estas recomendaciones el turista contribuirá a conservar los recursos culturales y naturales, mediante la práctica de un turismo sostenible, por lo cual es oportuno señalar que como fundamento de este tipo de turismo está el Ecoturismo.

2.3. Ecoturismo.

Ramírez, (2006); menciona:

“Ecoturismo es una actividad que contribuye a la conservación mediante un viaje ambientalmente responsable de un grupo de personas denominadas eco turistas a lugares poco alterados, con el fin de combinar el placer con el conocimiento e interrelación con la naturaleza con un mínimo impacto ambiental, social y cultural” pág. 20

Según este autor; el Ecoturismo está enfocado en desarrollar actividades de manera sustentable en la naturaleza manteniendo siempre un equilibrio ambiental económico y social dando como resultado la conservación y preservación de los recursos naturales y culturales que serán aprovechados por generaciones futuras.

La UICN(Unión Mundial para la Naturaleza) (2000); 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 silvestre) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural(del presente y del pasado) que puede encontrarse ahí, mediante un proceso que promueva la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural; propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales”

Para Cevallos, Lascurain; (2005); el Ecoturismo incorpora aspectos importantes como:

- ❖ El objetivo de la motivación del viaje a áreas naturales y culturales
- ❖ Las posibles actividades a realizarse

El ecoturismo contribuye a la conservación y manejo de los recursos naturales y particularmente de las áreas protegidas aprovechándolas como un recurso eco turístico estratégico. Esta modalidad turística también potencia y reconoce la cosmovisión de las comunidades locales contribuyendo al desarrollo de la economía local. En este sentido, se debe propiciar la reinversión de los ingresos turísticos en las distintas localidades, siendo dicha acción una de las bondades del ecoturismo

2.3.1. Bondades del ecoturismo.

El mismo autor menciona que las bondades del Ecoturismo:

- ❖ Contribuye a la conservación de los recursos naturales.
- ❖ Resalta la valoración del patrimonio natural y cultural.
- ❖ Induce a la planificación y manejo de los recursos naturales y culturales.
- ❖ Genera empleos y beneficios económicos a las poblaciones locales.
- ❖ Promueve la investigación científica, especialmente a lo concerniente a los recursos naturales.
- ❖ Integra áreas marginales, tanto silvestres como poblacionales, al desarrollo de la economía nacional.
- ❖ Estimula la creación de medianas, pequeñas y micro empresas.
- ❖ Contribuye a la mejoría económica de países tropicales con economías deprimidas.
- ❖ Canaliza fondos, donaciones y asistencia técnica para la conservación de los recursos naturales.

Las bondades del Ecoturismo no pueden concretarse sin la participación activa de sectores involucrados en la actividad turística.

2.3.2. Sectores involucrados en la actividad Ecoturística.

Robles, A; (2000); manifiesta que en el desarrollo del ecoturismo se involucran cuatro sectores.

Sector ambientalista.- Son modelos de desarrollo ambientalista económica y ecológicamente sostenible

Sector turístico empresarial.- Es el que maneja los movimientos de mercado, observa cambios y experimenta clientela, y se encarga de la planificación de la oferta turística.

Sector gubernamental.- Se encarga de promocionar y potencializar atractivos turísticos naturales que se ofertan en el mercado a nivel internacional.

Sector consumidor.- Está formado por la demanda turística, lo que indica que para una adecuada gestión de la actividad turística debe existir una estrecha relación entre estos cuatro sectores, el sector ambiental tomando en cuenta la preservación y mitigación de impactos, la capacidad de carga y la sostenibilidad del proyecto; el sector empresarial a través de proyectos productivos, el gubernamental a través de la gestión de apoyo, formulación de leyes que faciliten pero que a la vez controlen estos procesos y el consumidor quien es el que tiene el poder adquisitivo para poder establecer y poseer un producto.

Solo con la relación adecuada entre estos cuatro factores se puede lograr un Ecoturismo de calidad.

2.3.3. Ecoturismo de calidad:

De acuerdo a Pérez, M; (2003); el Ecoturismo de calidad se basa en tres aspectos tales como:

- a) **Ambientalmente sostenible.-** Que sea el mínimo impacto ambiental negativo y que el turista respete a las culturas locales.

- b) **Económicamente viable.-** Que se obtenga beneficios económicos para el país.

- c) **Socialmente aceptable.-** Que sea máxima la satisfacción para los turistas con respecto a la cultura y naturaleza de comunidades locales.

Es importante indicar que un elemento clave dentro del Ecoturismo de calidad es el Eco turista.

2.3.4. Eco turista.

Muñoz (2005); Define al eco turista como:

Una persona que en su desplazamiento a áreas naturales busca lo desconocido, atractivo, interesante, donde pueda incrementar sus conocimiento de lo tangible e intangible que presenten los atractivos naturales y la interacción con la cultura de las comunidades locales. Pág.25

Lo que indica que el visitante debe contar con un espíritu de eco turista que le permita disfrutar con mayor satisfacción de los atractivos turísticos existentes en la Comunidad de Pasohurco, siendo uno de ellos el nuevo producto turístico “Ruta Ecoturística Espeleológica.”

Una vez indicada la definición de Eco turista, cabe señalar los tipos de Eco turistas existentes.

2.3.5. Tipos de Eco turistas:

Para Drumm, A; (2005); Existen varios tipos de eco turistas:

- a) **Turistas con inquietudes ecológicas.-** Son aquellos que muestran interés y sensibilidad a la naturaleza.

b) Ecoturistas científicos.- Son investigadores con vocación ambiental que quieren aprender o quieren ayudar a la conservación del medio ambiente

c) Ecoturistas especializados.- Visitan áreas específicas

d) Ecoturistas ocasionales.- Es aquel turista que elige un tours ecológico de forma accidental, como parte de un viaje más grande.

Habiendo ya identificado al Eco turista, es importante destacar las diferencias existentes entre Turista y Eco turista

2.3.6. Diferencias entre Turistas y Eco turistas.

Tabla No 2. Diferencias entre Turistas y Ecoturistas.

TURISTAS	ECOTURISTAS
<ul style="list-style-type: none"> ➤ 56% prefieren como alojamientos los hoteles. ➤ Mayormente viajan en grandes grupos y apresurados de un lugar a otro. ➤ El 84% posee títulos universitarios. ➤ Pueden realizarlo personas con o sin un elevado nivel de conocimiento ➤ Muchos de sus viajes son orientados a la diversión, sin ningún interés por la naturaleza. ➤ No son conscientes de la degradación de los recursos naturales 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Muchos de ellos prefieren otro tipo de alojamiento como campamentos, casa de los pobladores, entre otros. ➤ Viajan en grupos pequeños y sin prisa. ➤ Tienen un elevado nivel de conocimiento. ➤ Buscan el menor impacto ambiental para los recursos. ➤ Buscan conservar los recursos naturales y disfrutar de la naturaleza.

Fuente: Drumm, A; (2005); "La Guía Del Ecoturismo"; Segunda Edición; Editorial Mundi – Prensa; Madrid.

Elaborado: Cuasqui, M; Jiménez, M, (2012)

Al identificar las diferencias existentes entre turista y Eco turista, se puede decir, que un Ecoturista disfruta de su visita a sitios naturales, causando el menor impacto ambiental a la madre naturaleza, dentro de la cual existen innumerables recursos naturales, siendo uno de ellos los recursos

espeleológicos, componentes principales para el desarrollo del Turismo Espeleológico.

2.4. Espeleología.

Valdivieso (2012); menciona que La espeleología no es más que la actividad deportiva o turística de entrar a una cueva, caverna o gruta -los tres son sinónimos- y descubrir sus secretos. Además, es una ciencia que pertenece a la geología y se encarga de la investigación de estas cavidades. También se la conoce como *caving*, en su voz inglesa pág. 15.

De acuerdo a la definición del autor antes mencionado, se puede concretar que la espeleología es la ciencia que estudia y explora las cavidades naturales que pueden ser tomados en cuenta dentro de la actividad turística ya sea con fines científicos o recreativos.

Según Cuevas, Carsos, (2005); “La Espeleología es una rama de la Geología que estudia la naturaleza, el origen y formación de las cavidades, así como su fauna y flora”.

El mismo autor menciona que las cavidades subterráneas se originan debido a la acción del agua, que cargada de CO₂ de la Atmósfera y del suelo, al filtrarse en este, lo va erosionando en un proceso que dura millones de años.

De acuerdo al mismo autor las cavidades subterráneas se clasifican comúnmente utilizando el espeleométrico, el cual determina el tipo de cavidad según el tamaño de la misma. Las más conocidas son: las grutas, cuando se trata de un salón subterráneo; cueva, cuando se refiere a una cavidad más o menos extensa, formada por varios salones y galerías hasta un largo total que no exceda de un kilómetro; cavernas, aquella

cavidad cuyas galerías y salones poseen más de un kilómetro de largo y no exceden los diez kilómetros.

Debido a que el tema sobre espeleología es muy amplio y complejo, es necesario indicar su clasificación para una mejor comprensión.

2.4.1. Clasificación de la Espeleología:

Desacuerdo a; GEDA, (2010); Descubriendo un mundo interior.

www.geda.pinarte.cult. Pág.1

Espeleogénesis: Estudia el origen de las cavernas.

Espeleohidrología: Estudia la acción producida por el agua.

Espeleomorfología: Estudia sobre las formas y topografía de las cavernas.

Bioespeleología: Estudia la flora y la fauna subterránea.

Espeleología física: Estudia los fenómenos físicos y químicos de las cavernas.

Espeleopaleontología: Estudia las formas de vida extinguidas.

Espeleoetnografía: Estudio de algunas poblaciones vinculadas con las cavernas.

Folklore: Estudia las leyendas, las ceremonias inspiradas por las grutas, cavernas, etc.

Según Fernández (2000); Los aspectos abióticos más relevantes de las cavidades son muy severas debido, principalmente, a la escasa circulación de aire dentro de ella, es así que la humedad es muy alta, lo que afecta al mecanismo de evapotranspiración del hombre. Además se puede encontrar diferentes tipos de gases como el CO₂, CO, Metano que pueden ser nocivos para la salud; y en muchas ocasiones pueden encontrar gases radioactivos como Radón e incluso cantidades dispersas de uranio que en niveles elevados, puede provocar la muerte del visitante.

Para el autor antes citado, los aspectos bióticos relevantes, pertenecientes a la bioespeleología que es la ciencia que estudia los aspectos bióticos de una cavidad, su mayor exponente es Emil Racovitza, científico rumano que clasificó a la fauna cavernícola en tres grupos: **Troglobos** (especies del exterior que se adaptaron a la cavidad), **Troglofilos** (animales que pueden vivir en el interior como en el exterior de la caverna) y **Troglosenos** (animales que ocasionalmente entran en una cavidad). La flora en una cavidad es muy escasa y la clasifican según el número y características de la célula así como de su metabolismo.

En este contexto las cavernas poseen un gran atractivo para diferentes tipos de personas: para científicos es un gran lugar para estudiar sus diferentes áreas; para deportistas, es un lugar donde poner a prueba sus habilidades; y para el turista común es una oportunidad de aprendizaje y descubrimiento donde por un momento su afán por aventura renacerá.

Esto indica que turistas nacionales y extranjeros de diferente tipología se muestran interesados en descubrir un mundo subterráneo y todos sus componentes tales como: flora, fauna, minerales, entre otros.

2.4.2. Recursos Florísticos, Faunísticos y Minerales de las Cavernas.

Según Red Aragón. (2010); Bioespeleología; La fauna de las cavernas. http://www.redaragon.com/turismo/naturaleza/grutas_y_cuevas/1005_guia.asp

Pág. 1

- a) **Bioespeleología**; estudia la fauna de las cuevas, es la rama de la biología que estudia la vida en los ambientes hipogeos, (hipo=debajo, geo=tierra); lugares con escasez o ausencia total de luz, con humedad constante y con escasez de oxígeno.

Según el mismo autor recientemente se ha descubierto que sobre estalactitas y estalagmitas crecen unas bacterias llamadas calcio bacterias, que llegan a ellas a través de sustancias orgánicas diluidas en el agua, a menudo contaminada. Este fenómeno es evidente en ambientes hipogeos poco profundos. Además de algas y musgos, plantas superiores como helechos o algunas otras herbáceas que habitan en las zonas exteriores de las cuevas alimentadas por las sustancias orgánicas que se introducen en la cueva transportadas por las aguas o bien porque forman parte de los excrementos de los animales que las utilizan como cobijo.

De acuerdo al mismo autor. Los seres vivos más curiosos que habitan en cuevas son los animales, en otras épocas considerados animales mágicos hoy son estudiados por la ciencia con verdadero interés por sus adaptaciones a la vida en la oscuridad y su morfología. En una cueva y dependiendo de la vinculación con ella se distinguen tres clases de animales:

- ❖ **Troglobita:** Son los animales que viven toda su vida en el interior de la cueva, a menudo en oscuridad total. El grillo de las cuevas o algunas especies de peces pertenecen a este grupo. Sus adaptaciones morfológicas son numerosas y todas relacionadas con la ausencia de luz; no necesitan ver por lo que son ciegos igual que otros animales que viven bajo tierra como el topo que no tienen pigmentación, tienen aspecto transparente ya que no necesitan protegerse de los rayos del sol. Además, en el caso de insectos, las alas son muy pequeñas o están soldadas al cuerpo y tienen más aumentados en tamaño los órganos sensoriales.

- ❖ **Troglófilo:** Animales que viven en las grutas pero que se pueden encontrar también en el exterior, dentro de este grupo

encontramos: escorpiones, gusanos y varias especies de insectos. Estas especies pasan largas temporadas en el interior de la cueva y pueden pasar su tiempo de letargo en ellas, se pueden reproducir dentro de la cueva y se alimentan de animales que proceden del exterior aunque en ocasiones salen de la gruta para alimentarse.

- ❖ **Trogloeno:** Animales que pasan parte de su ciclo vital en las cuevas pero que las abandonan para buscar alimento. Los mosquitos y arañas forman parte de este grupo, aunque los animales troglóenos más conocidos son los murciélagos que por sus especiales características merecen un capítulo aparte.

Los murciélagos, se agrupan para darse calor mientras hibernan en el interior de las cuevas. Los murciélagos son unos de los animales más peculiares que existen. Son voladores pero no son aves, sino mamíferos. Todos ellos componen la familia de los quirópteros y han desarrollado una serie de adaptaciones verdaderamente sorprendentes. Sus extremidades delanteras equivalen a las de cualquier otro mamífero, sólo que se han alargado para poder sujetar el patagio, fina membrana que extienden y les permite volar.

En lo que se refiere a hábitos de estos animales nocturnos, se puede decir que pasan el día colgados boca abajo, principalmente en cuevas, y salen al anochecer para alimentarse. Emiten ultrasonidos que, al rebotar con los objetos, les permiten ubicarlos para evitar chocar con ellos o para localizar su alimento utilizando la técnica de la eco colocación.

Los murciélagos que habitan en las zonas frías son capaces de pasar varios meses sin alimentarse en un estado de hibernación en el que reducen su temperatura corporal sensiblemente. Las especies europeas se alimentan principalmente de insectos y de frutos, mientras que las más

exóticas de América, pueden llegar a atacar a pájaros y pequeños mamíferos, cuya finalidad es obtener su sangre como alimento.

Para Valdivieso, (2012); La Espeleología Física estudia los fenómenos físicos y químicos de las cavernas, por lo que es importante indicar que el mundo de los minerales que se producen en las cavernas de los cuales algunos de estos minerales resultarán muy conocidos y también existen en el mundo exterior, pero otros no se los ha oído nombrar nunca, pues solamente se pueden formar en unas condiciones muy exclusivas que únicamente se dan en el mundo interior de las cavernas. Respecto a esto a continuación se da a conocer algunos temas importantes que serán de gran ayuda para una mejor comprensión del tema.

2.4.3. Principales mecanismos minerogénéticos.

Según; Forti, (2012); Minerales que se forman en cuevas.
<http://www.asminar.es/porama.html>

Pág.1

Sobre estos sustratos puede actuar agua de diferente origen y quimismo: meteórica (carbonatada), marina (clorurada), termal (sulfurada y más o menos mineralizada), entre otros. En consecuencia, el contenido salino del agua puede variar mucho, en función de los equilibrios químicos involucrados y de la variedad de sales en solución, llegando a precipitar uno o más minerales.

El ejemplo clásico lo muestran los fosfatos, formados a partir del contacto de guano y/o huesos (muy poco solubles), los cuales, debido a procesos de mineralización del material orgánico, producen pequeñas cantidades

de ácido fosfórico que reacciona con iones calcio, magnesio, entre otros presentes en el agua kárstica, produciendo depósitos amarillentos de fosfato.

La mayoría de las sales disueltas en el agua de percolación no alcanzan la sobresaturación inmediatamente, pero al llegar a una gruta en la que sea posible la evaporación, tiene lugar una deposición con formación inicial de los minerales más solubles. Ejemplo de este mecanismo (basado en el aumento progresivo del contenido de ion magnesio) está representado por las concreciones de calcita, tras las cuales se desarrolla el aragonito y sobre cuyas acículas se forman penachos de hidromagnesita.

Entre las reacciones minerogénicas más importantes se destaca todo un conjunto de reacciones microbiológicas que generan gran cantidad de minerales secundarios relacionados con procesos de oxidación y reducción biológica del azufre (ciclo del azufre), que condiciona la precipitación de un gran número de sulfatos, sulfuras y azufre elemental (único elemento señalado como mineral de caverna), constituyendo en muchos casos el mecanismo prevalente en la génesis de grandes grutas, como la Carlsbad Cavernas (USA) y La Groíta di Monte Cucco (Italia).

El mismo autor antes citado, da a conocer los principales minerales de cavernas.

2.4.4. Principales minerales de caverna.

- a) **Los Sulfatos.**- Son los compuestos químicos que aparecen en más minerales de caverna. Además del yeso se conocen otros 52 minerales. Esto es consecuencia de la abundancia de iones SO_4^{2-}

en el agua de percolación y del hecho de que el ácido sulfúrico originado por la oxidación biológica de los sulfuros es un ácido muy fuerte capaz de movilizar otros iones de las sales, como el carbonato.

- b) Los Fosfatos.-** Aparecen en 45 minerales diferentes, a partir del proceso de digestión del guano y de los osarios. El ácido fosfórico reacciona más tarde con la roca, los depósitos arcillosos y, eventualmente, con mineralizaciones kársticas.
- c) Los Carbonatos.-** Integran unos 24 compuestos diferentes. Aunque el ambiente carbonatado resulta el más clásico, las sales del ácido carbónico (excepto calcita y aragonito) son generalmente raras, debido a la debilidad del ácido carbónico.
- d) Los Nitratos.-** Son siempre fruto de reacciones de mineralización de materia orgánica. Los óxidos de hierro y de manganeso son frecuentes, pero raramente aparecen en formas bien cristalizadas, prevaleciendo las formas coloidal o criptocristalina.
- e) El Ópalo (sílice amorfa).-** Resulta bastante frecuente, en tanto que el cuarzo es raro, precisando para su deposición aguas termales.
- f) Los Halogenuros.-** Aparecen a veces en cavernas en sales, aunque es más común encontrarlos en algunas grutas lávicas. Luego de haber dado a conocer información básica sobre el tema de los minerales en las cavernas, es importante indicar que en relación a este tema nada está dicho ya que quedan muchas investigaciones por realizarse.

2.4.5. Estudios futuros

Según; Gestor, (1012); Espeleología. <http://www.espeleocv.com/fecv/>

Pág.1

Las investigaciones científicas en el campo de los minerales de caverna ofrecen un amplio abanico de posibilidades. El estudio sistemático de los depósitos químicos secundarios se inició hace algunas décadas y son pocos los estudiosos dedicados a ello. Por tanto, existe gran posibilidad de descubrir nuevos minerales.

Por otro lado, se conoce muy poco sobre los mecanismos que controlan la formación e intercambio iónico en yacimientos minerales de interés económico. Las grutas permiten observar directamente y, en ciertos casos, medir cuantitativamente las reacciones a baja entalpia que originan los depósitos químicos.

Las reacciones microbiológicas, particular tipo de interacción entre el ambiente kárstico y los microorganismos, han empezado a analizarse sólo en los últimos 5-10 años, pero se requiere más cooperación entre microbiólogos, químicos y geólogos.

En todo caso, es prioritario y prevalente salvaguardar los minerales de caverna. Por tanto, debe ser absolutamente rechazado no solo cualquier tipo de coleccionismo, sino también cualquier estudio que requiera la destrucción de muestras únicas.

En suma a ello los minerales de caverna, que constituyen casos rarísimos y cuyo valor está ligado al ambiente en que se encuentran, pertenecen a las cuevas y deben mantenerse como patrimonio común de la humanidad, que debe ser aprovechado de la mejor manera, siendo una

de ellas el desarrollo del Turismo Espeleológico, como un nuevo producto turístico listo para el disfrute de turistas nacionales y extranjeros.

