



## **ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO**

### **“DETERMINACIÓN DE LOS FACTORES QUE INCIDEN EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE SUCUMBÍOS EN EL AÑO 2016”**

**JONATHAN DENNIS SEGURA MÁRQUEZ**

**Trabajo de Titulación modalidad: Proyectos de Investigación y Desarrollo  
presentado ante el Instituto de Posgrado y Educación Continua de la ESPOCH,  
como requisito parcial para la obtención del grado de: “MAGISTER EN  
GESTIÓN DE PROYECTOS DE DESARROLLO”**

**RIOBAMBA – ECUADOR**

**Noviembre – 2017**



## ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

### CERTIFICACIÓN:

EL TRIBUNAL DE TRABAJO DE TITULACIÓN CERTIFICA QUE:

El **Trabajo de Titulación modalidad Proyectos de Investigación y Desarrollo**, titulado “Determinación de los factores que inciden en el desarrollo Turístico de la provincia de Sucumbíos en año 2016”, de responsabilidad del Sr. Jonathan Dennis Segura Márquez ha sido prolijamente revisado y se autoriza su presentación.

Tribunal:

\_\_\_\_\_  
Ph.D. Freddy Proaño Ortiz

**PRESIDENTE**

\_\_\_\_\_  
FIRMA

\_\_\_\_\_  
MsC. Eduardo Durán García

**DIRECTOR**

\_\_\_\_\_  
FIRMA

\_\_\_\_\_  
MsC. Angela Caiza Barahona

**MIEMBRO**

\_\_\_\_\_  
FIRMA

\_\_\_\_\_  
MsC. Daysi Guanga Chunata

**MIEMBRO**

\_\_\_\_\_  
FIRMA

Riobamba, Noviembre, 2017

## **DERECHOS INTELECTUALES**

Yo Jonathan Dennis Segura Márquez, declaro que soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en el **Trabajo de Titulación modalidad Proyectos de Investigación y Desarrollo**, y que el patrimonio intelectual generado por la misma pertenece exclusivamente a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

---

**Jonathan Dennis Segura Márquez**

**CI: 0603693136**

## **DEDICATORIA**

A Dios, a mis Padres, a Geovanna, por el amor, comprensión, y el apoyo incondicional, por el camino señalado y el impulso recibido.

Jonathan D. Segura Márquez

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, al alma máter, mi querida Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, a mis tutores de la investigación y a todos los involucrados de la provincia de Sucumbíos, quienes han prestado su contingente para la realización de esta investigación.

Jonathan D. Segura Márquez

## TABLA DE CONTENIDOS

<b>RESUMEN</b>	<b>XI</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>XII</b>
<b>CAPITULO I</b>	
<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	<b>- 13 -</b>
1.1 Planteamiento del Problema	- 15 -
1.1.1 Situación Problemática	- 15 -
1.2 Formulación del problema	- 17 -
1.3 Preguntas directrices	- 17 -
1.4 Justificación de la investigación	- 17 -
1.5 Objetivos de la investigación	- 21 -
1.5.1 Objetivo General	- 21 -
1.5.2 Objetivos Específicos	- 21 -
1.6 Hipótesis	- 21 -
<b>CAPITULO II</b>	
<b>2. MARCO TEÒRICO</b>	<b>- 22 -</b>
2.1 Antecedentes del Problema	- 22 -
2.2 Bases teóricas	- 24 -
2.2.1 Epistemología del Turismo	- 24 -
2.2.2 Turismo definiciones y características.	- 26 -
2.3 Clasificación del Turismo	- 27 -
2.3.1 Según el tipo de desplazamiento:	- 27 -
2.3.2 Según la modalidad	- 28 -
2.4 Desarrollo social a partir del Turismo	- 30 -
2.4.1 Medición de la sostenibilidad de la actividad turística, los indicadores.	- 31 -
2.5 Actividad Turística en el Ecuador	- 33 -

2.5.1	Gestión Integrada del Turismo _____	- 34 -
2.5.2	Desarrollo Humano y social: Concepto Multidimensional _____	- 35 -
2.5.3	Análisis Estadístico Multivariado. _____	- 37 -
2.5.4	Situación Actual de la provincia de Sucumbíos _____	- 42 -