2.5. Producto Turístico.

Acerenza, (2005); Menciona que:

“El Producto turístico no es más que un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos y las expectativas de los turistas”. En la práctica puede ser visto como una amalgama de atracciones, alojamientos y entretenimientos. Pág. 25

Según; Bigne, E; (2000).

Un producto turístico se forma mediante la integración de los siguientes elementos: recursos y atractivos + equipamientos e infraestructuras + servicios + actividades recreativas + imágenes y valores simbólicos. Pág. 12

Dadas las definiciones de los autores antes citados, se puede decir que un producto turístico se crea en base a la necesidad del turista con deseos de cumplir todas sus expectativas dentro de un rango de calidad, en cada uno de los componentes que lo conforman.

2.5.1. Componentes de un producto turístico.

Según; Martínez, (2010).

- ❖ **Accesibilidad física:** Proceso que permita llegar físicamente al producto, respecto a esto la utilización de herramientas

comunicacionales como señalización y material informativo son favorables en lo que se refiere a este punto.

- ❖ **Accesibilidad comercial:** Trata sobre la compra factible de realizar.

- ❖ **Accesibilidad económica:** Se refiere al precio adecuado para el segmento seleccionado.

- ❖ **Accesibilidad temporal:** Es decir horarios, fechas y temporadas acordes con las necesidades del cliente.

De acuerdo al mismo autor una vez ya elaborado un Producto turístico, se debe tener en cuenta aspectos como: las expectativas del consumidor, el ambiente en el que se desarrolla el producto y lo más importante el ciclo de vida del producto.

2.5.2. Pautas para el óptimo desarrollo de un producto turístico

- **Las expectativas.**

La satisfacción del cliente está en función del desempeño del producto y las expectativas asociadas a éste. Si el desempeño del producto es menor a las expectativas estaremos en presencia de un cliente insatisfecho, en el caso opuesto tendremos un cliente encantado. Un estado de neutralidad emocional surge cuando las expectativas se igualan al desempeño. Comprender este punto es fundamental, pues el comportamiento del cliente que surge luego de la adquisición del producto afecta el negocio de forma positiva o negativa. En el caso de un cliente insatisfecho su comportamiento posterior a la compra será: no volver a comprar y/o hablar mal del producto.

- **Ambiente**

El ambiente es un factor elemental al hablar de turismo y producto. De acuerdo con la Real Academia de la Lengua ambiente se define como “Condiciones o circunstancias físicas, sociales, económicas, de un lugar.” Tomando esta definición este elemento puede ser determinante en la decisión de adquirir o no un producto. El ambiente es apreciado a través de los sentidos, distinguiéndose cuatro dimensiones: visual, auditiva, olfativa y táctil.

El color, temperatura, aroma, frescura, sonido, volumen que acompañan y visten un producto condicionan la interacción y disposición del cliente con este. En definitiva el ambiente, es un portador de cargas positivas o negativas asociadas al producto.

Luego de haber indicado puntos importantes previos a la elaboración de un producto turístico, es necesario señalar cuál es el ciclo de vida del mismo.

- **Ciclo de vida del producto**

Todo producto al igual que las personas tiene un ciclo de vida con distintas etapas, cada una de las cuales presentan características y necesidades particulares. Por esta razón, al momento de elaborar estrategias de marketing se debe conocer en qué etapa del ciclo de vida se encuentra el producto: introducción, crecimiento, madurez y declinación.

Si ya contamos con un producto y queremos saber en qué etapa estamos, es necesario conocer más acerca de cada una de las etapas citadas a continuación:

- ❖ **En la etapa de introducción;** en esta etapa las ventas del producto son bajas, existen pocos competidores en el mercado y las utilidades son negativas, a medida que avanzamos en el ciclo.
- ❖ **En la etapa de crecimiento;** las ventas se incrementan rápidamente, se observa la presencia de competidores y las utilidades aumentan.
- ❖ **En la etapa de madurez;** el producto está consolidado, las ventas son estables las utilidades son altas el número de competidores es invariable, finalmente.
- ❖ **En la etapa de declinación;** las ventas caen al igual que las utilidades y la competencia disminuye.

Luego de conocer sobre cada una de las etapas, sabremos ya que hacer según la etapa en la que nos encontramos.

Si nos encontramos en la **etapa de introducción** el gasto en publicidad y promoción deben ser altos, se necesita que el producto sea conocido; **en el período de crecimiento** el fin es consolidar la posición de la empresa ,en el mercado, para lograrlo algunos mecanismos como: incorporar nuevos segmentos de mercado, desarrollar mensajes publicitarios centrados en la generación de interés por el producto, introducir mejoras al producto; **en la etapa de madurez** es indispensable acentuar los elementos que nos diferencian de la competencia, **en la etapa de declinación** se debe decidir si se permanece en el mercado o se desarrolla un nuevo producto, en definitiva renovarse, comenzando nuevamente el ciclo. Por ello es de vital importancia realizar un estudio de mercado previo a la elaboración de un producto

2.5.3. Estudio de mercado.

Según; Kotler, P; (2004).

“El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado”

Esto significa que previo a ofertar un producto dentro del mercado requiere de un estudio general indicando bajo que estándares de calidad este va a hacer procesado o fabricado con el objetivo de que sea aceptado por el turista o cliente.

El estudio del mercado turístico exige analizar tanto los rasgos definitorios que lo identifican como las principales tendencias actuales que se observan. Los mercados turísticos presentan algunas singularidades debido a las características de la oferta, que constituye un complejo conjunto de bienes y servicios, a una demanda creciente y cada vez más diversa, a la utilización de recursos que generan atractivo pero corren el riesgo de ser sobreexplotados o al impacto de las nuevas tecnologías de la información. La estacionalidad, el desarrollo de nuevos productos y destinos competidores, los efectos sobre los precios, las características de la estructura de costes o el ciclo de vida de los destinos, son algunos de los rasgos definitorios del comportamiento de los mercados turísticos. Todos estos condicionantes han tenido como consecuencia la aparición de nuevas tendencias tanto en la oferta, como en la demanda y la comercialización. Las empresas que mejor sepan adaptarse a estas nuevas circunstancias serán las que sobrevivan o triunfen en este entorno tan cambiante.

Luego de conocer lo concerniente al estudio de mercado, se debe analizar dos componentes claves dentro de un mercado turístico, tales como:

a) Demanda turística.

Kloter, Camara y Grande (2005); indican que

“La demanda de un producto o servicio es el volumen de compras realizado por un grupo determinado de consumidores, en un área geográfica definida, en cierto periodo y en un entorno dado, como resultado de la aplicación de un determinado nivel de esfuerzo de marketing.” Pág. (190)

Se refiere a un determinado número de consumidores de un producto o servicio que se oferta en una zona específica por un cierto periodo, dando como resultado de todas las decisiones de las demandas individuales de los usuarios turísticos.

b) Oferta turística.

Según; J, Ramón; (2000).

“la oferta turística es el conjunto de bienes, servicios, recursos e infraestructuras que existen en un determinado mercado para el uso y disfrute.”Pág. 25

De acuerdo a Valls; (2003).

“La oferta turística se define como el número total de empresas, instituciones privadas o públicas, que se dedican a la detección, incitación o satisfacción directa o indirecta de una necesidad, o un conjunto determinado de necesidades de ocio, mediante un viaje.”

Tomando en cuenta las definiciones antes mencionadas se puede recalcar que la oferta no es más que un conjunto de bienes o servicios ya sean tangibles o intangibles, como por ejemplo las rutas turísticas que se exponen al mercado con fines de lucro y con la finalidad de que sean aceptados y consumidos por el cliente o turista.

2.5.4. Ruta turística.

Según; DTS consultores; (2007).

La Ruta Turística puede ser definida como un itinerario o recorrido temático propio de una comunidad o área geográfica, que permite el reconocimiento de sus valores y atractivos más particulares, capaz de atraer visitantes y motivar su desplazamiento a lo largo de ella, visitando los atractivos, realizando actividades y utilizando los servicios que han sido habilitados con ese objeto.

Para el mismo autor las rutas turísticas se componen de un conjunto de locales organizados en forma de red dentro de una región determinada y, que estando debidamente señalizados, suscitan un reconocimiento de interés; estos recorridos se organizan en torno a un tipo de actividad industrial que caracteriza a la misma y le otorga su nombre. La Ruta debe ofrecer a quienes la recorren, una serie de placeres y actividades con los elementos distintivos de la misma, debe presentar una imagen integral a partir de la complementariedad entre sitios, servicios, atractivos y lenguaje comunicacional.

Cabe indicar que no es suficiente conocer cómo se compone una ruta, ya que hay que saber también cómo organizarla.

a) Organización de rutas de turismo.

En el proceso de puesta en marcha es importante definir cuáles son las condiciones para su funcionamiento, implicando a los actores que potencialmente podría pertenecer a ella en la definición de actividades que van a desarrollar en su ámbito. Cabe aclarar que si la población local no está interesada en un proyecto, la posibilidad de éxito en un proyecto de desarrollo endógeno es casi nula, por eso es primordial generar en principio un ámbito de participación social, que si bien estará guiada por expertos debe considerarse verdaderamente los intereses de la sociedad local para evitar la implantación de proyectos no deseados.

b) Participantes de las rutas turísticas.

Quienes participan en la ruta están obligados a respetar una serie de criterios que van desde el interés turístico de la actividad desarrollada hasta los servicios prestados, pasando por la calidad de las infraestructuras disponibles, que deberán ser fijadas de común acuerdo, considerando la demanda turística.

c) Elementos de una ruta turística.

Entre los elementos que caracterizan a una ruta se menciona los siguientes:

- ❖ Una producción, actividad o tema particular que la distingue de otras
- ❖ Un itinerario desarrollado sobre la base de la Red Vial u otro tipo de comunicación.

- ❖ Una organización local que brinde información de la ruta, sobre la cual participan personas relacionadas directamente a la actividad industrial o no.
- ❖ La existencia de normas para el funcionamiento y control de los elementos integrantes del proyecto.
- ❖ Asociado a un sistema de promoción
- ❖ Un sistema de señalización de la ruta
- ❖ Un mapa conteniendo información explicativa de la misma.

d) Elaboración de rutas.

Según; Herbert, (2001); el diseño de una ruta turística debe basarse en la necesaria construcción de la misma y en su posterior comercialización, lo cual debe de permitir poner en relación al demandante y al ofertante de producto turístico. Por tanto, en la construcción de una ruta turística debe, en primer lugar, definirse un objetivo concreto que explique qué es lo que se quiere conseguir con dicha ruta turística. En segundo lugar, es necesario que los oferentes (ya que, recordemos, el producto turístico es vendido por diferentes empresas) señalen cuáles son los valores y prioridades con los cuales se va a iniciar la creación de la ruta, y sus posibles ampliaciones y modificaciones. En tercer lugar, y una vez que el producto ya está en el mercado, debe de identificarse si la demanda turística ha aceptado el producto o, en su caso, establecerlas pautas de mejora y modificación del mismo. Y en cuarto lugar, los creadores de la ruta deben de interpretar los datos que, poco a poco, vayan recibiendo de los propios turistas. Esta última etapa debe de desarrollarse a lo largo de toda la elaboración del producto para, de esta manera, ir adaptándose mejor a los gustos de los viajeros. Sin embargo, no debe de olvidarse que cualquier ruta turística es un elemento productivo que hay que vender y que, como tal, está sujeto a una serie de variables, incluido el propio

marketing. Entre estas variables, y siguiendo a Fernández y Guzmán Ramos, (2003); se destacan las siguientes:

- La ruta debe de construirse sobre la base de una actividad específica que la distinga y la diferencie. Esta actividad puede ser muy variopinta: lugares donde vivió un personaje famoso, rincones literarios, conquistas vikingas o elaboración del vino. Es decir, debe de tener un nexo de cohesión común que es el elemento clave para que el turista se sienta atraído por este tipo de turismo. Poco éxito puede tener una ruta que mezcle el alojamiento en castillos con una visita espeleológica.
- El itinerario turístico debe de desarrollarse sobre la base de una red vial u otro tipo de vía de comunicación, ya que este elemento es fundamental para el traslado de los propios turistas. La no existencia de esta red vial implicaría la necesidad por parte de los creadores de la ruta de arbitrar medidas de transporte alternativas para los turistas.
- El itinerario turístico debe de iniciarse en algún punto, en el cual la empresa organizadora de la ruta ofrezca al viajero todos los elementos necesarios para un correcto desarrollo del mismo. Asimismo, y como corolario a este elemento, la ruta debe de estar perfectamente señalizada lo largo de todo el recorrido, mostrando, cuando se considere necesario, mapas de información que permitan a los demandantes de este producto ubicarse correctamente en la ruta.

De acuerdo a López, T; (2008).

Luego de tener conocimiento de cómo se elabora una ruta turística, es pertinente identificar algunos tipos de rutas existentes dentro de las cuales se citan las siguientes

e) Tipos de Rutas Turísticas.

Según; Barrera, (2005); una ruta debe ofrecer a quienes la recorren una serie de placeres y actividades relacionadas con los elementos distintivos de la misma: comida, producción agroindustrial, actividades rurales, entretenimientos en la naturaleza y actividades propias de la cultura regional.

- **Rutas Temáticas e interpretativas.**

Las rutas temáticas son recorridos que conectan puntos relacionados, ya sea de carácter histórico, social o artístico. Generalmente las rutas tienen algún tipo de señalización y básicamente están pensadas para realizarse a pie.

En cuanto al equipamiento está destinado al público en general, su emplazamiento está generalmente vinculado a otros tipos de servicios, tales como centro de visitantes, zonas recreativas, áreas de camping, etc.

Generalmente forman parte de la red de equipamientos recreativos de los espacios naturales protegidos o de otros lugares destinados a la divulgación del patrimonio. Es uno de los servicios interpretativos más efectivos, ya sea en el medio natural, rural o urbano. Supone un contacto directo entre el público y el recurso que se desea revelar, además es considerado como el método ideal para realizar interpretación sobre todo si es guiado.

Es recomendable, que esta actividad tenga un solo tema, de forma que los usuarios saquen el mejor provecho de la actividad, concentrando su atención en un aspecto que puedan interiorizar, y que esta le sirva de conductor para asimilar los distintos elementos del mensaje.

f) Tipos de Rutas temáticas o interpretativas.

Según; Morales, (2000); existen dos tipos de rutas temáticas, las guiadas y auto guiadas.

□ **Ruta Temática Auto guiada:** Es una actividad en una ruta específica a lo largo de la cual el público es autónomo en cuanto a la interpretación, utilizando diversos medios. La dirección de la ruta, puede ser por medio de instrucciones de un folleto, un guía de audio o por medio de marcas en la ruta, flechas indicadoras, están casi pintadas de una forma y color determinado o marcas en el suelo.

□ **Ruta Temática Guiada:** Es un recorrido que realiza un grupo de personas en un área acompañados por un guía. Este tipo de guiado, es un servicio que adapta la interpretación a las necesidades de los participantes, puede incorporar acontecimientos espontáneos y además ofrece la posibilidad de mantener un intercambio de información

2.6. Promoción y Publicidad Turística.

2.6.1. Promoción.

Según; Schoell, (2005); La promoción de ventas es una herramienta o variable de la mezcla de promoción (comunicación comercial), consiste en incentivos de corto plazo, a los consumidores, a los miembros del canal de distribución o a los equipos de ventas, que buscan incrementar la compra o la venta de un producto o servicio. Al respecto, las actividades de planeación del producto, fijaciones de precios y distribución

relacionadas con la mezcla de marketing se llevan a cabo fundamentalmente dentro de un negocio o bien entre un negocio y los miembros de sus canales de distribución. Sin embargo, a través de sus actividades promocionales la compañía se comunica directamente con los clientes potenciales. Y, no se trata de un proceso simple. En vista de esto, se da el nombre de mezcla promocional a la combinación de la venta personal, publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y publicidad no pagada. Una buena mezcla promocional es parte esencial prácticamente de toda estrategia de marketing.

Según el mismo autor, aunque la mayor parte de los mercadólogos emplean una combinación de elementos de sus mezclas promocionales, cada elemento deberá reforzar los mensajes, tales como:

- ❖ Factores relacionados con el producto
- ❖ Factores relacionados con el cliente
- ❖ Factores relacionados con la empresa
- ❖ Factores relacionados con la situación.

Los objetivos promocionales más específicos de una organización dependen de su situación. Al igual que los objetivos generales de la mercadotecnia, los objetivos promocionales deberán declararse en forma clara y específica y se deberá dar un marco temporal para su cumplimiento.

Cabe señalar que la promoción va de la mano con la publicidad, por lo que es necesario conocer sobre este tema.

2.6.2. Publicidad.

Según; Kotler, (2005);La publicidad es una técnica de comunicación masiva, destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación con el objetivo de motivar al público hacia una acción de consumo, según el tipo de soportes que utilice para llegar a su público objetivo. Aunque no existe una clasificación globalmente aceptada, se entiende todo lo que va en medios de comunicación convencionales tales como:

- a) **Anuncios en televisión:** Publicidad realizada a través de cadenas de televisión, bien es a través de spots, patrocinios, micro espacios temáticos. Es un medio caro y de gran impacto, sólo utilizable para productos o servicios de amplio consumo, razón por la cual se han introducido nuevas fórmulas como el patrocinio de programas o recomendación de presentadores.
- b) **Anuncios en radio:** Desplazada en relevancia por la televisión, mantiene un público que por necesidades concretas o preferencias subjetivas escuchan el medio fielmente.
- c) **Anuncios en prensa:** Medio muy segmentado por su naturaleza, existen: revistas de niños, jóvenes, mujeres, profesionales, entre otros. Se trata de un medio leído por personas que gustan de información por lo que la publicidad puede ser más extensa y precisa.
- d) **Productplacement:** Es la presentación de marcas y productos de manera discreta en programas de T.V. o series, noticieros y similares.

- e) **Anuncios en exteriores:** Vallas, marquesinas, transporte público, letreros luminosos, «unipole», vallas prisma, etc. Debe ser muy directa e impactante, «un grito en la calle».

- f) **Anuncios cerrados:** Anuncios desarrollados para exhibirlos en medios específicos tales como videojuegos o películas.

- g) **Anuncios en punto de venta:** Se realiza por medio de displays o visualizadores, muebles expositores, habladores, carteles o pósteres, entre otros, que se sitúan en el lugar en el que se realizará la venta. Es un refuerzo muy importante pues es allí donde se decide la compra. Generalmente, se utilizan como BTL o complemento de campañas publicitarias y promociones en marcha.

- h) **Publicidad online o Anuncios en línea:** Anuncios que están estratégicamente ubicados, en un sitio web o portal, como: foros, blogs o páginas dedicadas, ya que la web incluye redes sociales, y con esto la posibilidad de que todos los consumidores puedan aportar sus comentarios acerca de los productos.

2.7. Posicionamiento teórico personal.

Basándonos en los conceptos, teorías, definiciones y principios anteriormente citados mantenemos que el Turismo es un gran termino que engloba un sin número de definiciones y subdivisiones, es por ello que para nosotras el Turismo es una actividad que utiliza los recursos naturales y culturales de forma sostenible manteniendo la armonía y equidad, entre los tres pilares fundamentales los cuales que son: ambiental, social y económico; generando así fuentes de trabajo digno,

acogiendo turistas nacionales y extranjeros lo que permitirá unir y compartir cultura y tradición de los diferentes pueblos.

Cumpliendo con los parámetros anteriormente enunciados podemos decir que se trata de turismo sostenible dentro del cual encontramos al Ecoturismo en el cual nos identificamos totalmente con la definición dada por. Ramírez, M; (2005); menciona:

“Ecoturismo es una actividad que contribuye a la conservación mediante un viaje ambientalmente responsable de un grupo de personas denominadas eco turistas a lugares poco alterados, con el fin de combinar el placer con el conocimiento e interrelación con la naturaleza con un mínimo impacto ambiental, social y cultural”.

Según la citación del autor; el Ecoturismo está enfocado en desarrollar actividades de manera sustentable en la naturaleza manteniendo siempre un equilibrio ambiental económico y social dando como resultado la conservación de los recursos naturales y culturales que serán aprovechados por generaciones futuras.

La Ruta Eco turística Espeleológica nos permitirá cumplir de la manera más acertada con la ilustración de Hall, ya que para poder realizar dicha actividad necesitamos de los diferentes componentes naturales en especial espeleológicos y de la participación activa de los turistas que se desvían de sus acciones diarias para desarrollar actividades que poseen un toque de riesgo, emociones fuertes y sobre todo conocimiento, e investigación dentro de un parámetro de seguridad, logrando de esta manera alcanzar múltiples beneficios tanto personales como grupales y además dejando a los entes prestamistas de servicios turísticos rentabilidad económica.

El escenario más propicio para desarrollar la Ruta Eco turística Espeleológica es la comunidad de Pasohurco por conservar recursos naturales espeleológicos, como también: ríos, cascadas y bosques que son aptos para ejecutar la Ruta, además de contar con un ambiente grandioso el cual da un valor agregado a esta nueva y potencial oferta turística.

2.8. Glosario de términos.

Actividad Turística.- Es la llevada a cabo por las empresas y profesionales turísticas, realizando actuaciones tendentes a procurar el descubrimiento, conservación, promoción, conocimiento y disfrute de los servicios turísticos.

Actividad Recreativa.- Conjunto de operaciones o tareas propias de una persona o entidad dedicadas a la diversión para alivio del trabajo.

Ambiente.- Condiciones o circunstancias físicas, sociales, económicas, entre otras, de un lugar de reunión de una colectividad o de una época.

Atractivo Natural.- Que atrae o tiene fuerza para atraer y se constituye en la parte principal de un recorrido o tour.

Atractivo Turístico.- Cualquier elemento que pueda inducir al turista a que este visite un determinado lugar.

Audiencia.- Conjunto de personas que reciben información de un medio de comunicación de masas.

Bioespeleología.- Estudia la flora y la fauna subterránea.

Calidad de Vida.- Grado en que una sociedad ofrece la oportunidad real de disfrutar de los bienes y servicios disponibles.

Caverna.- Cavidad natural subterránea o entre rocas.

Clima.- El patrón promedio de la variación de la temperatura y demás condiciones atmosféricas en el lugar específico durante un extenso período de tiempo.

Comunidad.- Todas las plantas y/o animales que viven juntos en un hábitat específico están conectados por las cadenas alimenticias, las redes alimenticias y por otras relaciones. Grupos de especies que viven en comunidades.

Concienciar.- Hacer que alguien sea consciente de algo, adquirir conciencia de algo.

Conservación.- Es el uso inteligente de los recursos naturales; una filosofía del manejo de los recursos naturales que asegura su disponibilidad en el futuro evitando la voracidad en el presente.

Cultura.- Conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos, que caracterizan a una sociedad o grupo social en un período determinado. El término “cultura” engloba además modos de vida, ceremonias, artes, invenciones, tecnología, sistemas de valores, derechos fundamentales del ser humano, tradiciones y creencias. A través de la cultura se expresa el hombre, toma conciencia de si mismo, cuestiona sus relaciones, busca nuevos significados y crea obras que la trascienden.

Deforestación.- Destrucción a gran escala del bosque por la acción humana, generalmente para la utilización de tierra para otros usos.

Desarrollo sustentable.- Es el mejoramiento de la calidad de vida humana dentro de la capacidad de carga de los ecosistemas; implica la satisfacción de las necesidades actuales sin comprometer la satisfacción de las futuras generaciones.

Desarrollo.- Acción y efecto de desarrollar y desarrollarse. Evolución progresiva de una economía hacia mejores niveles de vida.

Destino Turístico.- Meta, punto de llegada a donde se dirige o que escoge un turista para momento de esparcimiento.

Difundir.- Extender, espaciar, propagar físicamente.

Difusión.- Acción y efecto de difundir o difundirse.

Diseñar.- Concepción original de un objeto u obra destinados a la producción en serie. Disposición de manchas, colores o dibujos que caracterizan exteriormente a diversos animales y plantas.

Diversidad Biológica.-La variedad y variabilidad de los organismos vivos del planeta.

Ecología.- Ciencia que estudia las relaciones de los seres vivos entre sí y con su entorno.

Ecosistema.- Sistema dinámico, interactivo, formado de organismos vivos y de todos los componentes de su medio ambiente inorgánico. Los

ecosistemas se encuentran conectados por procesos como la energía y el flujo de nutrientes.

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

Espeleología.- La Espeleología es una rama de la Geología que estudia la naturaleza, el origen y formación de las cavidades, así como su fauna y flora.

Espeleométrico.- El cual determina el tipo de cavidad según el tamaño de la misma.

Espeleogénesis.- Estudia el origen de las cavernas.

Espeleohidrología.- Estudia la acción producida por el agua.

Espeleomorfología.- Estudia sobre las formas y topografía de las cavernas.

Espeleología física.- Estudia los fenómenos físicos y químicos de las cavernas.

Espeleopaleontología.- Estudia las formas de vida extinguidas.

Espeleoetnografía.- Estudio de algunas poblaciones vinculadas con las cavernas.

Estrategia.- Forma de distribuir recursos, configuración de objetivos a largo plazo, conjunto de políticas, criterios para orientar las decisiones fundamentales.

Estalactita.- Concreción calcárea que suele hallarse pendiente del techo de las cavernas.

Estalagmita.- Concreción calcárea del suelo de numerosas cavidades subterráneas.

Extinción.- Es la desaparición gradual o total de algunas especies animal o vegetal, por causas naturales o sociales se consideran en este sentido, especies que se encuentran amenazadas, en riesgo de extinción o extintas.

Fauna.- Inventario de los animales que viven en un sistema determinado.

Flora.-Inventario de plantas que viven en un sistema determinado.

Mineralogía.- Ciencia que estudia los minerales en sus aspectos físicos y químicos. Se divide en materia física, materia química y cristalografía.

Naturaleza.- Conjunto, orden y disposición de todo lo que comprende el universo.

Oferta Turística.-Puesta a la ventana de un producto rebajado de precio. Conjunto de bienes o mercancías que se presentan en el mercado con un precio concreto y en un momento determinado en la que el turista tiene varias alternativas para hacer uso de los mismos.

Producto Turístico.- Es un complejo agregado de servicios y recursos naturales y culturales, creadas para satisfacer las necesidades de las personas que se desplazan durante el uso de su tiempo libre.

Promoción.- Elevar o hacer valer artículos comerciales, cualidades, entre otros.

Publicidad.- Divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, entre otros.

Recreación.- Conjunto de actividades que una persona practica de forma voluntaria en su tiempo libre (el tiempo que resta de las necesidades fisiológicas, secundarias, de trabajo u otras).

Recursos Naturales.- Aquellos elementos de la naturaleza, como agua, suelo, aire, seres vivos e inertes, que en concepto y por experiencia de los seres humanos, son valiosos para la satisfacción de algunas necesidades. Para que determinados elementos sean considerados recursos, es decir, riqueza o potencialidad se precisan por lo menos 3 condiciones: que la sociedad descubra su utilidad para satisfacer necesidades y requerimientos, que la sociedad desarrolle medios para su explotación y la sociedad actúe transformando esos elementos.

Río.- Corriente de agua continua y más o menos caudalosa que va a desembocar en otra, en un lago o en un mar.

Sostenibilidad.- El que conduce al sostenimiento económico, a la elevación de la calidad de vida y al bienestar social, sin agotar la base de los recursos naturales renovables en que se sustenta, ni deteriorar el medio ambiente o el derecho a las generaciones futuras a utilizarlo para la satisfacción de sus propias necesidades.

Troglobita.- Son los animales que viven toda su vida en el interior de la cueva, a menudo en oscuridad total.

Troglófilo.- Animales que viven en las grutas pero que se pueden encontrar también en el exterior.

Trogloxeno.- Animales que pasan parte de su ciclo vital en las cuevas pero que las abandonan para buscar alimento

Turismo.- Es una actividad que se debe al desplazamiento entre una comunidad emisora a una receptora, por más de veinticuatro horas o menos de 365 días y con un motivo no lucrativo.

Turista.- Persona que se desplaza a otros lugares que sea diferente a la de su residencia por un período transitorio de tiempo, mayor de 24 horas.

Vegetación.- Estructura espacial o modo de organización del conjunto de especies vegetales que se encuentran en un lugar determinado. Generalmente, se describe mediante el examen de la satisfacción y del, recubrimiento, aludiendo también a las especies presentes y a las formas de vida dominantes.

Diccionario ilustrado océano de la lengua española, 2004, España.; Microsoft © Encarta © 2009. © 1993 – 2008 Microsoft corporations. Reservados todos los derechos.; <http://es.wikipedia.org>.

Tabla No 3. Matriz categorial

2.9. Matriz Categorial.

CONCEPTO	CATEGORÍA	DIMENSIÓN	INDICADOR
<p>Está conformado por cavidades naturales o artificiales de escasa o gran dimensión.</p> <p>Especialmente las cársidas se extienden por una gran superficie y a menudo se ramifican formando sistema de caverna.</p> <p>La filtración lenta de las aguas a través de carbonato de calcio forma estalactitas y estalagmitas</p>	<p>Potencial de Recursos Naturales Espeleológicos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cuevas ➤ Cavernas ➤ Ríos Subterráneos 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dimensión y conformación. geológica ➤ Minerales predominantes. ➤ Longitudes recorribles sin peligro. ➤ Facilidades de visita.(equipos - guía).

<p>Son el conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante.</p>	<p>Atractivos Turísticos</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Sitios Naturales 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Montañas ➤ Planicies ➤ Desiertos ➤ Ambientes Lacustres ➤ Ríos ➤ Bosques ➤ Aguas Subterráneas
<p>Producto turístico no es más que un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos y las expectativas de los turistas.</p>	<p>Producto Turístico.</p>	<p>Turística</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ruta 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Oferta ➤ Demanda

CAPÍTULO III.

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de Investigación

Refiriéndose a lo objetivos planteados, se sustenta en la investigación **Descriptiva** y **Propositiva**. Descriptiva porque a través de este tipo de investigación de campo se obtendrá la información necesaria que permitirá especificar objetivamente la forma de explotar los recursos turísticos naturales espeleológicos. Y propositiva porque sobre la base de los resultados obtenidos en esta investigación se determinará una alternativa viable y pertinente direccionada hacia el desarrollo sustentablemente los recursos naturales espeleológicos y potenciales turísticos de la Comunidad de Pasohurco, mediante la ejecución de la “Ruta Eco turística Espeleológica” como un potencial turístico local y nacional.

3.2. Diseño de la Investigación.

Para cumplir con los interrogantes de estudio se utilizará guías de observación directa, para obtener información in situ de los Recursos Espeleológicos y demás potenciales de la comunidad de Pasohurco, también se aplicara encuestas a los pobladores de la comunidad y turistas con la finalidad de establecer la tipología de visitante y conocer la situación socio económica y cultural de la población.

3.3 Métodos de Investigación.

3.3.1 Empírico

BUNGE, Mario; La ciencia, su método y filosofía; (2000).“Reconoce que la observación configura la base de conocimiento de toda ciencia y a la vez, es el procedimiento empírico más generalizado de conocimiento. Mediante este método de observación se obtendrá información precisa de los Recursos Espeleológicos y demás Potenciales Turísticos de la Comunidad”. La información recolectada se la obtuvo mediante encuestas realizadas directamente a jefes(as) de hogar de la comunidad en el feriado del mes de Noviembre, así como entrevista al Presidente de la Comunidad, quien tiene mayor conocimiento sobre este tema.

3.3.2 Analítico.

Según RUIZ, Ramón; Historia y evolución del pensamiento científico; (2007)“El Método analítico es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos”.

El método analítico se lo aplica con la finalidad de estudiar el problema, para concluir con certeza el problema investigado procesando y explicando la información de campo y fundamento teórico.

3.3.3. Sintético.

Según RUIZ, Ramón; Historia y evolución del pensamiento científico (2007). “Es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo a

partir de los elementos distinguidos por el análisis, se trata de una explosión metódica y breve, en resumen. En otras palabras debemos decir que la síntesis es un procedimiento mental que tiene como meta la comprensión cabal de la esencia que ya conocemos en todas sus partes y particulares”.

3.3.4. Estadístico.

Estadística Descriptiva se refiere a la recolección, presentación, descripción, análisis e interpretación de una colección de datos, esencialmente consiste en resumir éstos con uno o dos elementos de información (medidas descriptivas) que caracterizan la totalidad de los mismos.

Este método se aplicara para clasificar, interpretar y analizar la información de campo que se va a recolectar mediante las encuestas aplicadas a jefes(as) de la Comunidad Pasohurco, considerada como fuente de información, resultados que ayudaran a un mayor conocimiento de los Recursos Espeleológicos y demás Potenciales Turísticos de la Comunidad

3.4. Instrumentos y técnicas de Investigación.

La técnica es el conjunto del procedimiento del que se vale la ciencia o el arte, para lograr determinado resultado, permite conducir de una manera racional las diferentes fases del aprendizaje en el trabajo de investigación.

3.4.1.-La encuesta.-Se aplicará a turistas nacionales y extranjeros como también a jefes (as) de hogar de la comunidad, tal instrumento constará solamente de preguntas cerradas sobre la base de la escala de Lickert. De ésta forma, se espera identificar la tipología del visitante y la situación

socioeconómica y cultural de la población, permitiendo obtener dichos datos de muestra de manera precisa y vertiginosa.

3.4.2.- Guía de Observación.- Se realizará diferentes observaciones donde se analizarán los atractivos naturales espeleológicos y potenciales turísticos, determinando elementos factibles para el desarrollo del proyecto

3.5. Población o muestra.

La población de la comunidad Pasohurco es aproximadamente de 250 habitantes, según datos emitidos por la Junta Parroquial, obtenidos del INEC Censo 2001, se trabajara con una muestra representativa de la Comunidad beneficiaria, (jefes/jefas de hogar) y con los turistas que llegue en temporadas altas.

Grupos de investigación	N°.
1. Jefas/es hogar Pasohurco	25
2. Visitantes Nacionales y Extranjeros.	100
TOTAL	125

Para obtener la muestra de una población se ha tomado en cuenta como referencia el ingreso promedio de turistas mensual a Pasohurco, de acuerdo a la información emitida por la Junta Parroquial; (466 turistas).

3.5.1. Diseño de la muestra

$$n = \frac{PQ * N}{N - 1 \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

n= Tamaño de la muestra

N= 466 (población)

P= 0.53

Q= 0.27

K= 2 (95.5%)

E= 0.05 (5%)

$$n = \frac{0,25 * 245}{145 - 1 \frac{0,05^2}{2^2} + 0,25}$$

$$n = \frac{61,25}{(244) \frac{0.0025}{4} + 0,25}$$

$$n = \frac{61,25}{244 * 0.000625 + 0,25}$$

$$n = \frac{61,25}{0.04025}$$

n= 152

$$m = \frac{152}{466} E$$

Fracción Muestral

$$m = \frac{n}{N} E$$

$$m = 0.2682 * 245$$

m=6

CAPITULO IV.

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS.

El siguiente Capítulo expone el análisis de la tipología de jefes (as) de hogar de la comunidad Pasohurco, como también de turistas nacionales y extranjeros que visitan la Provincia de Orellana, especialmente el Cantón Loreto, así como el análisis de los componentes naturales espeleológicos y potenciales turísticos de la comunidad, motivo de estudio para el desarrollo de una propuesta alternativa que optimice el aprovechamiento sostenible de sus atractivos turísticos con empoderamiento de sus beneficiarios.

4.1. Análisis e Interpretación de encuestas.

4.1.1. Situación social

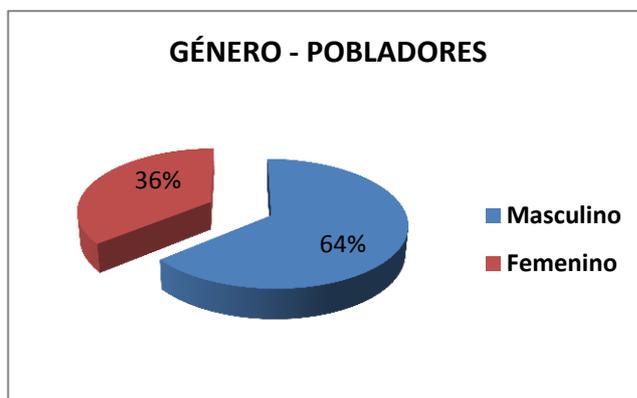
a) Datos Informativos de Jefes y Jefas de hogar de La Comunidad de Pasohurco.

1. Características del Encuestado.

Cuadro Nº 1. Género de jefas y jefes de hogar.

GENERO	FRECUENCIA	%
Masculino	16	64%
Femenino	9	36%
TOTAL	25	100%

Gráfico Nº 1. Género de jefes y jefas de hogar.



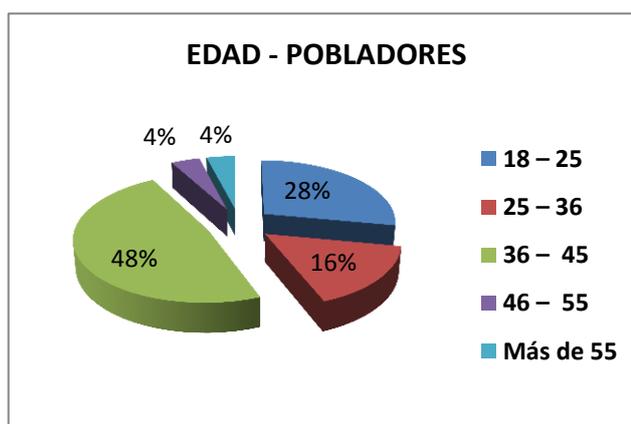
Del 100% de encuestados, el 64% son hombres, mientras que el 36% mujeres. Lo que significa que casi la tercera parte de la comunidad son jefas. Esto permitirá enfatizar en la participación de las jefas de hogar en el proyecto, ya que supuestamente ocupan más cargos los hombres.

2. Edad del Jefe (a) de hogar.

Cuadro N° 2. Edad de los encuestados.

AÑOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18 – 25	7	28%
25 – 36	4	16%
36 – 45	12	48%
45 – 55	1	4%
Más de 55	1	4%
TOTAL	25	100%

Gráfico N° 2. Edad de los encuestados.



El gráfico y cuadro expuestos indican que el 48% de jefes/as de hogar se encuentran dentro del rango de 36 a 45 años, seguido por el 28% entre 18 y 25 años y el 16% corresponde a 25 y 36 años., mientras que para el límite de 46 a 55 años y más es el 4% respectivamente.

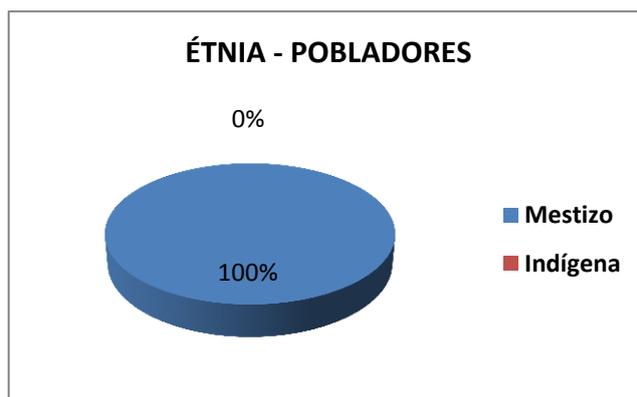
Los porcentajes obtenidos señalan que la población beneficiaria del proyecto tiene un alto porcentaje de gente joven y únicamente menos del 10% corresponden a adultos mayores.

3. Etnia a la que pertenece.

Cuadro N° 3. Etnia de la comunidad.

ETNIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mestizo	25	100%
Indígena		
TOTAL	25	100%

Gráfico N° 3. Etnia de la comunidad.



La Comunidad de Pasohurco está conformada en su totalidad por la etnia mestiza, procedentes de diferentes provincias del País. Todas estas personas llegaron a formar parte de dicha comunidad, con la única finalidad de tener un mejor porvenir económico ya que en su lugar de origen no fue posible, razón por la cual con el pasar del tiempo la comunidad se ha organizado y fortalecido, llegando a crear lazos de amistad con comunidades indígenas aledañas a la suya, lo cual indica que pese a la diferencia de idiomas y costumbres, tanto la etnia mestiza como la indígena viven en forma mancomunada.

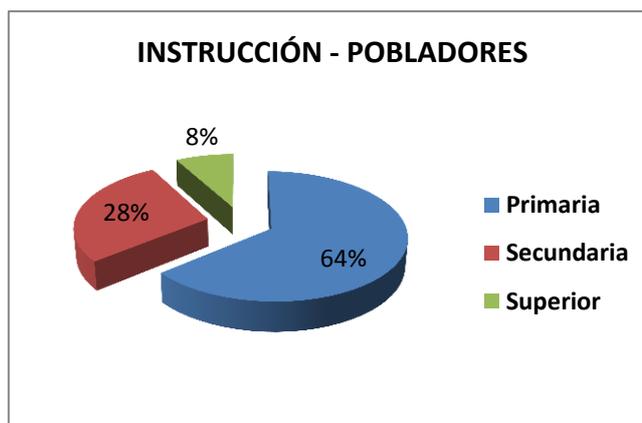
4. Instrucción

B). Situación Económica y Social.

Cuadro N° 4. Instrucción educativa de la comunidad.

INSTRUCCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Primaria	16	64%
Secundaria	7	28%
Superior	2	8%
TOTAL	25	100%

Gráfico N° 4. Instrucción educativa de la comunidad.