### **CAPITULO III**

<b>3.</b>	<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN _____</b>	<b>- 45 -</b>
3.1	Métodos de Investigación _____	- 45 -
3.2	Enfoque de la Investigación _____	- 45 -
3.3	Alcance de la Investigación _____	- 45 -
3.4	Población de Estudio _____	- 46 -
3.5	Unidad de Análisis _____	- 46 -
3.6	Selección de la Muestra _____	- 46 -
3.7	Tamaño de la Muestra _____	- 46 -
3.8	Técnicas de recolección de datos primarios y secundarios: _____	- 46 -
3.9	Instrumentos de recolección de datos primarios y secundarios _____	- 47 -
3.10	Instrumentos para procesar datos recopilados _____	- 47 -

### **CAPITULO IV**

<b>4.</b>	<b>RESULTADOS Y DISCUSIÓN _____</b>	<b>- 48 -</b>
4.2	Componentes principales _____	41
4.3	Discusión estudios similares. _____	43

### **CAPITULO V**

<b>5.</b>	<b>PROPUESTA _____</b>	<b>44</b>
5.1	Diagnóstico: Determinación situación actual _____	45
5.2	Imagen que deseamos proyectar _____	47
5.3	Objetivos y Metas _____	49
5.4	Determinación de estrategias _____	53
5.4.1	Estrategia 1: Transformación de los recursos turísticos en atractivos turísticos _____	54

5.4.2 Estrategia 2: Plan de Seguridad Integral _____	55
5.4.3 Estrategia 3: Plan de Capacitación y profesionalización del talento humano. _____	56
5.4.4 Estrategia 4: Promoción Turística de la Provincia de Sucumbíos. _____	57
5.4.5 Resumen y relación de las estrategias con los componentes encontrados. _____	59
5.5 “I Foro Académico de Turismo” en Sucumbíos. _____	61
<b>CONCLUSIONES</b> _____	<b>63</b>
<b>RECOMENDACIONES</b> _____	<b>64</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	
<b>ANEXOS</b>	



## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1-4:</b> Alojamiento por Cantón y Categoría .....	- 48 -
<b>Tabla 2-4:</b> Análisis Estadístico Descriptivo de las Variables .....	- 49 -
<b>Tabla 3-4:</b> Matriz Correlación de Variables .....	38
<b>Tabla 4-4:</b> Varianza de las Variables Explicada.....	39
<b>Tabla 5-4:</b> Componentes seleccionados para explicar la variabilidad. ....	40
<b>Tabla 6-5:</b> Ingresos a las principales reservas y en Control de Aduanas año 2015 .....	46
<b>Tabla 7-5:</b> Objetivos del Modelo de Gestión.....	51
<b>Tabla 8-5:</b> Involucrados en el Modelo de Gestión para el incremento de la actividad turística en Sucumbíos. ....	54
<b>Tabla 9-5:</b> Resumen de estrategias VS Componentes encontrados. ....	60

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1-2:</b> Variables vs Individuos caso de aplicación. ....	- 23 -
<b>Gráfico 2-2:</b> Pirámide poblacional según los Censos Poblacionales 2001 Y 2010 .....	- 43 -
<b>Gráfico 3-4:</b> Gráfico de Sedimentación. ....	39
<b>Gráfico 4-5:</b> Modelo de Gestión para el incremento del Desarrollo Turístico en la provincia de Sucumbíos. ....	45
<b>Gráfico 5-5:</b> Modelo de Aplicación para la Imagen turística en la provincia de Sucumbíos. ....	48
<b>Gráfico 6-5:</b> Modelo de transformación del recurso turístico a atractivo turístico .....	54

## RESUMEN

La presente investigación se realizó con el objetivo de encontrar los factores que inciden en el desarrollo turístico de la provincia de Sucumbíos en el año 2016 utilizando análisis estadístico multivariado, se tomó una población de 122 hoteles catalogados por el Ministerio de Turismo y se utilizó 24 variables; se identificó que las variables con una dispersión mayor respecto a su media son “Total de trabajadores”, “Trabajadores fijos”, “Trabajadores eventuales”, “Camas”, mientras que las variables con menor dispersión respecto a su comportamiento promedio son: “Fecha Fundación”, “Fecha adquisición”, y “Fecha de Renovación”. A través del análisis de componentes principales se logró agrupar y reducir en componentes para su interpretación. Es una investigación inédita para la zona norte de la Amazonía ecuatoriana, donde se está buscando salir de un sistema extractivista hacia un modelo de desarrollo sostenible. Se determinaron 4 componentes principales: “Dirección empresarial” explica el 21.85% de la varianza del sistema, definido por las variables: camas, trabajadores fijos, creatividad comunicación, satisfacción. “Infraestructura vigente” explica el 16.80% de la varianza y el 38.66% acumulada por el modelo ajustado se relaciona con las variables: año de fundación, año de adquisición, año de renovación. “Dependencia de Tour Operadores” con el 13.35% de la varianza y el 52.02% acumulada explica las variables: descentralización y tour operadores. Y “Talento Humano” representa el 62.27% de la varianza acumulada e incluye las variables total de trabajadores y trabajadores eventuales. A partir de las componentes explicadas se diseñó un modelo de gestión para el desarrollo turístico de la provincia, buscando la transformación de los recursos turísticos en atractivos turísticos a través de estrategias de capacitación, seguridad y promoción en las cuatro componentes explicada anteriormente. Se recomienda la utilización de estas herramientas de gestión desde las instituciones públicas así como del sector turístico privado para alcanzar las metas propuestas con esta industria en aspectos económicos y de desarrollo social sostenible.