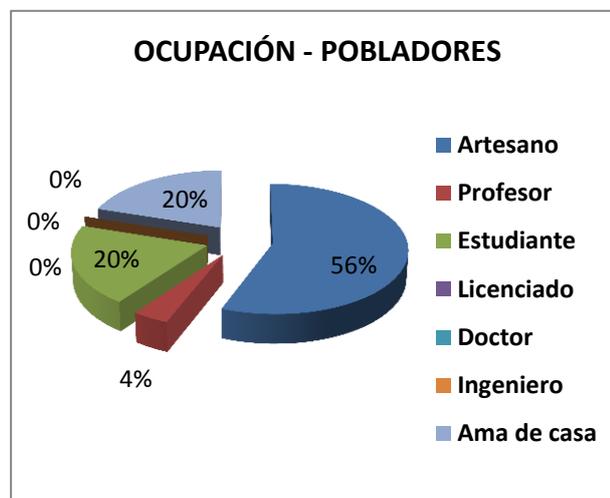
Los datos expuestos demuestran que el 64% de hombres y mujeres representativas de la comunidad tienen educación primaria, el 28% han cursado el bachillerato y únicamente el 8% tiene instrucción académica. Por tanto se deduce que la población en su totalidad tiene un nivel de educación básico que permite dar sostenibilidad a cualquier proyecto productivo que se ejecute en la comunidad de manera especial en el ámbito turístico en calidad de guías turísticos e intérpretes ambientales.

5. Profesión.

Cuadro Nº 5. Situación profesional de la comunidad.

PROFESIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Artesano	14	56%
Profesor	1	4%
Estudiante	5	20%
Licenciado		
Doctor		
Ingeniero		
Ama de casa	5	20%
TOTAL	25	100%

Gráfico Nº 5. Situación profesional de la comunidad.



Del 100% de los encuestados; el 56% son artesanos, seguido por el 20% tanto de estudiantes como amas de casa y solo el 4% son profesores. Lo que indica que la mayoría de la población tiene distintas destrezas que permitirá involucrarlos en las diferentes actividades dentro del proyecto. Aunque no es muy significativo el número de profesores con los que cuenta la comunidad sin embargo para el proyecto estos serán indispensables al momento de realizar las capacitaciones en los diversos

temas turísticos. La presencia de un significativo número de estudiantes en la comunidad beneficiara al proyecto ya que al contar con un nivel básico de educación permitirá que ellos desarrollen sus conocimientos con mayor eficacia. Finalmente las señoras amas de casa al no tener un trabajo dependiente cuentan con toda la predisposición de aportar al buen desarrollo del proyecto.

6. Tipo de vivienda.

Cuadro N° 6. Tenencia de vivienda.

TIPO DE VIVIENDA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Propia	24	96%
Anticresis		
Arrendada	1	4%
TOTAL	25	100%

Gráfico N° 6. Tenencia de vivienda.



El 96% de la población posee vivienda propia, el 4% vive en casas arrendadas, y no existen viviendas en anticresis en esta comunidad.

Lo que indica que la mayor parte de la población al poseer bienes raíces propias serán entes beneficiarios permanentes; razón por la que se involucrarán con mayor ahincó en el desarrollo del proyecto.

7. Servicios básicos.

Cuadro N° 7. Servicios Básicos.

SERVICIOS BÁSICOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Luz eléctrica	25	100%
Agua potable		
Alcantarillado		
Teléfono		
TOTAL	25	100%

Gráfico N° 7. Servicios Básicos.



El 100% de la población encuestada solo cuenta con el servicio básico de luz eléctrica. Según opiniones de los encuestados a la presencia de servicios mencionados como agua potable no le han dado la debida importancia ya que cuentan con el servicio de agua entubada, en lo que se refiere a alcantarillado; servicio con el cual la comunidad no ha podido

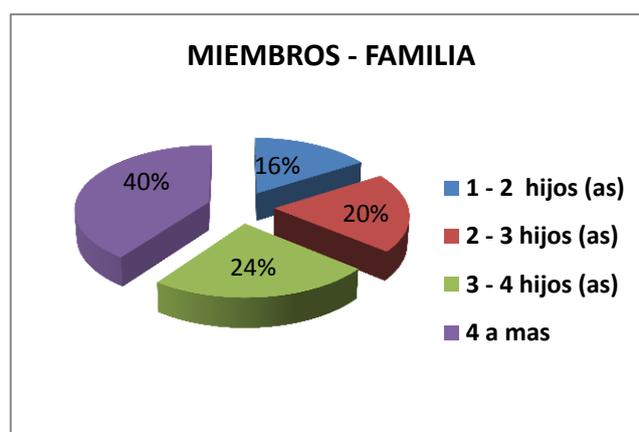
contar debido a que esta se encuentra alejada de la zona más poblada. Finalmente con el servicio telefónico no pueden contar por encontrarse en una zona retirada al cantón. Sin embargo sería de vital importancia que la comunidad cuente con todos estos servicios ya que facilitaría la ejecución del proyecto logrando un mejor desarrollo social, económico, ambiental y turístico.

8. Miembros de la familia.

Cuadro N° 8. Miembros de la familia.

MIEMBROS FAMILIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 - 2 hijos (as)	4	16%
2 - 3 hijos (as)	5	20%
3 - 4 hijos (as)	6	24%
4 a mas	10	40%
TOTAL	25	100%

Gráfico N° 8. Miembros de la familia.



Los datos señalan que del 100% de las familias encuestadas; el 40% corresponde a un número total de 4 a más hijos, el 24% tienen entre 3 y 4 hijos, el 20% de 2-3 niños y el 16% tienen 1 a 2 hijos.

Se deduce que existen familias con hijos numerosos (más de 4), que beneficiaría al proyecto, ya que al contar con mayor representatividad de la niñez, este grupo puede aportar positivamente al proyecto porque son los multiplicadores de las actividades de sus padres ya que desde la niñez aprenderían a valorar sus riquezas naturales y culturales, por tanto a futuro serán participes en las distintas actividades a desarrollarse en el proceso educativo y turístico.

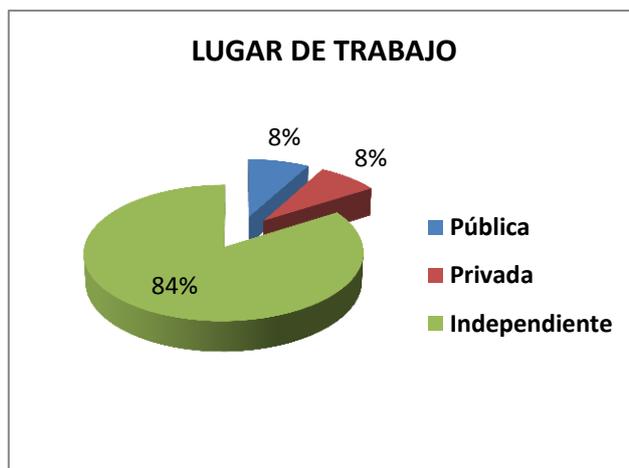
C. Lugar de trabajo.

9. Tipo de institución

Cuadro N° 9. Trabajo en diferentes instituciones.

TIPO DE INSTITUCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pública	2	8%
Privada	2	8%
Independiente	21	84%
TOTAL	25	100%

Gráfico N° 9. Trabajo en diferentes instituciones.



Con respecto al 100% de los pobladores encuestados, el 84% trabajan de forma independiente, solo el 16% corresponde a empleo público y privado (8% cada uno respectivamente).

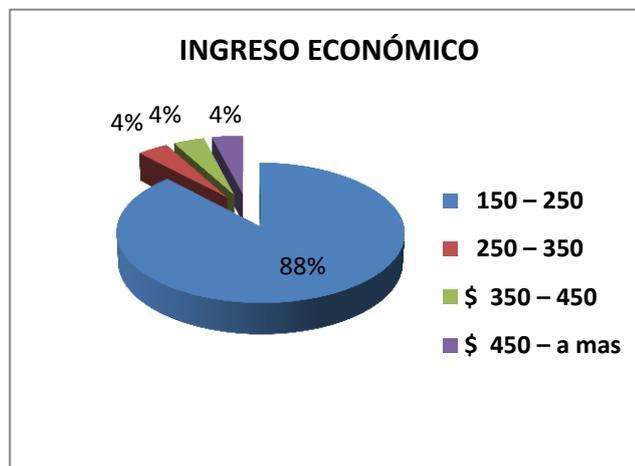
Esto demuestra que la mayor parte de la población tiene su fuente de trabajo concentrado en sus fincas, donde se dedican al cultivo de diferentes productos de la zona. Razón por la cual durante la aplicación del instrumento de investigación demostraron mayor interés para involucrarse al proyecto, siendo esta una oportunidad de incorporar a la ruta o al producto turístico a proponerse, una alternativa de dar a conocer al turista el agroturismo local, a su vez que viabiliza a mejorar la situación económica familiar.

10. Sueldo (Dólares).

Cuadro N° 10. Ingresos económicos por familia.

SUELDO(USD)	FRECUENCIA	PORCENTAJE
150 – 250	22	88%
250 – 350	1	4%
350 – 450	1	4%
450 – a mas	1	4%
TOTAL	25	100%

Gráfico N° 10. Ingresos economicos por familia.



Del 100% de los encuestados el 88% cuenta con un sueldo entre 150 a 250 dólares, el 8% perciben de 250 a 450 dólares y el 4% más de 450 dólares.

Esto significa que la mayoría de la población tiene un sueldo bajo que concuerda con el gráfico anterior (Nº10) que corresponde a empleo en calidad de independientes, mientras que es muy preocupante el bajo porcentaje de personas que perciben entre 250 a 450 UDS y más aún el escaso porcentaje de jefes y jefas de hogar que su sueldo es más de 450 UDS que supuestamente corresponde a docentes.

D). Tipo de instituciones educativas y organizaciones sociales.

Cuadro Nº 11. Organizaciones sociales existentes en la comunidad.

ORGANIZACIONES SOCIALES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Centros infantiles		
Escuelas	25	100%
Colegios		
Centro medico		
Tiendas		
Abastos		
Aso. Culturales		
Aso. Artesanales		
TOTAL	25	100%

Gráfico Nº 11. Organizaciones sociales existentes en la comunidad.



Según los resultados obtenidos el 100% de la población únicamente cuenta con un establecimiento escolar. Esto se debe a que la comunidad se encuentra a solo 3 km. aproximadamente de la Parroquia a la cual pertenecen; lugar de concentración de la mayor fuente de organizaciones indispensables para el desarrollo socio cultural y político del sector.

Cabe señalar que la presencia de grupos organizados permite que la comunidad pueda ser tomada en cuenta a nivel local y nacional para dar mayor realce al desarrollo turístico de dicha comunidad, ya que es importante mantener organizaciones en sus diversas denominaciones con carácter participativo y de liderazgo.

E). Situación organizacional.

Cuadro N° 12. Situación organizacional de la comunidad.

COMUNIDAD JURÍDICA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	25	100%
No		
TOTAL	25	100%

Gráfico N° 12. Situación organizacional de la comunidad.



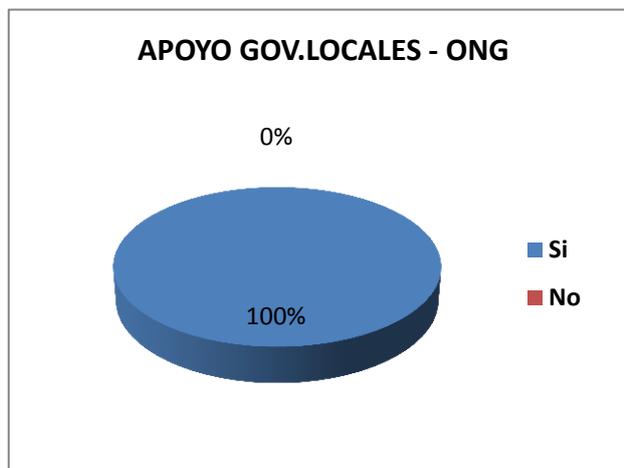
El cuadro y gráficos expuestos, demuestran que el 100% de encuestados responden, que la comunidad tiene vida jurídica; es decir que cuenta con estatutos y registros oficiales, que le permiten facultar a una directiva legamente establecida y posesionada, la misma que está representada por una mujer en calidad de presidenta. Dicha organización es fundamental para que la comunidad pueda ejercer sus derechos en forma concreta y creando un ambiente favorable para la ejecución de proyectos encaminados al desarrollo local, como es el caso de la Ruta Espeleológica que es uno de los objetivos de esta investigación.

13. Apoyo Institucional que recibe la comunidad.

Cuadro N° 13. Apoyo institucional.

APOYO GOV.LOCALES-ONG	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	25	100%
No		
TOTAL	25	100%

Gráfico N° 13. Apoyo institucional.



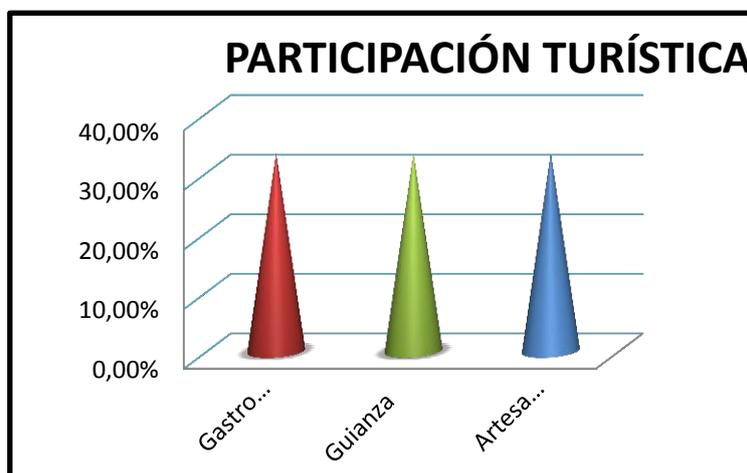
El 100% de las personas encuestadas afirma recibir apoyo únicamente de los gobiernos locales principalmente del gobierno provincial, quien está interesado en posesionar a la comunidad como un destino turístico reconocido a nivel nacional e internacional. Por tal razón, actualmente los gobiernos locales de la provincia de Orellana se encuentran trabajando de forma mancomunada con entidades públicas, privadas y comunidad con la finalidad de lograr un desarrollo turístico, mediante la ejecución de proyectos en dicho ámbito. La actividad turística sostenible permitirá mejorar la calidad de vida de los pobladores de la provincia, como es el caso de las provincias Napo y Pastaza que han logrado posicionarse dentro de un mercado turístico nacional e internacional.

14. Predisposición de la comunidad para trabajar en el ámbito turístico.

Cuadro N° 14. Disponibilidad para trabajar en el ámbito turístico.

ACTIVIDADES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Gastronomía	10	33.3%
Guianza	10	33.3%
Artesanías	10	33.3%
TOTAL	30	100%

Gráfico N° 14. Disponibilidad para trabajar en el ambito turístico.



Todos los pobladores respondieron estar dispuestos a participar en las diversas actividades turísticas a desarrollarse en el proyecto, ya que cuentan con la capacidad de desarrollar conocimientos y destrezas que les permitirá involucrarse en el proyecto obteniendo así un beneficio para todos.

Cabe recalcar que en esta pregunta escogieron más de una opción porque se sienten en la capacidad de participar en varias actividades afines a sus conocimientos y destrezas, como puede ser en: guianza, gastronomía, artesanías, entre otros.

15. Disponibilidad para capacitarse.

Cuadro Nº 15. Predisposición comunidad a capacitaciones.

CAPACITACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	25	100%
No		
TOTAL	25	100%

Gráfico Nº 15. Predisposición comunidad capacitaciones.



El 100% de los pobladores, en especial los jóvenes responden estar de acuerdo en recibir capacitación en los diferentes temas turísticos, ya que

lo han visto como una oportunidad para obtener conocimientos teórico y práctico relacionados al desarrollo de la actividad turística lo cual permitirá que se conviertan en futuros profesionales en turismo para aportar significativamente al crecimiento turístico de la comunidad, cantón y provincia. Logrando así mejorar la calidad de vida de los pobladores.

16. Viabilidad a convenios institucionales.

Cuadro N° 16. Disposición a convenios institucionales.

PREDISPOCICIÓN CONVENIOS	A	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si		25	100%
No			
TOTAL		25	100%

Gráfico N° 16. Disposición a convenios institucionales.



Como la tabla y gráfico lo indican, toda la Comunidad afirma estar dispuesta en hacer convenios con las distintas entidades públicas, ya que al recibir el apoyo de dichas entidades en el desarrollo de proyectos

enfocados a lograr un mejor desarrollo económico y social en la comunidad, todo tipo de convenios serian venideros.

Es importante indicar que la presencia de convenios con ONG en la comunidad sería vital para que la misma obtenga un reconocimiento a nivel internacional, motivo por el cual la comunidad ya ha empezado a trabajar en ello mediante la creación de proyectos principalmente dentro del ámbito turístico siendo uno de los más importantes ya que al poseer valiosos recursos tanto naturales como culturales la ejecución de proyectos en el ámbito turístico sería muy factible, viable y al mismo tiempo permitirá que la comunidad logre hacer convenios con organismos mundiales.

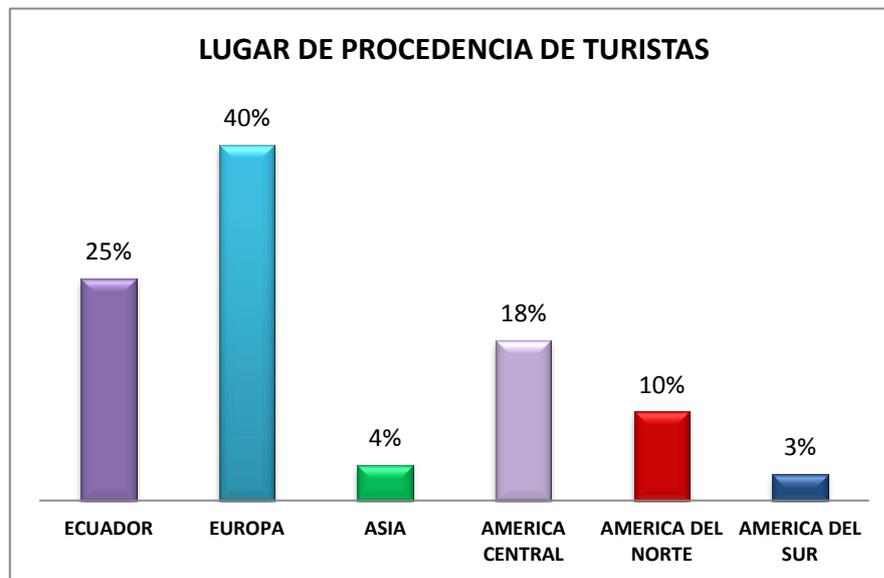
4.1.2. Perfil Del Visitante.

1. Lugar de Procedencia del Turista.

Cuadro Nº 17. Procedencia del Visitante.

PROCEDENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ecuador	25	25%
Europa	40	40%
Asia	4	4%
América central	18	18%
América del norte	10	10%
América del sur	3	3%
TOTAL	100	100%

Gráfico Nº 17. Procedencia del Visitante.



El cuadro y gráfico expuestos anteriormente señalan que el 75% de turistas que visitan la Provincia y el cantón Loreto son de procedencia extranjera de diferentes partes del mundo, lo que demuestra que la promoción y publicidad de los atractivos naturales y culturales del Ecuador, en especial de la Región Amazónica es aceptada y captada a nivel internacional; es por esto que se desplazan en familia o con amigos

para descansar, conocer, divertirse y explorar lugares desconocidos llenos de magia, cultura, gastronomía, folclore, arte, entre otros. Siendo uno de estos lugares la comunidad de Pasohurco; y únicamente el 25% de los turistas son de diferentes provincias del Ecuador; esto demuestra que los turistas nacionales eligen otros destinos turísticos debido a la poca valorización de la riqueza natural y cultural existente en Ecuador y a la deficiente promoción y difusión de los atractivos turísticos.

Por tanto, esto demuestra la permanente demanda de turistas nacionales, y en un mayor porcentaje extranjeros.

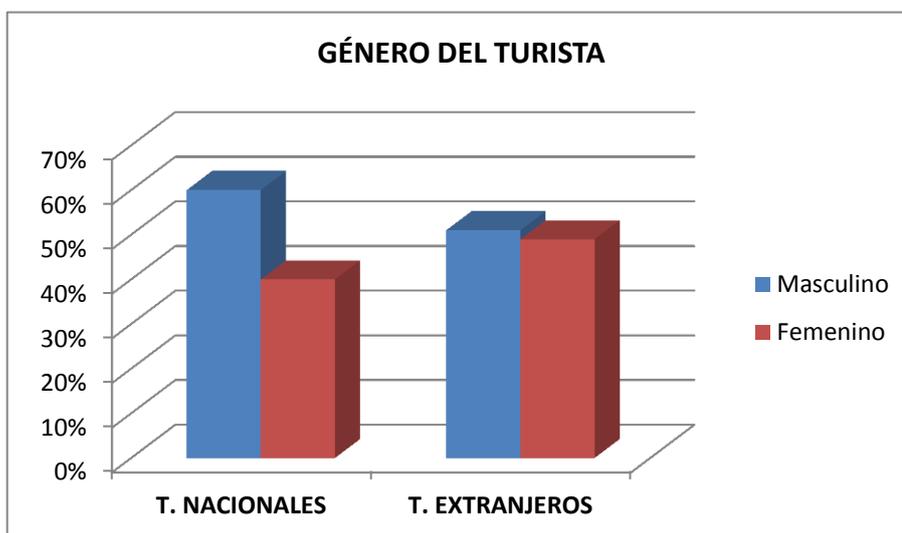
Kloter. (1986), indica que la demanda de un producto o servicio es el volumen de compras realizado por un grupo determinado de consumidores, en un área geográfica definida, en cierto periodo y en un entorno dado, como resultado de la aplicación de un determinado nivel de marketing.

2. Género.

Cuadro N° 18. Género del Visitante.

GENERO	T. NACIONALES	PORCENTAJE	T. EXTRANJEROS	PORCENTAJE
Masculino	15	60%	38	51%
Femenino	10	40%	37	49%
TOTAL	25	100%	75	100%

Grafico N° 18. Género del Visitante.



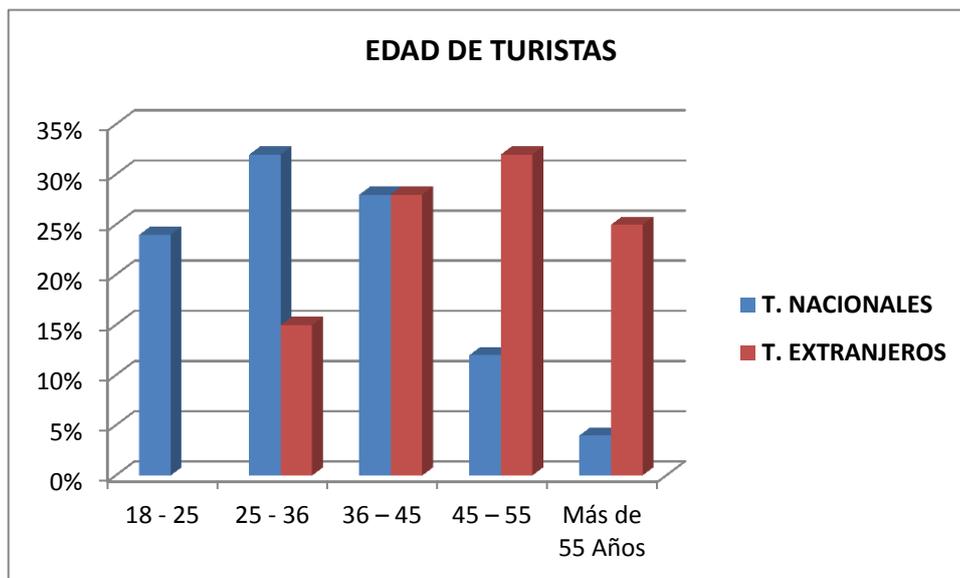
Los datos expuestos señalan en cuanto a turistas nacionales: el 60% son hombres, y el 40% mujeres, mientras que en turistas extranjeros el 51% corresponde al género masculino y el 49% son mujeres, esto demuestra que la Ruta Eco turística Espeleológica tendrá acogida por un grupo homogéneo de turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón Loreto y que se trasladan a la comunidad de Pasohurco por la riqueza paisajística y cultural que posee, lo cual constituye un nuevo producto turístico. Que para la OMT (1998) un producto turístico se define como el conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de consumidores.

3. Edad del Turista.

Cuadro N° 19. Edad turistas.

EDAD	T. NACIONALES	PORCENTAJE	T. EXTRANJEROS	PORCENTAJE
18 – 25	6	24%		
25 – 36	8	32%	11	15%
36 – 45	7	28%	21	28%
45 – 55	3	12%	24	32%
Más de 55	1	4%	19	25%
TOTAL	25	100%	75	100%

Gráfico N° 19. Edad turistas.



Los datos demuestran que; en cuanto a turistas nacionales, el 56% están entre las edades de 18-36 años; Este segmento busca visitar nuevos lugares de interés turístico en los cuales tengan contacto directo con la naturaleza, es justamente lo que la Ruta Eco turística Espeleológica promocionara al turista y además actividades que se pueden realizar en la comunidad de Pasohurco como: turismo comunitario, deportes de

aventura, aviturismo, turismo gastronómico, etc., el 28% de 36 a 45, lo que indica que el porcentaje de este rango de edad es también significativo para este nuevo producto turístico ya que gozan de condiciones físicas e intelectuales y el 16% restante pertenece a edades de 45 a más. Lo que demuestra que este tipo de demanda turística es poco significativo en la provincia.

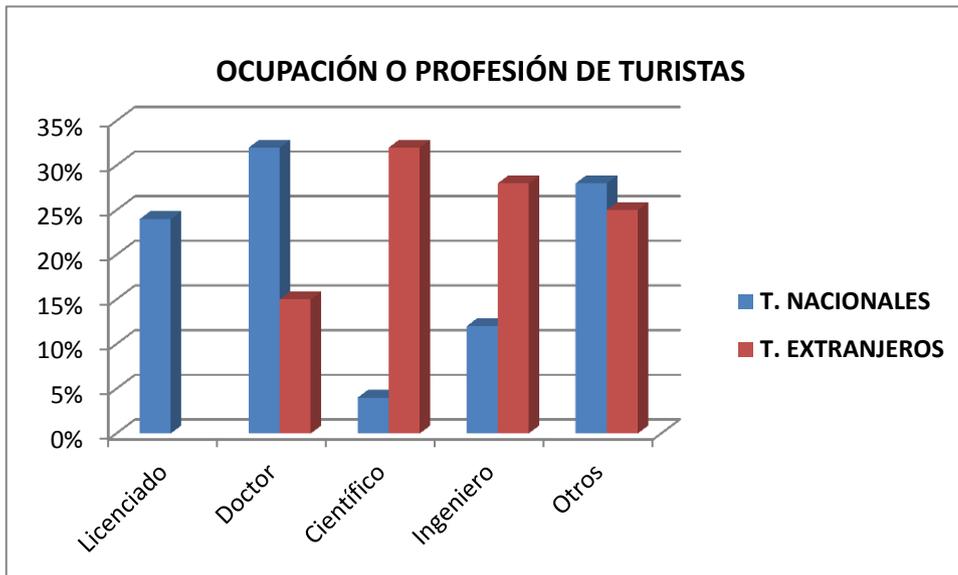
Refiriéndose a turistas extranjeros, el 15% tienen de 18 a 36 años, el 60% de 36 a 55 y el 25% restante tienen más de 55 años. Lo que indica que el tipo de demanda extranjera que más ingresa a la provincia es adulta y con experiencia profesional que busca involucrarse con el ámbito cultural y natural desde el punto de vista crítico dándole mayor importancia al investigativo.

4. Ocupación o profesión del Turista.

Cuadro Nº 20. Ocupación del Visitante.

PROFESION	T. NACIONALES	PORCENTAJE	T. EXTRANJEROS	PORCENTAJE
Licenciado	6	24%		
Doctor	8	32%	11	15%
Científico	1	4%	24	32%
Ingeniero	3	12%	21	28%
Otros	7	28%	19	25%
TOTAL	25	100%	75	100%

Gráfico N° 20. Ocupación del Visitante.



El cuadro y gráfico expuestos demuestran que los turistas nacionales que visitan Loreto y con deseos de trasladarse a la comunidad de Pasohurco son el 32% doctores, el 28% integran otras profesiones tales como: periodistas, abogados, comerciantes, contadores, artesanos, estudiantes, etc. el 24% licenciados en diferentes áreas ; el 12% son ingenieros y solo un 4% son científicos ; lo que significa que la mayoría de turistas nacionales tienen un título de tercer nivel que lo ejercen en entidades públicas y privadas. Este grupo será el eje para difundir información de los atractivos naturales y en especial de la Ruta Eco turística Espeleológica a compañeros de trabajo, alumnos, amigos, familiares incrementando la demanda turística en el mercado nacional e internacional hacia el proyecto propuesto.

Ya que según Kloter, Camara y Grande (1986). “La demanda de un producto o servicio es el volumen de compras realizado por un grupo determinado de consumidores, en un área geográfica definida, en cierto período y en un entorno dado, como resultado de la aplicación de un determinado nivel de esfuerzo de marketing”.

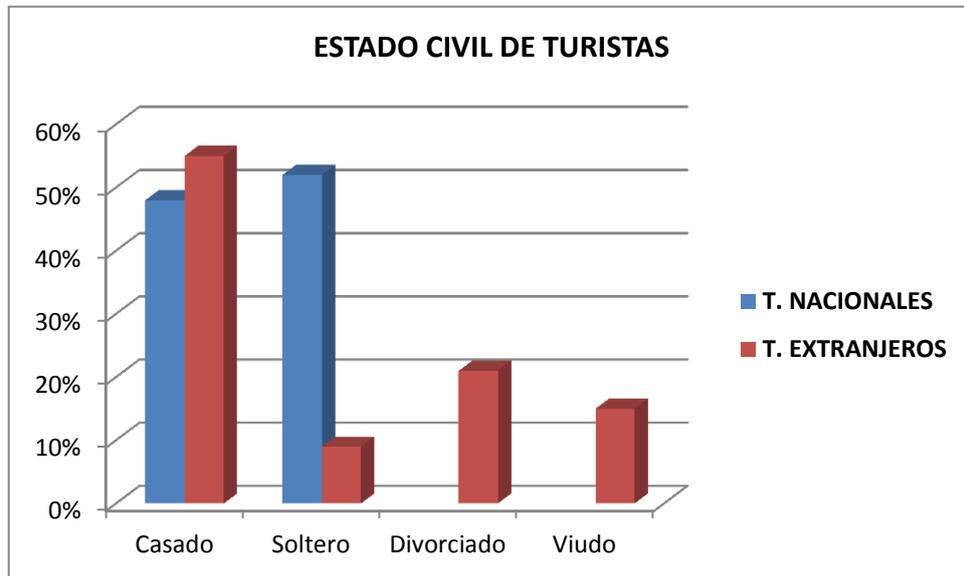
En cuanto a turistas extranjeros un 32% son científicos, el 28% son ingenieros, el 25% corresponde a otras profesiones y solo el 15% son doctores lo que indica que la mayoría de la demanda turística extranjera que visita la provincia son científicos en distintas áreas que buscan lugares con un bajo impacto ambiental en el cual les permita realizar sus respectivos estudios investigativos. Ya que según Drumm, (2005) Eco turista científico se define a investigadores con vocación ambiental que quieren aprender o quieren ayudar a la conservación del medio ambiente.

9. Estado civil del Turista.

Cuadro Nº 21. Estado civil del Visitante.

ESTADO CIVIL	T. NACIONALES	PORCENTAJE	T. EXTRANJEROS	PORCENTAJE
Casado	12	48%	41	55%
Soltero	13	52%	7	9%
Divorciado			16	21%
Viudo			11	15%
TOTAL	25	100%	75	100%

Gráfico N° 21. Estado civil del visitante.



En el anterior cuadro detallado se da a conocer que de turistas nacionales encuestados el 52% son solteros y el 48% casados, Refiriéndose a turistas extranjeros el 55% pertenecen al estado civil de casados, el 21% divorciados, el 15% son viudos y únicamente el 9% restante son solteros.

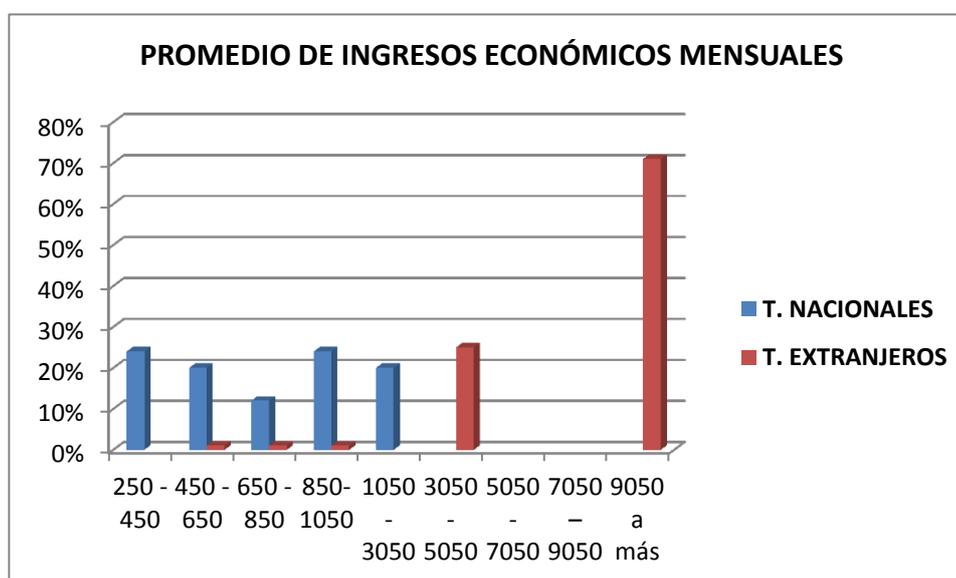
Esto indica que la provincia y sobre todo el cantón Loreto es visitado por una demanda homogénea en lo que se refiere al estado civil de sus visitantes, lo cual es muy importante para el proyecto, ya que este no estará direccionado especialmente a una sola tipología de visitante, indicando que la demanda turística será permanente para el nuevo producto turístico Ruta Eco turística Espeleológica.

6. Ingresos económicos mensuales de los visitantes.

Cuadro No22. Ingresos Económicos.

INGRESOS ECO.(USD)	T. NACIONALES	PORCENTAJE	T. EXTRANJEROS	PORCENTAJE
250 -450	6	24%		
450 -650	5	20%	1	1%
650 – 850	3	12%	1	1%
850- 1050	6	24%	1	1%
1050 - 3050	5	20%		
3050 - 5050			19	25%
5050 - 7050				
7050 – 9050				
9050 a más			53	71%
TOTAL	25	100%	75	100%

Gráfico No22. Ingresos Económicos.



Según los datos expuestos anteriormente demuestran que el 56% de los turistas nacionales encuestados perciben un sueldo que va de los USD 250 a 850 mientras que el 44% perciben un sueldo mensual que va de USD 850 a 3050.

Esto demuestra que los turistas nacionales que llegan a la provincia cuentan con la suficiente posibilidad económica para trasladarse a los diferentes lugares de interés turístico en los cuales ellos optan por el tiempo de estadía siendo mayor a un día. Esto permite dinamizar la actividad turística en el cantón y la provincia.

De los turistas extranjeros que llegan a la provincia con tendencia a visitar el cantón Loreto; el 71% perciben un salario mensual de USD 9050 a más, el 25% de USD 3050 a USD5050 y solo el 3% restante percibe un sueldo que va desde USD 450 a USD 1050: cabe indicar que estos porcentajes concuerdan con el gráfico (Nº4) el cual indica la ocupación del visitante. Esto significa que el nivel económico de turistas extranjeros es alto a comparación de los nacionales por ende la presencia de turistas extranjeros en la provincia es muy importante ya que las divisas que ellos dejan a cambio de la prestación de productos y servicios turísticos son significativas para el desarrollo socioeconómico de la provincia y el cantón Loreto.

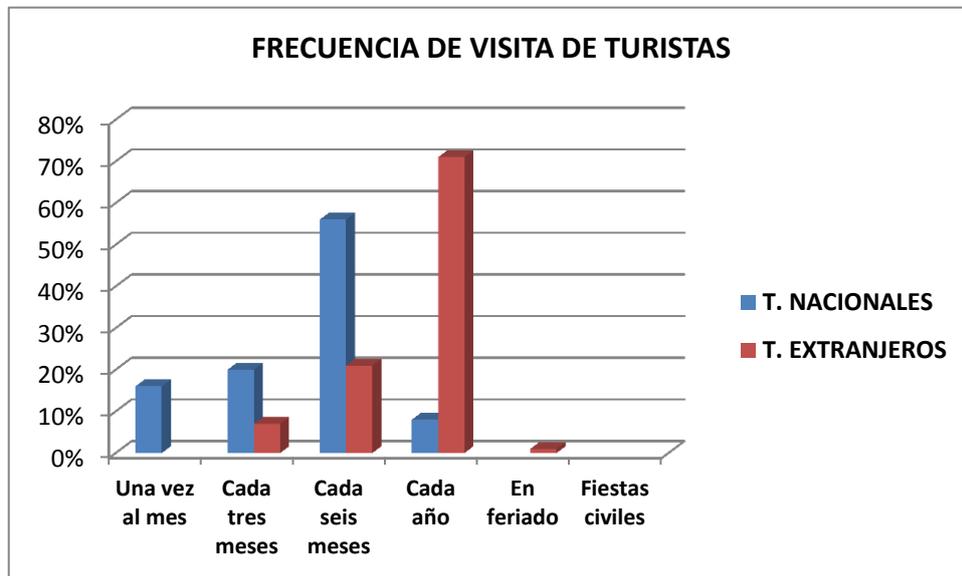
A) Interés turístico.

7. Frecuencia de visita al cantón Loreto.

Cuadro Nº 23. Frecuencia de visita del Turista.

FRECUENCIA VISITAS	T. NACIONALES	PORCENTAJE	T. EXTRANJEROS	PORCENTAJE
Una vez al mes	4	16%		
Cada tres meses	5	20%	5	7%
Cada seis meses	14	56%	16	21%
Cada año	2	8%	53	71%
En feriado			1	1%
Fiestas civiles				
TOTAL	25	100%	75	100%

Gráfico N° 23. Frecuencia de visita del Turista.



El presente cuadro y gráfico demuestran que la frecuencia en viaje de turistas nacionales corresponde a: 56% cada seis meses, el 20% cada tres meses, el 16% una vez al mes y solo el 8% visita la provincia una vez al año, dichos porcentajes concuerdan con el gráfico (N° 8) el cual indica motivos por el que viaja el turista. Los turistas extranjeros en cambio señalaron visitar la provincia cada año en un 71%, tal porcentaje da a conocer que este tipo de turistas llegan a la provincia por motivos de estudio e investigación; el 21% cada seis meses, el 7% cada tres meses, y únicamente el 1% visita el cantón por feriado.

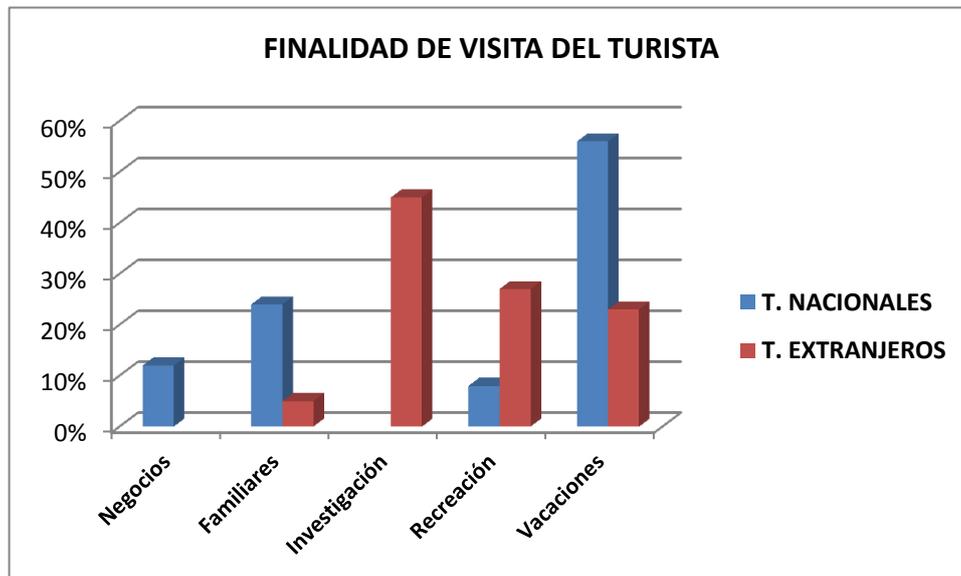
Estos resultados indican que la afluencia turística nacional e internacional en el cantón es permanente, lo que quiere decir que el nuevo producto turístico a ofertarse tendrá una excelente acogida dentro del mercado nacional e internacional.

8. Motivos por el que viaja el turista.

Cuadro Nº 24. Motivos de visita de los Turistas.

FINALIDAD DE VISITA	T. NACIONALES	PORCENTAJE	T. EXTRANJEROS	PORCENTAJE
Negocios	3	12%		
Familiares	6	24%	5	5%
Investigación			43	45%
Recreación	2	8%	25	27%
Vacaciones	14	56%	22	23%
TOTAL	25	100%	95	100%

Gráfico Nº 24. Motivos de visita de los Turista.