**Palabras claves:** <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>, <TURISMO SOSTENIBLE>, <ANÁLISIS MULTIVARIADO>, <MODELO DE GESTIÓN>, <DIRECCIÓN EMPRESARIAL>, <ESTRATEGIAS DE GESTIÓN>, <DESARROLLO SOSTENIBLE>

## ABSTRACT

This research was carried out with the objective of finding the factors that affect the tourism development of the Province of Sucumbíos in 2016. It is used multivariate statistical analysis, it was taken a population of 122 hotels cataloged by the Ministry of Tourism of Ecuador, and they were used 24 variables; It was identified that the variables with a greater dispersion with respect to their average are: "Total workers", "Permanent workers," "Temporary workers ", "Beds", while the variables with less dispersion respect to their average behavior are: "Foundation Date", "Date of Acquisition", and "Renewal Date". Through the analysis of main components, it was possible to group and reduce in components for its interpretation. They were determined four main components: "Business Management" explains; 21.85% of the variance of the system, defined by the variables: beds, permanent workers, creativity, communication, satisfaction. "Existing infrastructure" explains; 16.80% of the variance, and 38.66% accumulated by the adjusted model is related to the variables: year of foundation, year of acquisition, and year of renewal. "Dependency of Tour Operators" with 13.35% of the variance and 52.02% accumulated, the variables explain: decentralization and tour operators. And "Human Talent" represents 62.27% of the accumulated variance and includes the variables total of workers and temporary workers. From the explained components, a management model was designed for the tourist development of the Province in order to look for the transformation of tourist resources into tourist attractions through strategies. It is concluded that with the research a management tool was set up to the public institutions. It is recommended the use of these management tools from public institutions; as well as, the private tourism sector to achieve the goals proposed with this industry in economic aspects and sustainable social development.

**KEY WORDS:** <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>, <SUSTAINABLE TOURISM>, <MULTIVARIATE ANALYSIS>, <MANAGEMENT MODEL>, <MANAGEMENT BUSINESS>, <MANAGEMENT STRATEGIES>, <SUSTAINABLE DEVELOPMENT>.

## CAPITULO I

### 1. INTRODUCCIÓN

A nivel mundial en las últimas dos décadas se ha acentuado una creciente sensibilidad social por conceptos de desarrollo social sostenible a través de la actividad del turismo, pues son bien conocidos los efectos de degradación paisajística, ambiental, social y cultural que generan las actividades extractivistas.

El turismo no debe entenderse como una actividad social y económica que funciona de forma aislada; por el contrario, esta actividad depende de numerosos sectores de la economía que lo abastecen de bienes y servicios (alimentación, transporte, seguros, energía, tecnología, construcción, mobiliario, etc.). Los componentes que intervienen en el desarrollo turístico generalmente están confrontados por intereses de agentes sociales y de los distintos sectores económicos, por eso es importante generar modelos de identificación adecuada de variables y componentes para una gestión sostenible.

La concepción del turismo contemporáneo se inscribe en la necesidad de implementar modelos de desarrollo sostenible que hagan compatible el desarrollo económico con la recuperación y conservación de los recursos naturales y el incremento de la equidad y de la justicia social influyendo directamente en el mejoramiento de la calidad de vida. En este sentido, la sostenibilidad no es una posible opción a la actividad turística, sino que es la única opción aquella que puede mejorar la calidad de vida de los ciudadanos de hoy y del futuro sin sobrepasar la capacidad de carga de los ecosistemas que son el soporte de vida en la tierra. El papel de los gobiernos locales y los procesos de gobernanza que tienen que abanderar es una cuestión estratégica primordial que debemos afrontar desde esta acción, con carácter de continuidad. (Ayuntamiento de Mijas (Málaga), 2016)

Varios autores consideran importante el fomento del Turismo, no solamente por los altos ingresos que genera, sino también por las fuentes de empleo directo e indirecta, además el Turismo posee un efecto multiplicador en otras ramas de la economía y por lo tanto del

desarrollo social, y es considerada como una de las actividades que deben fomentar los países en vías de desarrollo y de renta media, como nuestro País.