Las encuestas aplicadas señalan que la finalidad de visita de turistas nacionales, el 56% es por vacaciones, el 24% por visita a familiares, el 12% por negocios, y solo el 8% por recreación. En cuanto a datos obtenidos de turistas extranjeros se indica que el 45% visitan por fines investigativos, lo que demuestra que los atractivos que se encuentran en

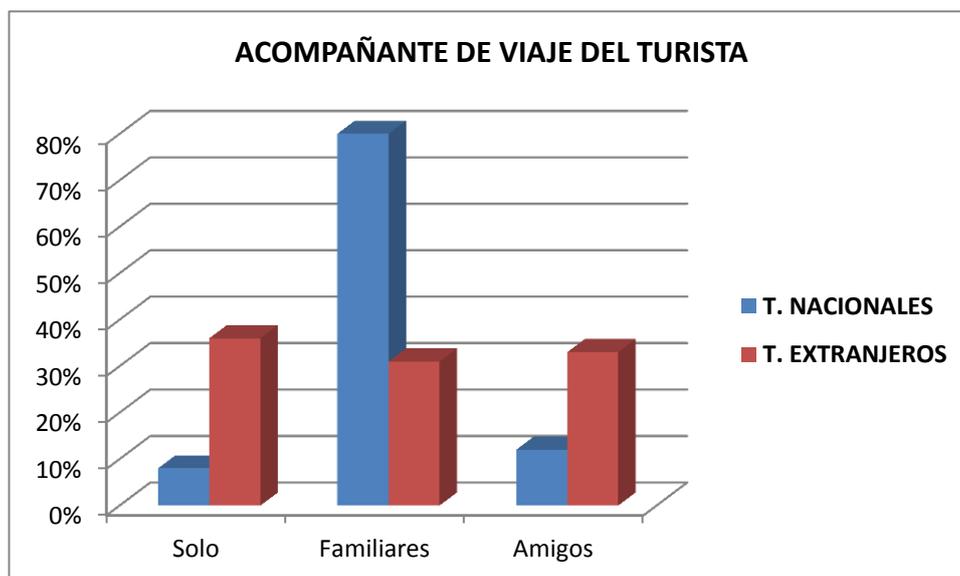
el cantón no solo pueden ser visitados con fines de recreación si no también con fines investigativos, ya que es importante resaltar que en la comunidad de Pasohurco se puede realizar estudios de flora y fauna por su potencial natural, siendo este uno de los más importantes y por el cual se ha visto imprescindible la creación de la Ruta Eco turística Espeleológica, que aportará significativamente al desarrollo económico de la comunidad; el 27% visitan el cantón por motivos de recreación, el 23% por vacaciones, y solo el 5% restante viaja por visitar a familiares residentes en el Ecuador.

9. Tipo de acompañante.

Cuadro Nº 25. Preferencia de compañía al viajar.

TIPO COMPAÑÍA	T. NACIONALES	PORCENTAJE	T. EXTRANJEROS	PORCENTAJE
Solo	2	8%	27	36%
Familiares	20	80%	23	31%
Amigos	3	12%	25	33%
TOTAL	25	100%	75	100%

Gráfico Nº 25. Preferencia de compañía al viajar.



El 80% de los turistas encuestados nacionales viaja a la provincia con familiares, el 12% prefiere viajar entre amigos y mientras que el 8% opta por viajar solo.

Estos resultados dan a conocer que los turistas nacionales en su mayoría viajan con toda su familia, lo cual es muy importante ya que al realizar este tipo de viaje se generan mayores divisas en el mercado turístico dentro del cual se espera posesionar al nuevo producto turístico.

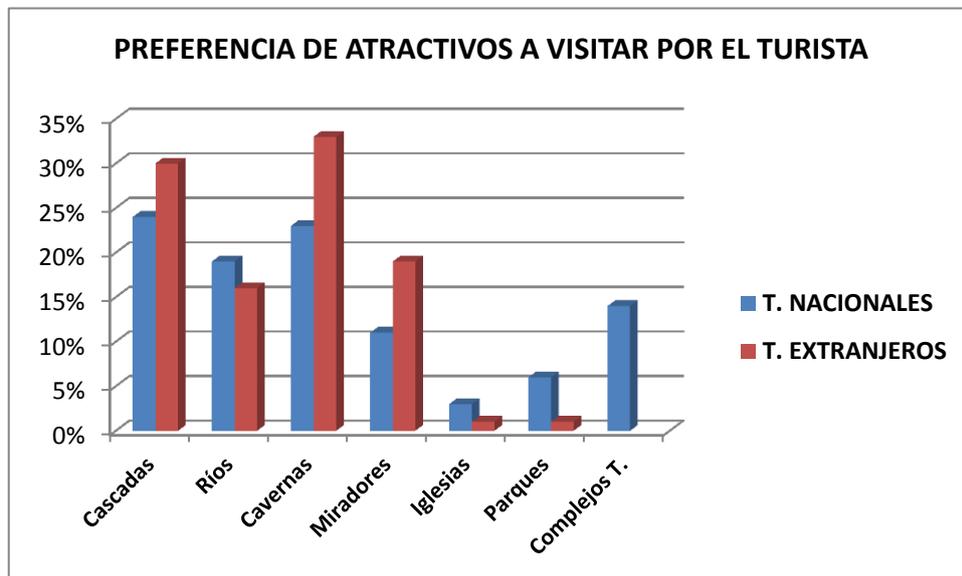
En cuanto a turistas extranjeros el 36% viaja solo, porcentaje que concuerda con el gráfico (Nº 8) el cual indica los motivos de visita del turista, ya que el turista extranjero en su mayoría prefiere viajar solo, esto se debe a que su motivo de viaje es de interés investigativo, por lo cual se ha visto imprescindible la creación de la Ruta Eco turística Espeleológica como un nuevo producto turístico; el 33% de turistas extranjeros viaja con amigos y el 31% restante viaja con sus familiares.

10. Atractivos del cantón que desearía conocer el turista.

Cuadro Nº 26. Preferencia de atractivos a visitar.

PREFE. ATRACTIVOS	T. NACIONALES	PORCENTAJE	T. EXTRANJEROS	PORCENTAJE
Cascadas	23	24%	63	30%
Ríos	18	19%	33	16%
Cavernas	22	23%	68	33%
Miradores	10	11%	40	19%
Iglesias	3	3%	2	1%
Parques	6	6%	2	1%
Complejos T.	13	14%		
TOTAL	95	100%	209	100%

Gráfico N° 26. Preferencia de atractivos a visitar.



El cuadro y gráfico expuestos demuestran que turistas nacionales desean visitar atractivos naturales, siendo así el 24% cascadas, el 23% cavernas, el 19% corresponde a ríos, el 11% miradores y el 9% restante corresponde a parques e iglesias.

Lo que indica que los turistas nacionales se muestran más interesados en visitar atractivos naturales con motivos de recreación y relajación ya que esta es una forma de salir de la vida citadina que ellos llevan, realizando distintas actividades dentro de la naturaleza por medio de las cuales ellos aprenden a respetar, conservar y valorar el mundo natural.

En cuanto a turistas extranjeros el 33% opta por visitar cavernas, el 30% cascadas, el 19% miradores, el 16% ríos y únicamente el 2% prefiere visitar iglesias y parques. Esto indica que los sitios naturales también son de preferencia por este tipo de demanda turística que a diferencia de los turistas nacionales su motivos de visita son con fines investigativos.

Estos resultados demuestran que la ruta eco turística espeleológica tendrá gran acogida tanto por turistas nacionales como extranjeros gracias a la preferencia que tienen en visitar sitios naturales a los cuales el proyecto está direccionado.

Esto demuestra que la comunidad de Pasohurco cuenta con atractivos naturales y culturales, que están a la espera por ser visitados por turistas nacionales y extranjeros.

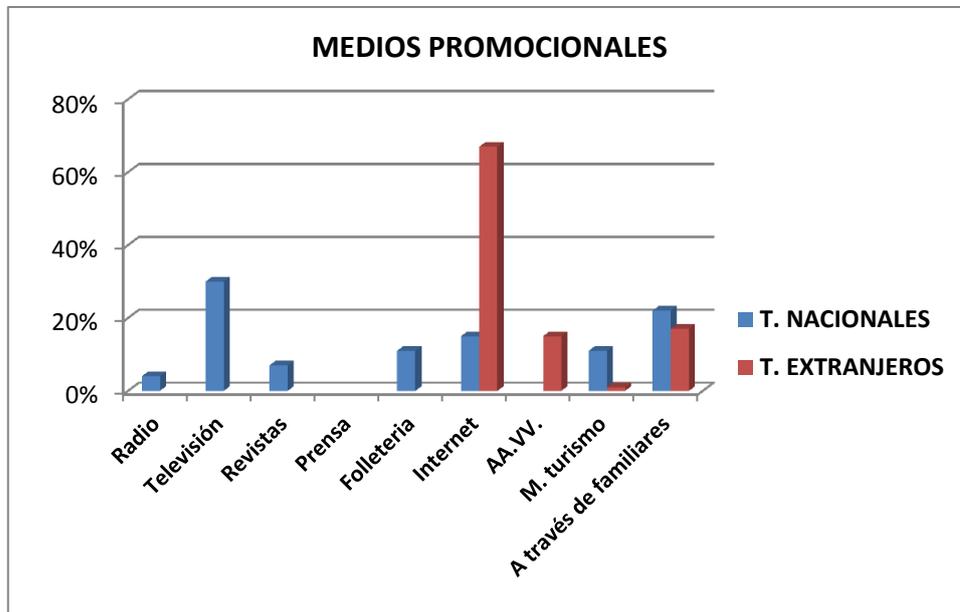
De acuerdo al M.T. (2004) Los atractivos turísticos, son el conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante.

11. Medios publicitarios por los cuales el turista conoce los atractivos.

Cuadro N° 27. Medios Publicitarios.

MEDIOS PROMOCIONALES	T. NACIONALES	PORCENTAJE	T. EXTRANJEROS	PORCENTAJE
Radio	2	4%		
Televisión	16	30%		
Revistas	4	7%		
Prensa				
Folleteria	6	11%		
Internet	8	15%	64	67%
AA.VV.			14	15%
M. turismo	6	11%	1	1%
A través de familiares	12	22%	16	17%
TOTAL	54	100%	95	100%

Gráfico N° 27. Medios Publicitarios.



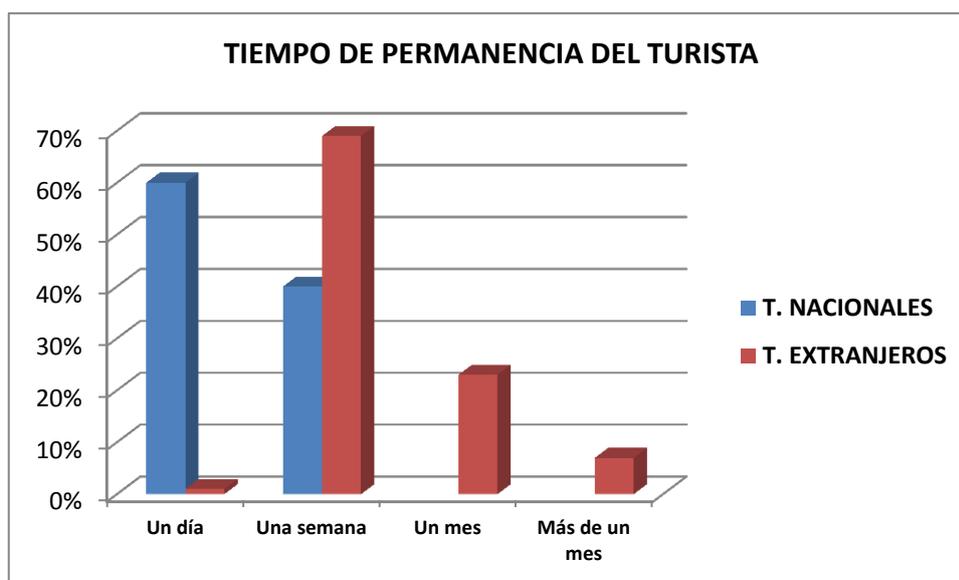
La mayoría de turistas nacionales encuestados tienen conocimiento de los atractivos turísticos a través de la televisión en un 30 % lo que significa que el potencial turístico se promociona a través de este medio de comunicación al cual la población recepta y retiene la información transmitida; seguido de folletería y revistas en un 11% y 7%. A diferencia de los turistas extranjeros que en su gran mayoría es decir el 67% afirman conocer dichos atractivos por medio del internet, lo que indica que es de vital importancia la promoción de la Ruta Eco turística Espeleológica a través de este medio mediante la elaboración de una página web, ya que el internet es el medio de comunicación que llega a todas partes del mundo; y el 19% restante de turistas encuestados conoce la provincia por referencias de amigos, familiares, compañeros de trabajo, esto demuestra que la promoción denominada FamsTrips (publicidad de persona a persona) se convierte en una herramienta indispensable para difundir información de los atractivos potenciales de la zona.

12. Tiempo de permanencia del turista en el cantón Loreto.

Cuadro N° 28. Tiempo de permanencia en el cantón.

TIEMPO PERMANENCIA	T. NACIONALES	PORCENTAJE	T. EXTRANJEROS	PORCENTAJE
Un día	15	60%	1	1%
Una semana	10	40%	52	69%
Un mes			17	23%
Más de un mes			5	7%
TOTAL	25	100%	75	100%

Gráfico N° 28. Tiempo de permanencia en el cantón.



Los datos estadísticos señalan que: el tiempo de permanencia de turistas nacionales es máximo un día, alcanzando un mayor porcentaje de 60%, seguido por el 40% que permanece una semana debido a que tienen familiares en la provincia, lo que concuerda con el gráfico (N° 9) el cual indica la preferencia del turista al viajar es decir en familia. El tiempo de permanencia de los turistas extranjeros es máximo una semana, dando un porcentaje del 69%; mientras que el 30% permanecen más de un mes,

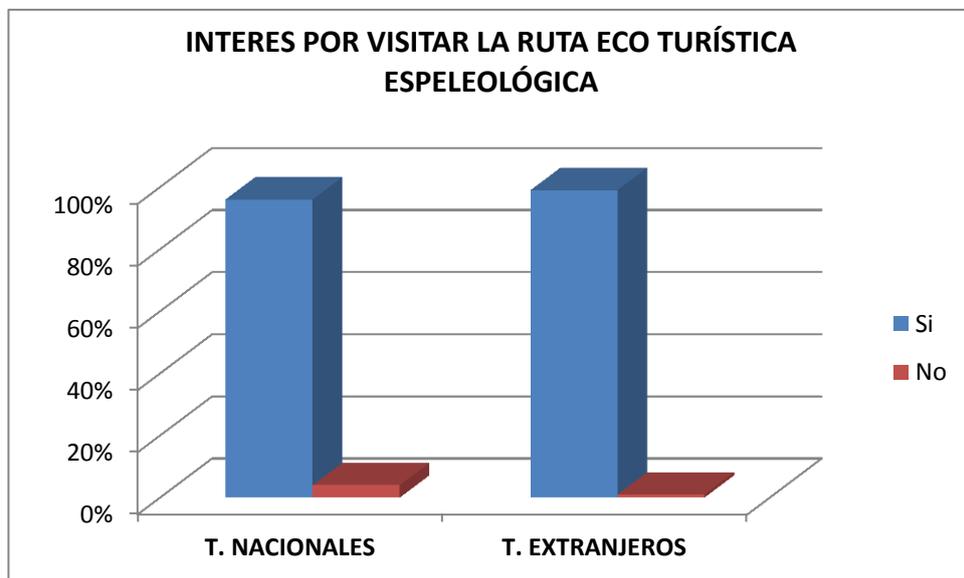
estos dos últimos porcentajes coinciden con el gráfico (Nº 8) el cual indica los motivos de visita del turista que en este caso vendría a ser por motivos de investigación, por lo que se ha visto necesario la creación del nuevo producto turístico, Ruta Eco turística Espeleológica; y únicamente el 1% restante visita la provincia por un solo día.

13. Interés por visitar la Ruta Eco Turística Espeleológica.

Cuadro Nº 29. Interés turístico.

INTERES TURISTICO	T. NACIONALES	PORCENTAJE	T. EXTRANJEROS	PORCENTAJE
Si	24	96%	74	99%
No	1	4%	1	1%
TOTAL	25	100%	75	100%

Gráfico Nº 29. Interés turístico.



El cuadro y gráficos expuestos anteriormente evidencian que el 96% de turistas nacionales encuestados, afirman estar interesados en ser

participes de la Ruta Eco turística Espeleológica, y el 4% responden que NO. En cuanto a turistas extranjeros el 99% afirman estar interesados en visitar la Ruta y mientras que solo al 1% no les interesa debido a que tienen otros intereses de visita como por ejemplo iglesias y parques. Esto significa que los turistas nacionales y extranjeros tienen tendencia hacia el Ecoturismo y a su vez interés por conocer la riqueza natural y cultural de la provincia y sobre todo de la comunidad de Pasohurco. Con esta alternativa eco turística de gran valor se logrará atraer al turista local, nacional e internacional y obtener un destino turístico en el cantón Loreto como referente de desarrollo local comunitario en el que se integran las demás comunidades aledañas a la provincia a través de cadenas productivas.

14. Valor económico a pagar por el recorrido de la Ruta Eco turística Espeleológica.

Cuadro Nº 30. Valor a pagar por el Turista.

VALOR A PAGAR	T. NACIONALES	PORCENTAJE	T. EXTRANJEROS	PORCENTAJE
3 - 5 USD	21	84%	7	9%
5 - 10 USD	4	16%	68	91%
TOTAL	25	100%	75	100%

Gráfico N° 30. Valor a pagar por el Turista.



El 84% de turistas nacionales están dispuestos a pagar por el ingreso a las cavernas un valor de 3 a 5 dólares; y en un porcentaje no muy representativo el 16%, están de acuerdo en pagar de 5 a 10 dólares, porcentajes que tienen relación con el gráfico (N° 6) el cual indica el ingreso económico mensual del visitante, que en este caso el salario del turista nacional le permite pagar en un mayor porcentaje el valor de 3 a 5 dólares. A diferencia de los turistas extranjeros que representan el 91% y que poseen ingresos considerables, están dispuestos a pagar de 5 a 10 dólares, siendo uno de los motivos más importantes por pagar dicho valor: el investigativo. Lo que muestra que la Ruta Eco turística Espeleológica tendrá una excelente acogida dentro del mercado turístico internacional. Y únicamente el 9% opta por pagar de 3 a 5 dólares.

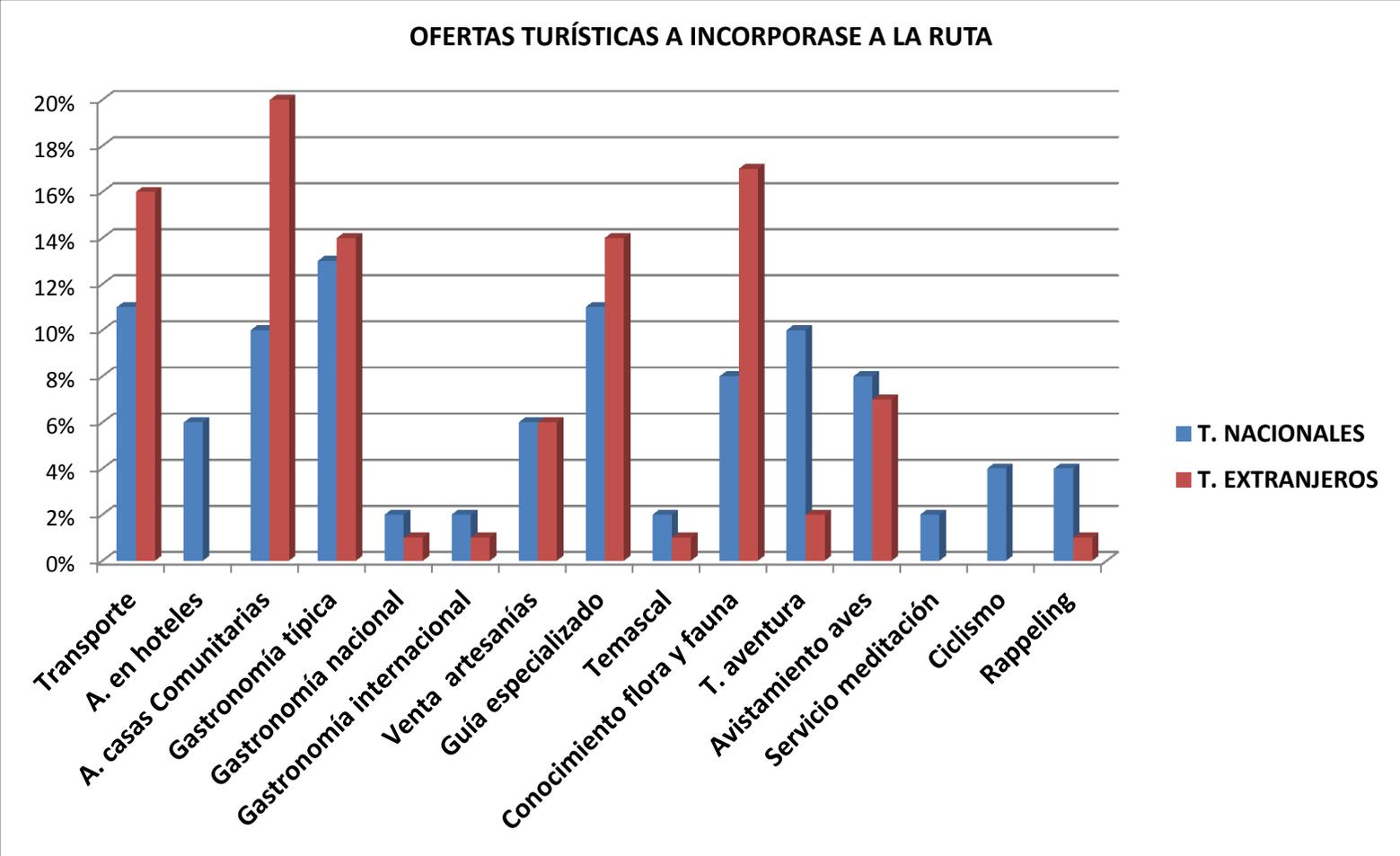
15. Ofertas turísticas que el turista desea que se incorporen a la Ruta Eco Turística Espeleológica.

Cuadro N° 31. Ofertas turísticas.

OFERTAS TURISTICAS	T. NACIONALES	PORCENTAJE	T. EXTRANJEROS	PORCENTAJE
Transporte	14	11%	59	16%
A. en hoteles	7	6%		
A. casas Comunitarias	12	10%	75	20%
Gastronomía típica	16	13%	53	14%
Gastronomía nacional	3	2%	5	1%
Gastronomía internacional	2	2%	2	1%
Venta artesanías	7	6%	23	6%
Guía especializado	14	11%	53	14%
Temascal	3	2%	2	1%
Conocimiento flora y fauna	10	8%	63	17%
T. aventura	13	10%	6	2%
Avistamiento aves	10	8%	24	7%
Servicio meditación	3	2%		
Ciclismo	5	4%		
Rappeling	5	4%	2	1%
TOTAL	124	100%	368	100%

Fuente: Cuasqui, M.; JiménezM. Trabajo de campo (2012)

Gráfico N° 31. Ofertas turísticas.



El cuadro y gráfico expuestos demuestran que los turistas nacionales desearían que se incorporen una serie de ofertas dentro de la Ruta, como: gastronomía típica representada en un 13%; mientras que el 11% en transporte y guía especializado respectivamente, el 20% en turismo de aventura y alojamiento comunitario; el 16% en avistamiento de aves y conocimiento de flora y fauna; el 12% en ventas de artesanías y alojamiento en hoteles; el 10% en ciclismo, rappelling y meditación y el 6% restante en temascal, comida nacional e internacional. En lo que se refiere a turistas extranjeros encuestados opinan lo siguiente: el 20% desearía contar con alojamiento comunitario; el 17% conocimiento de flora y fauna; el 16% transporte; el 14% en guía especializado y gastronomía típica; el 13% en venta de artesanías y avistamiento de aves, y el 6% restante está dividido en turismo de aventura, gastronomía nacional e internacional, rappelling y temascal.

Por lo que se puede decir que la Ruta Eco turística va a tener diferentes ofertas convirtiéndose en un nuevo producto turístico muy completo listo para ofertarse dentro del mercado turístico nacional e internacional y así poder atraer a turistas extranjeros y nacionales a un maravilloso mundo mágico y natural del cantón Loreto.

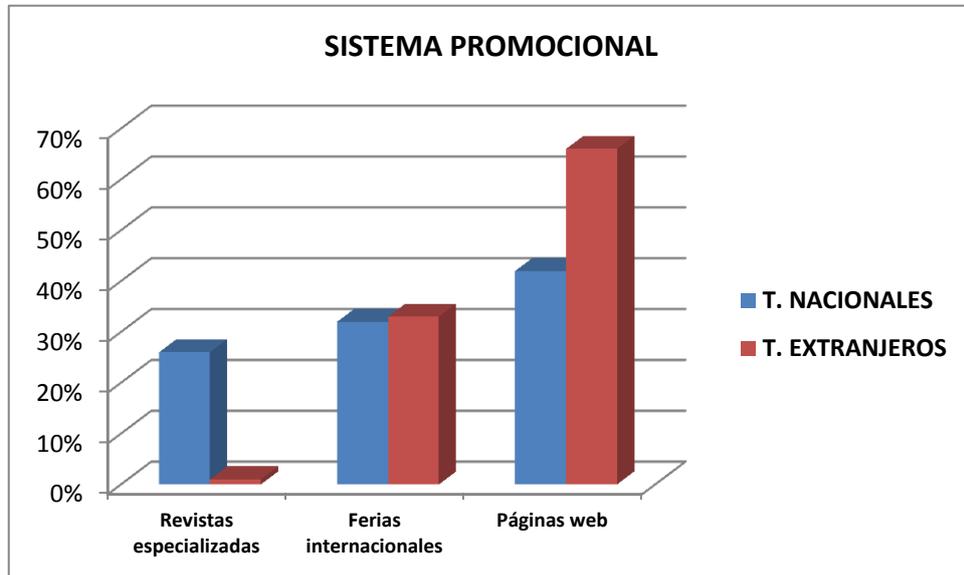
Según J. Ramón, (2000). La Oferta Turística es el conjunto de bienes, servicios, recursos e infraestructuras que existen en un determinado mercado para el uso y disfrute.

16. Medios publicitarios por los cuales el turista desearía que se promocioe la Ruta.

Cuadro N° 32. Medios publicitarios.

MEDIOS PUBLICITARIOS	T. NACIONALES	PORCENTAJE	T. EXTRANJEROS	PORCENTAJE
Revistas especializadas	10	26%	1	1%
Ferias internacionales	12	32%	35	33%
Páginas web	16	42%	69	66%
TOTAL	38	100%	105	100%

Gráfico N° 32. Medios publicitarios.



En el anterior cuadro detallado da a conocer que el 42% de turistas nacionales desean que se promocioe a través de páginas web, el 32% en ferias internacionales, y el 26% mediante revistas especializada. En

cuanto a datos de turistas extranjeros se obtuvo los siguientes porcentajes: 66% por páginas web, el 33% por ferias internacionales y únicamente el 1% mediante revistas especializadas.

Esto confirma que el mejor sistema promocional tanto para turistas nacionales como extranjeros es el internet; mediante la elaboración de páginas web, lo cual es muy importante ya que este es un tipo de promoción telemática es decir un canal informático a través del cual el intermediario o el consumidor final pueden tener acceso a información sobre nuestro destino o nuestros productos. Según Serra (2005).

Las Ferias Internacionales también ocupan un papel muy importante dentro de la promoción turística ya que. Según, Acerenza (2005), a este medio promocional se lo define como encuentros anuales de corta duración que tienen lugar en la misma fecha y lugar. Sirven para presentar y promocionar la oferta comercial de empresas y destinos a intermediarios y público en general. Su máxima utilidad consiste en el establecimiento o mantenimiento de contactos personales entre los distintos operadores del sector turístico.

4.2 Tabla N°4: Análisis de la categorización de los componentes de Recursos Espeleológicos y demás potenciales turísticos de la Comunidad de Pasohurco.

NOTA: Todos los atractivos turísticos naturales y culturales citados a continuación se encuentran en la Comunidad Pasohurco, Parroquia San Vicente de Huaticocha, Provincia de Orellana.

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	DESCRIPCIÓN
Caverna Milagro de Dios	Sitios naturales	Fenómenos Espeleológicos	Caverna	<p>Situada a 25.70km, del centro de Loreto y a 3.92km de la Parroquia Huaticocha. Contiene formaciones de estalagmitas y estalactitas, es de una sola entrada, (ancho 7,10 m por 2,80 m de alto) en una longitud de 140m.</p> <p>Fauna: se puede observar al murciélago de ventosas de la val (<i>Thyropteralavali</i>), araña corazón (<i>Damon diadema</i>), y saltamontes. Fuera de la caverna se aprecian aves como: loros cabeciazul (<i>Pyrrhura melanura</i>), tucanes (<i>Ramphastos tucanus</i>)</p>

				<p>Flora: Alrededor de este atractivo se puede apreciar especies como: sangre de drago (<i>Crotonlechleri</i>) Guayaba (<i>Psidiumguajava</i>), Pambil (<i>Socratea rostrata</i>), musgos (<i>Rigodiumimplexum</i>), helechos (<i>Osmundacinn amomea</i>) y líquenes (<i>Xanthoria parietina</i>)</p> <p>Coordenadas: 00°43'35.8"de latitud y 077°29'33.2"delongitud.</p> <p>Altura: 666 msnm</p> <p>Temperatura: 21°C</p> <p>Precipitación Pluviométrica: 300 – 400 milímetros cúbicos</p>
Caverna La Belleza	Sitios Naturales	Fenómenos Espeleológicos	Caverna	<p>A 25.70km, del centro de Loreto y a 3.92km.de la Parroquia Huaticocha, a tan solo 5 minutos de la caverna anterior. Cuenta con una sola entrada, (ancho 1m por 4m de alto) en una longitud de 50 m.</p> <p>El ingreso se dificulta un poco debido a las rocas con las que está formada, en su interior se observa grandiosas galerías de estalactitas y estalagmitas formadas hace miles de años.</p> <p>Fauna: en su interior encontramos: saltamontes, araña corazón (<i>Damon díadema</i>) y murciélago de ventosas de la val (<i>Thyropteralavali</i>).</p> <p>Flora: únicamente al ingreso se observan: musgos, helechos, líquenes, y otro tipo de plantas que son propias del lugar.</p>

				<p>Coordenadas: 02° 22' 888" de latitud y 99° 20' 043" de longitud.</p> <p>Altura: 657 msnm</p> <p>Temperatura: 21°C</p> <p>Precipitación Pluviométrica: 300 – 400 milímetros cúbicos</p>
<p>Caverna Refugio de las Guantas</p>	<p>Sitios Naturales</p>	<p>Fenómenos Espeleológicos</p>	<p>Caverna</p>	<p>Se ubica a la misma distancia que las anteriores, solo que esta se diferencia por tener varias entradas y salidas, la entrada principal (1,50 m de ancho por 2 m de alto) y una longitud de 31 m. En su interior también se puede apreciar estalactitas y estalagmitas originadas por los minerales del agua subterránea que pasa por esta caverna.</p> <p>Fauna: murciélago de ventosas de la val (<i>Thyropteralavali</i>), araña corazón (<i>Damon diadema</i>), y saltamontes.</p> <p>Flora. Solo se aprecia en la parte externa musgos, helechos y heliconias.</p> <p>Coordenadas: 02° 23' 115" de latitud y 99° 20' 214" de longitud.</p> <p>Altura: 657 msnm</p> <p>Temperatura: 21°C</p> <p>Precipitación Pluviométrica: 300 – 400 milímetros cúbicos</p>

				Igualmente se encuentra ubicada a la misma distancia que las anteriores, son cuevas pequeñas (4 m de alto por 2 m de ancho) con una conexión interna, éstas carecen de formaciones de estalactitas y estalagmitas. En su interior, se aprecia vertientes de agua que nacen desde la profundidad de la tierra, sus paredes son rocosas y el piso lodoso.
Cuevas Guangana	Sitios naturales	Fenómenos Espeleológicos	Caverna	<p>Fauna: Son el hábitat de varias especies propias de esta zona, como: guatusos (<i>Dasyproctus fuliginosa</i>), Sacha Cuy (<i>Agoutitaczanowskii</i>), guanta (<i>Agouti paca</i>), Sajino (<i>Tayassupecari</i>), entre otros.</p> <p>Flora: En los alrededores se puede apreciar un bosque totalmente virgen, con especies como: musgos, helechos, heliconias entre otras.</p> <p>Coordenadas: Latitud: 02° 20'109" y de Longitud: 99° 20' 016"</p> <p>Altura: 998 msnm</p> <p>Temperatura: 21°C</p> <p>Precipitación Pluviométrica: 3000 – 4000milímetros cúbicos</p>

<p>Cascada lluvia pakcha papa</p>	<p>Sitios naturales</p>	<p>Ríos</p>	<p>Cascadas</p> <p>A 90km² desde la ciudad del Coca, 30km² del centro de Loreto y 11km.de Huaticocha</p> <p>Posee una altura de 48 m, su caída forma una piscina de 10 m de diámetro, y 6 m de profundidad.</p> <p>Fauna: Perdiz (<i>Tinamus major</i>), Vencejo cuelliblanco (<i>Leptotila verreauxi</i>), Guacamayo frenticastaño (<i>Ara severa</i>), Gallo de la peña (<i>Rupícola peruviana</i>), Urraquita Violacea (<i>Cyanocorax violaceus</i>), Oropéndola (<i>Psarocoliu sangustifrons</i>), cacique (<i>Cacicus cela</i>).</p> <p>Flora: musgos y líquenes que dan un color verde a las rocas basálticas de origen volcánico.</p> <p>Coordenadas: 02° 23' 588" de latitud y99° 21'159" de longitud.</p> <p>Altura: 640 msnm</p> <p>Temperatura: 20°C – 30°C (promedio anual)</p> <p>Precipitación Pluviométrica: 300 – 400milímetros cúbicos</p>
--	------------------------------------	--------------------	--

<p>Cascada lluvia pakcha hija</p>	<p>Sitios naturales</p>	<p>Ríos</p>	<p>Cascadas</p>	<p>A 91km² desde la ciudad del Coca, 34km² del centro de Loreto y 12km, de Huaticocha. Posee una altura de 2 m, forma una piscina de 6 m de diámetro, con una profundidad de 2,50 m.</p> <p>Fauna: Perdiz (<i>Tinamus major</i>), Elanio (<i>Elanoides forficatus</i>), Vencejo cuelliblanco (<i>Leptotila verreauxi</i>), Guacamayo freticastaño (<i>Aara severa</i>), Gallo de la peña (<i>Rupicola peruviana</i>), Urraquitavilacea (<i>Cyanocorax violaceus</i>), Oropéndola (<i>Psarocolius angustifrons</i>), Cacique (<i>Cacicus cela</i>).</p> <p>Flora: musgos, líquenes, sangre de drago (<i>Croton lechleri</i>), helechos (<i>Osmundacinnamomea</i>)</p> <p>Coordenadas: 02° 20' 636" de latitud y 99° 20' 243" de longitud</p> <p>Altura: 711 msnm</p> <p>Temperatura: 20°C – 30°C (promedio anual)</p> <p>Precipitación Pluviométrica: 300 – 400 milímetros cúbicos</p>
--	------------------------------------	--------------------	------------------------	---

<p>Cascada Lluvia Pakcha mama</p>	<p>Sitios naturales</p>	<p>Rios</p>	<p>Naturales</p>	<p>Se encuentra ubicada a la misma distancia que la cascada anterior. Posee una altura de 33 m, forma una piscina de 9 m de diámetro, y una profundidad de 3 m. Detrás del manto de agua, la cascada forma una caverna, el mismo que es un corredor de paisaje rocoso con un ancho de 1 m.</p> <p>Flora: musgos, líquenes, sangre de drago (<i>Daemonorops draco.</i>), Pambil (<i>Iriartea deltoidea</i>), musgos (<i>Rigodium implexum</i>), helechos (<i>Osmundacinnamomea</i>).</p> <p>Fauna: Perdiz (<i>Tinamusmajor</i>), Elanio (<i>Elanoidesforticatus</i>), Vencejo cuelliblanco (<i>Leptotilaverreauxi</i>), Guacamayo freticastaño (<i>Ara severa</i>), Gallo de la peña (<i>Rupícola peruviana</i>), Urraquitavilacea (<i>Cyanocoraxviolaceus</i>), Oropéndola (<i>Psarocoliusangustifrons</i>), Cacique (<i>Cacicus cela</i>).</p> <p>Coordenadas: 02° 20' 637" de latitud 99° 20' 254" y de longitud.</p> <p>Altura: 860 msnm</p> <p>Temperatura: 20°C – 30°C(promedio anual)</p> <p>Precipitación Pluviométrica: 300 – 400 milímetros cúbicos</p>
--	--------------------------------	--------------------	-------------------------	--

<p>Cascada lluvia pakcha hijo</p>	<p>Sitios Naturales</p>	<p>Rios</p>	<p>Cascadas</p>	<p>A 91km² desde la ciudad del Coca, 43km² del centro de Loreto y 12km, de la Parroquia Huaticocha. Posee una altura de 27 m, forma una piscina de 7 m de diámetro, con una profundidad de 3 m.</p> <p>Flora: líquenes, sangre de drago (<i>Daemonorops draco</i>), Pambil (<i>Iriartea deltoidea</i>), musgos (<i>Rigodium implexum</i>), helechos (<i>Osmunda cinnamomea</i>).</p> <p>Fauna: Perdiz (<i>Tinamus major</i>), Elanio (<i>Elanoides forticatus</i>), Vencejo cuelliblanco (<i>Leptotilaverreauxi</i>), Guacamayo freticastaño (<i>Ara severa</i>), Gallo de la peña (<i>Rupicola peruviana</i>), Urraquitavilacea (<i>Cyanocorax violaceus</i>), Oropéndola (<i>Psarocoliu sangustifrons</i>), Cacique (<i>Cacicus cela</i>).</p> <p>Coordenadas: 01° 20' 581" de latitud y 02° 20' 328" de longitud.</p> <p>Altura: 875 msnm</p> <p>Temperatura: 20°C – 30°C (promedio anual)</p> <p>Precipitación Pluviométrica: 300 – 400 milímetros cúbicos</p>
--	------------------------------------	--------------------	------------------------	--

<p>Cascada los Planchones</p>	<p>Sitios naturales</p>	<p>Ríos</p>	<p>Cascadas</p>	<p>A 86km² desde la ciudad del Coca, 25.70km² del centro de Loreto y 3.92km. de la Parroquia Huaticocha. Posee una altura de 3,50 m, forma una piscina que tiene un diámetro de 6 m y una profundidad de 1,50 m. A su costado derecho se forma una cueva con la presencia de una piedra plana rectangular de 1,50 m por 3 m de largo, que sirve como sitio de descanso.</p> <p>Fauna: Perdiz (<i>Tinamus major</i>), Elanio (<i>Elanoides forticatus</i>), Vencejo cuelliblanco (<i>Leptotilaverreauxi</i>), Guacamayo freticastaño(<i>Ara severa</i>), Gallo de la peña (<i>Rupicola peruviana</i>), Urraquita vilacea (<i>Cyanocorax violaceus</i>), Oropéndola (<i>Psarocolius angustifrons</i>), Cacique (<i>Cacicus cela</i>).</p> <p>Flora: líquenes, sangre de drago (<i>Daemonorops draco</i>), Pambil (<i>Iriartea deltoidea</i>), musgos (<i>Rigodium implexum</i>), helechos (<i>Osmunda cinnamonea</i>).</p> <p>Coordenadas: 02° 23'588" de latitud y: 99° 21' 159" de longitud.</p> <p>Altura: 640 msnm</p> <p>Temperatura: 20°C a 30°C(promedio anual)</p> <p>Precipitación Pluviométrica: 3000 – 4000milímetros cúbicos</p>
--------------------------------------	--------------------------------	--------------------	------------------------	--

<p>Mirador Pasohurco</p>	<p>Sitios naturales</p>	<p>Montañas</p>	<p>Cordilleras</p>	<p>A 86km² desde la ciudad del Coca, 28.60km² del centro de Loreto y a 7.87km, desde la Parroquia Huaticocha. Ubicado a la derecha de la Vía Coca – Loreto – Hollín, desde aquí se puede apreciar: al bosque Húmedo Pre – Montano, el Cerro Galeras, la Provincia de Orellana y poblaciones como: Huaticocha y 24 de Mayo.</p> <p>Coordenadas: 02° 20' 508" de latitud y 99° 18' 933" de longitud.</p> <p>Altura: 1042 msnm</p> <p>Precipitación Pluviométrica: 300 – 400milímetros cúbicos</p>
<p>Fósiles</p>	<p>Sitios naturales</p>	<p>Fenómeno Geológico</p>	<p>Fósil</p>	<p>A 86km² desde la ciudad del Coca, 26km² del centro de Loreto y 8km, de la Parroquia Huaticocha. Los fósiles de restos marinos se encuentran impregnados en una pared de 8 m de alto por 350 m. de largo, ubicada al costado derecho de la vía Coca – Loreto – Hollín.</p> <p>La primera formación es la Arenisca de Hollín conformada por arenisca silícea, mezclas de arena y brea. La segunda formación Caliza del Napo consiste en depósitos marinos, sobre los que se han asentado rocas sedimentarias representadas por calizas, lutitas negras, areniscas calcáreas, arcillas y conglomerados</p>

				<p>Coordenadas: 02° 20' 492" de latitud y: 99°19'904" de longitud</p> <p>Altura: 969 msnm</p> <p>Temperatura: 21°C</p> <p>Precipitación Pluviométrica: 300 – 400 milímetros cúbicos</p>
Petroglifos	Sitios naturales	Hitórico	Petroglifos	<p>A 86km2 desde el Coca, 32,20km2 del centro de Loreto y 10.40km, de la Parroquia Huaticocha. Existen tres muestras de petroglifos, con distintas figuras y tamaños.</p> <p>El primero: forma rectangular (3.75 m de largo por 1.75 m de ancho)</p> <p>El segundo: forma rectangular (1 m de ancho por 2.5 m de largo), posee figuras en forma de cascadas, esteros y ríos.</p> <p>El tercero: forma triangular (3.75 m de largo por 2.25 m de ancho). Los dibujos representan a un reloj del tiempo, a un insecto común de la zona y rostros de personas alegres.</p> <p>Coordenadas: 02° 20' 289" de latitud y: 99° 19' 409" de longitud.</p> <p>Altura: 1047 msnm</p> <p>Temperatura: 20°C – 30°C (promedio anual)</p> <p>Precipitación Pluviométrica: 300 – 400 milímetros cúbicos</p>

CAPÍTULO V

5.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el trabajo de investigación planteado, se considera que los resultados obtenidos es el fruto de una labor minuciosa y práctica, mediante la cual se logró obtener resultados claros y relacionados con los objetivos específicos citados para determinar las conclusiones y recomendaciones respectivas.

a. Conclusiones:

1. De acuerdo al primer objetivo, Pasohurco cuenta con un exuberante potencial natural como: ríos, cascadas, montañas entre otros, destacándose las cavernas que son el principal centro de atracción, ideales para un desarrollo Eco turístico espeleológico.
2. En lo que respecta al objetivo número dos, este demuestra que turistas nacionales y en un mayor porcentaje extranjeros, se muestran interesados en visitar la Ruta Eco Turística Espeleológica, en la cual se valore y promocióne los recursos naturales, principalmente las cavernas.
3. Refiriéndose a los pobladores de la comunidad se puede decir que ellos muestran un interés total en ser partícipes directos del nuevo

producto turístico, ya que esto les permitirá mejorar su calidad de vida y preservar su riqueza natural y cultural

4. El objetivo tres permitió efectuar el diseño de la Ruta Eco Turística Espeleológica, con componentes sugeridos por visitantes nacionales y extranjeros, dando una alternativa para que se difunda el desarrollo eco turístico en Pasohurco y este llegue a formar parte de la oferta turística local, nacional e internacional.

5.2. Recomendaciones.

1. Las entidades públicas como el Ministerio de Turismo, Dirección de Turismo, gobierno Provincial y Municipal deben tomar como punto de partida del desarrollo turístico a las zonas que se encuentren fuera de la urbe, dando a conocer su potencial natural y cultural, mediante las búsqueda de nuevas estrategias de desarrollo en dicha actividad.
2. Que la comunidad se comprometa a desarrollar de forma mancomunada la actividad Ecoturística bajo el término de sostenibilidad, apoyados por instituciones educativas y gubernamentales.
3. La Ruta Eco Turística debe estar a cargo de la Junta Parroquial, la misma que debe trabajar conjuntamente con los estudiantes de eco turismo del colegio de la parroquia para su óptimo manejo y dirección.
4. La Junta Parroquial debe establecer convenios con entidades públicas y privadas como: el Ministerio de Turismo, Gobierno

Provincial, Municipio y ONGS para que la Ruta sea promocionada a nivel local, nacional e internacional y Pasohurco sea visto como un destino turístico en clave de la Provincia de Orellana.

CAPITULO VI

6. PROPUESTA ALTERNATIVA

6.1. Título de la Propuesta.

RUTA ECOTURÍSTICA ESPELEOLÓGICA “**AVENTURA BAJO TIERRA Y BRISA**”

6.2. Justificación e Importancia.

El incremento de innovadoras tendencias de turismo puede ayudar a los sectores rurales vulnerables de la pobreza, dichas tendencias deben ser capaces de incentivar la conservación de recursos naturales y culturales, impidiendo el deterioro y la desvalorización de su entorno, promover la distribución equitativa de los beneficios económicos, sociales, y culturales que ofrezca dicho sector.

Los beneficiarios de la presente propuesta son los habitantes de la comunidad de Pasohurco, quienes contribuirán en el mejoramiento de la oferta turística mediante la conservación de los recursos naturales principalmente de las cavernas, que son óptimos para el desarrollo de la “Ruta Eco Turística Espeleológica”, además se aprovechará el talento humano ya que son los que se encargarán de ofrecer a los visitantes nacionales y extranjeros la importante riqueza natural que se encuentra en el sector.

Se fomentará el espíritu participativo de la comunidad, siendo este el primer escalón para emprender actividades de desarrollo económico y social donde participen hombres y mujeres destacando sus cualidades y

destrezas, así como también su riqueza natural que sería la fuente de desarrollo integral de los habitantes de Pasohurco.

Los visitantes tendrán la oportunidad de interrelacionarse con la naturaleza existente en la comunidad, creando conciencia del valor intrínseco de sus recursos naturales en la actividad Ecoturística, por lo que es necesario el uso sostenible, permitiendo que perduren para el conocimiento y disfrute de las futuras generaciones, para una óptima conservación a través del tiempo.

A demás esta propuesta, contribuirá a que los estudiantes del Colegio “Mons. Alejandro Labaka Ugarte” que funciona en la Parroquia y que cuenta con la especialidad de Ecoturismo la cual puede aportar en el desarrollo de la Ruta. Este segmento poblacional impartirá los conocimientos a: niños, habitantes y visitantes, permitiendo brindar un servicio de calidad.

La Ruta Eco Turística Espeleológica a desarrollarse en la comunidad de Pasohurco se convertirá en un atractivo turístico y será una actividad generadora de trabajo, mejorando su calidad de vida y nivel educativo, capaz de concienciar en la protección y rescate de áreas naturales, que en la actualidad están siendo deteriorados por su inadecuado manejo.

6.3. Fundamentación.

La presente propuesta se fundamenta en los siguientes aspectos tales como:

6.3.1. Fundamentación Científica.

Se fundamenta en un estudio específico de la Ruta Turística basada en la espeleología; ciencia que pertenece a la geología y se encarga de la

investigación de estas cavidades. También se la conoce como *caving*, en su voz inglesa. La cual permite tener mayor conocimiento sobre la importancia y valoración de estos recursos y sus componentes.

6.3.2. Fundamentación Educativa.

El proyecto contribuirá a la formación de un estatus educativo a los habitantes de la comunidad, en temas ecológicos, eco turístico, cultural; que aporten al desarrollo de destrezas de conservación y aprovechamiento racional de los recursos naturales y culturales. De igual forma ofrecerá a los visitantes la oportunidad de conocer y disfrutar de la mega diversidad existente e integrarse en un ambiente ecológico, de conservación e investigación.

6.3.3. Fundamentación social.

La Ruta turística permitirá dentro de esta fundamentación crear un ambiente de interrelación entre habitantes, comunidades aledañas, entidades públicas y privadas, contribuyendo a un mejor desarrollo socio económico y turístico dentro de la comunidad.

6.3.4. Fundamentación Ecológica.

El presente proyecto fomentará tanto en los habitantes de Pasohurco como en sus visitantes el uso responsable de los recursos naturales para

un desarrollo turístico sostenible, creando en ellos un espíritu de protección, conservación, e investigación, que permita disminuir impactos negativos ambientales. Respecto a ello cabe resaltar que Las Naciones Unidas considera que proteger el medio ambiente debe ser parte de todas las actividades de desarrollo económico y social, ya que si no se protege el medio natural no se podrá alcanzar un desarrollo.

6.3.5. Fundamentación Turística.

Se fundamenta en crear un producto turístico innovador; ya que los recursos espeleológicos aun no alcanzan el reconocimiento absoluto en la actividad turística. La ruta permitirá dinamizar la oferta turística en el cantón mediante el incremento de turistas nacionales y extranjeros lo cual conlleva al incremento de divisas específicamente en la comunidad.

La presente propuesta ofrece un nuevo producto turístico, que por las características climáticas, geográficas, lacustres, ecológicas y paisajísticas que posee la comunidad, será acogido por turistas principalmente extranjeros quienes miran al eco turismo como la mejor alternativa de diversión y ocio para incrementar su vitalidad y cambiar su cotidiano vivir en las grandes ciudades.

6.4. Objetivos:

6.4.1. General.

Posicionar a Pasohurco como un destino turístico nacional mediante el desarrollo de nuevos productos turísticos (Ruta Ecoturística Espeleológica) para una demanda de turismo nacional e internacional

6.4.2. Específicos.

- 1) Registrar la Ruta Turística en el Ministerio de Turismo, como un Atractivo Turístico del Cantón.

- 2) Incorporar a la Ruta Turística dentro de los principales mercados de turismo a nivel nacional mediante convenios con operadoras.

6.5. Ubicación Sectorial y Física.

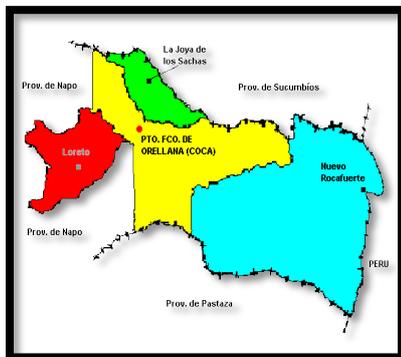
La presente investigación se realizó en la comunidad de Pasohurco, Cantón Loreto, Provincia de Orellana, que se encuentra ubicada en la parte noroeste del Cantón Loreto, a 82 km. de la Capital Provincial, la cual cubre una distancia de una hora y veinte minutos por la vía Hollín-Loreto-Coca siendo la principal arteria de comunicación terrestre a este rincón del País.

Pasohurco limita al Norte con la Comunidad 10 de Agosto, al Sur con el Parque Nacional Sumaco Napo-Galeras, al Este con la Parroquia San Vicente de Huaticocha y al Oeste con la Comunidad Guamaní. Cabe indicar que la comunidad Pasohurco específicamente se encuentra en la zona de amortiguamiento del Parque Nacional Napo-Galera.

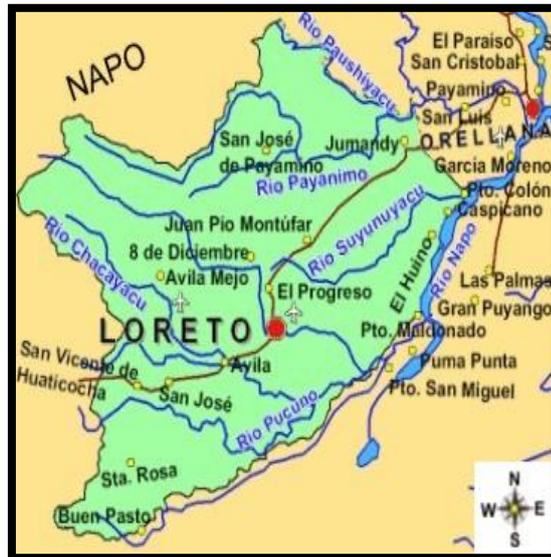
6.6. Desarrollo de la Propuesta.

Ilustración No 1. Ubicación Sectorial y Física

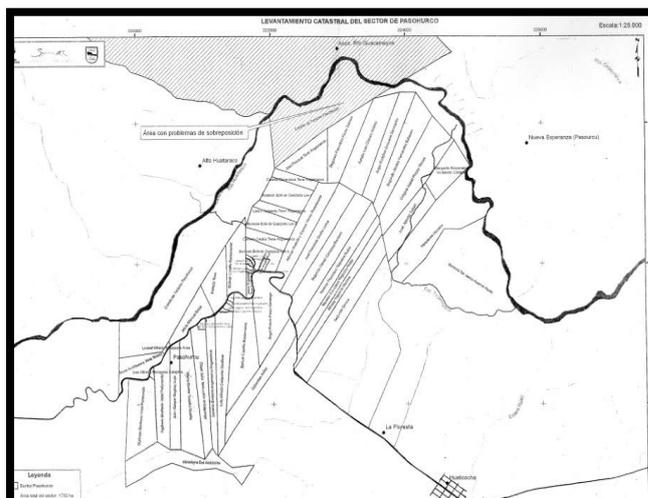
Prov. Orellana



Cantón Loreto



Comunidad Pasohurco



6.7. Impactos

6.7.1. Impacto Social.

El impacto social es positivo es decir que la tesis pretende colaborar al desarrollo de la comunidad.

La intención es mejorar significativamente la actividad turística en la comunidad y el nivel de vida de las personas a través de la creación de nuevas fuentes de trabajo, con el servicio que va a prestarse.

Finalmente se introducirá al mercado turístico un nuevo producto turístico, que brindara un servicio de calidad a visitantes nacionales y extranjeros.

6.7.2. Impacto Económico.

La tesis tiene un impacto económico positivo en una escala mediana, es decir con la implementación del proyecto ayudara a la comunidad generando empleo para los mismos, colaborando con ello al desarrollo de la comunidad.

6.7.3. Impacto Ecológico.

Con este material publicitario tratamos de que la gente sea consciente, proteja y conserve los recursos naturales de la comunidad, ya que solo así tendremos un buen entorno para presentar a nuestras futuras generaciones.

6.7.4. Impacto Turístico.

Este trabajo servirá para aumentar la afluencia de turistas nacionales y extranjeros y además que el turista conozca los diferentes potenciales turísticos que la comunidad posee, recopilar la suficiente información para llegar al sitio elegido, con esto pretendemos llegar a numerosos visitantes y a su vez que los mismos corran la voz de la gran riqueza natural que posee la comunidad.

6.8. Difusión.

6.8.1. Internet.

Es el medio de comunicación más preciso y eficaz que hoy en día todo el mundo lo utiliza, permite que la publicidad alcance de manera precisa a las poblaciones más alejadas y a grupos definidos es el más vertiginoso e interactivo.

6.8.1.1. Página Web.

Diseño de una página interactiva donde el usuario pueda acceder a toda una gama de información específica de los potenciales turísticos,

existentes en la comunidad Pasohurco, siendo también una guía turística didáctica para visitantes nacionales y extranjeros que quieran conocer Pasohurco. La página web de la Ruta Eco Turística “Aventura Bajo Tierra” será www.aventurabajotierra.com

6.8.2. Medios de Comunicación.

Los medios de comunicación son las herramientas o formas por el cual se realizan las diferentes publicaciones. Existen diferentes clases entre ellos tenemos radio, prensa televisión y lo más avanzado que es el Internet.

6.8.2.1. Televisión.

Es un medio flexible que favorece la creatividad por medio de componentes que integran la imagen y el sonido. Permite presentaciones sencillas de manera que el público televidente o identifique el producto o servicio de manera cómoda fácil y rápida. Para garantizar en parte el comercial es necesario combinar el aspecto racional con el emotivo.

6.8.2.2. Revistas.

Son los medios publicitarios más efectivos porque la difusión es por medio de gráficos la información es clara y precisa se los puede encontrar en tiendas, Kioscos con mayor frecuencia vienen en los diarios de todo el país, alcanzan un grado de especialización, es un tipo de documento que contiene varios artículos en temas diversos estos pueden ser, Técnicos, culturales, científicos políticos etc.

6.9 Bibliografía

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

ACERENZA, Miguel; (2005); “Promoción Turística”; Primera Edición; Editorial Trillas; México. Pág. 20-35.

BIGNÉ, E; (2000); “Marketing De Destinos Turísticos”; Primera Edición; Editorial Esic; Madrid. Pág. 35-50

BOULLÓN, Roberto; (2006); “Planificación del Espacio Turístico”; Primera Edición; Editorial Trillas; México. Pág. 22-41.

BOULLÓN, Roberto; (2005); “Las Actividades Turísticas y Recreacionales”, Primera Edición; Editorial Trillas; México. Pág. 33- 56

BOULLÓN, Roberto; (2006); “Los Municipios Turísticos”; Primera Edición; Editorial Trillas; México. Pág. 27-35; 71-89.

CEBALLOS, Pedro; (2005); “Pájaros de nuestros campos y bosques”; Tercera Edición; Editorial Mundi – Prensa; Madrid - Barcelona –México. Pág. 50-64.

DAVIS, H; (2005); “El Desarrollo Del Turismo”; Primera Edición; Editorial Trillas; México. Pág. 19-25.

DURAN, Felipe; (2009); “Plantas Aromáticas y Medicinales”; Primera Edición; Editorial Grupo Latino; Quito – Ecuador. Pág. 22-38.

FERNANDEZ, Telmo; (2005); “Medicina Tropical”; Segunda Edición; Editorial Guayaquil– Ecuador. Pág. 15-27.

FONTAINE, Hernesto; (2005); “Evaluación De Proyectos De Inversión”; Primera Edición; Editorial Person Educación Buenos Aires. Pág. 35-50.

GUEVARA, R; (2005); "Principios Fundamentales De La Ecología Ecuatoriana"; Tercera Edición; Editorial Codislisi; Quito – Ecuador. Pág. 37-48.

GURRÍA, Manuel; (2007); "Introducción Al Turismo"; Primera Edición; Editorial Trillas; México. Pág. 47-48.

GÓMEZ, Julia; (2005); "Colección Gestión Turística";Primera Edición; Editorial Síntesis; Madrid. Pág. 13-29.

GÓMEZ, Prieto; (2005); "Rutas e itinerarios turísticos en España"; Primera Edición; Editorial Síntesis; Madrid. Pág. 25-37.

HERNÁNDEZ, Edgar; (2008); "Proyectos Turísticos Formulación y Evaluación"; Primera Edición; Editorial Trillas; México. Pág. 25-59.

HERNANDEZ, Armand; (2005); "Estructura Y Organización Del Mercado Turístico"; Primera Edición; Editorial Centro de Estudios Ramón Areces; Madrid. Pág. 122-123.

IZKO, Xavier; (2005);"Ecoturismo En El Ecuador Trayectorias y Desafíos"; Primera Edición; Editorial Argudo Hnos Quito – Ecuador. Pág. 16-31.

KLOTTER, P; (2004);"Marketing Para Turismo"; Primera Edición; Editorial S.A. Madrid. Pág. 127-139.

MEYER, Daniel; (2002); "Turismo Y Desarrollo Sostenible"; Primera Edición Universidad Externado de Colombia – Bogotá. Pág. 31-40.

MONTANER, Jordi; (2006); "Estructura Del Mercado Turístico"; Segunda Edición; Editorial Síntesis; Madrid. Pág. 23- 36.

NARANJO, Plutarco; (2005); "La Medicina Tradicional Del Ecuador"; Primera Edición; Corporación Editorial Nacional; Quito – Ecuador. Pág. 18-25.

PÉREZ, Mónica; (2003); “La Guía Del Ecoturismo”; Segunda Edición; Editorial Mundi – Prensa; Madrid.Pág. 25-33; 43-50.

PATZELF, Erwin; (2002); “Flora Del Ecuador”; Primera Edición; Editorial Imprefepp; Quito - Ecuador. Pág. 27-43.

RAMÍREZ, César; (2006); “Marketing Turístico”; Primera Edición; Editorial Trillas; México. Pág. 11-34; 35-52.

REY, Manuel; (2005); “Fundamentos De Marketing Turístico”; Primera Edición; Editorial Síntesis; Madrid.Pág.41-56.

ROBERT,S; (2001); “The Birds Of Ecuador Volumen II Field Guide”;Primera Edición; Editorial Copyright New York.Pág.52-68.

RECIO, I; (2005); “Marketing Turístico Un Desafío Pendiente”; Primera Edición; Editorial Itsmo; Madrid. Pág. 33-45.

SANDOVAL, Ewaldo; (2006); “Ecoturismo Operación Técnica y Gestión Ambiental”; Primera Edición; Editorial Trillas; México. Pág. 41-66.

SMITH, Randy; (2005); “Manual De Ecoturismo Para Guías Y Comunidades Indígenas De La Amazonía Ecuatoriana”; Primera Edición; Editoria IAbya – YALA; Cayambe – Ecuador. Pág. 32-58.

TIRIRA, Diego; (2001); “Libro Rojo De Los Mamíferos Del Ecuador”; Primera Edición; Editorial SIMBIOE Eco Ciencia; Quito– Ecuador. Pág. 62-83.

ZAMORANO, Francisco; (2007); “Turismo Alternativo”; Primera Edición; Editorial Trillas; México. Pág. 26-45.

Revistas:

Dirección Provincial Técnica de Orellana; (2011); Yaku Ñamby (Ruta del Agua); Guía Turística de Orellana; Pág. 7- 46.

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Loreto; (2009); Ruta Turística del Cantón Loreto; Guía Turística del Cantón Loreto “Un Mundo Por Descubrir”; Pág. 1-36.

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Loreto; (2012); Tierra de Shamanes; Guía Turística; Pág. 78-117.

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Francisco de Orellana; (2009); Plan Estratégico Para La Competitividad Turística De La Provincia De Orellana; Pág. 5-12.

Giovanna V; (2012, Febrero 4); “El Cotacachi” Espeleología En Ecuador; Revista Cordillera Límite; Pág. 2-10.

Linkografía:

www.redaragon.com/turismo/naturaleza/grutas_y_cuevas/1006_guia.asp

<http://www.viajandox.com/orellana/loreto-canton.htm>

www.inec.gov.ec/c/document.library/ge

<http://www.monografias.com/trabajos82/producto-turistico/producto-turistico.shtml>

<http://www.goecuador.com/espanol/operadores-turisticos/amazonia-selva-tours>

<http://www.slideshare.net/abel23x/introduccion-al-turismo>

<https://sites.google.com/site/.../en/.../clasificacioncuevasycavernas>

www.redaragon.com/turismo/naturaleza/grutas_y.../1005_guia.asp

<http://www.espeleocv.com/fecv/>