Cuando una población es capaz de acceder a un empleo digno y remunerado equitativamente, pueda acceder a una vivienda sin riesgos, además tener un ecosistema cuidado y sostenible en el tiempo, se podrá decir que esta población está en condiciones de alcanzar un bienestar, es decir únicamente con esas condiciones se puede hablar de un desarrollo social satisfactorio.

Una de las industrias y actividades con las cuales se puede atraer este desarrollo es el turismo, actividad que ha demostrado un crecimiento en el último período, y se proyecta como una actividad sostenible y autónoma. En Ecuador el turismo ha tenido un despunte, basándose en potenciar los atractivos turísticos naturales, culturales, ancestrales y gastronómicos que posee.

Las comunidades que han enfocado su desarrollo social y económico en el Turismo han registrado un crecimiento y mejoramiento de la calidad de vida, en la Amazonía según el Ministerio de Turismo en el año 2010 los visitantes representaron el 17% del total de ingresos al país, y si bien es un porcentaje aún bajo este ha ido en un crecimiento paulatino, lo cual requiere atención y estudio.

Este crecimiento sin embargo no ha sido igual en toda la extensión de la Amazonía; así en la provincia de Sucumbíos que está ubicado en la frontera norte del Ecuador con Colombia y poseedor de recursos turísticos muy importantes en términos de atraktividad de tipo natural, cultural y ancestral no han sido bien aprovechados estos recursos dando como resultado con una baja actividad turística en comparación con los atractivos que posee.

Una de las causas para que no se genere el crecimiento de esta actividad es el no contar con la información adecuada para la toma de decisiones en cuanto a estrategias y elaboración de políticas públicas. Lamentablemente Sucumbíos no cuenta con la información actualizada en relación a la prestación de bienes y servicios relacionados con la actividad turística. Por tal motivo hay un claro interés y decisión política en revertir esta situación.

Además para lograr el objetivo de incrementar la actividad turística se debe reconocer la participación de varios sectores y variables, es decir el manejo integrado es primordial, esta complejidad tiene como base la diversidad cultural, nivel de educación, nivel socioeconómico, ubicación geográfica, niveles de comunicación entre miembros de la sociedad local, políticas de gobierno, intereses económicos, etc. (Delgado, Bachmann, & Oñate, 2007)

Actualmente no se han realizado estudios por parte de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (Provincial, cantonales, parroquiales) para establecer políticas de desarrollo social a través del turismo, tampoco se han establecido líneas base ni métodos estadísticos adecuados para obtener información adecuada.

Dada la situación anteriormente descrita es necesario identificar las variables principales que influyen en el desarrollo turístico de la provincia para así tomar decisiones y efectuar estrategias adecuadas en pos de conseguir incremento de la actividad turística y a la par desarrollo social sostenible, estos factores serán evaluados e identificados a través de la utilización de análisis multivariado.

## **1.1 Planteamiento del Problema**

### **1.1.1 Situación Problemática**

El turismo en el inicio del siglo XXI es probablemente la actividad económica más importante del mundo. Su expansión y crecimiento están fuera de toda discusión. A nivel mundial se ha evidenciado en todos los continentes el crecimiento de la actividad turística; a pesar de las dificultades económicas, fenómenos naturales y conflictos políticos – sociales a nivel mundial acontecidos en el año 2011, la Organización Mundial del Turismo dio a conocer en enero del año 2012 los resultados de sus estudios acerca del crecimiento y desarrollo turístico a nivel mundial estimando un 4,4% de crecimiento a nivel mundial.

Este crecimiento se debe a los grandes beneficios sociales que ofrece la industria del Turismo respecto a temas de sostenibilidad, es una industria denominada como “sin chimenea”; si bien el turismo a nivel mundial tiene una gran visibilidad, esto es apenas del iceberg, ya que según la Organización Mundial de Turismo los ingresos por el Turismo ascienden a 1.7 billones de dólares y se incluyen más de 3000 millones de viajeros.

En América Latina el turismo se ha venido desarrollando e impulsando pese a la tormenta económica que vive la zona, el sector ha venido creciendo y posee perspectivas positivas para el futuro. El año 2015 arrojó que el número de viajeros extranjeros registrados en la región ascendió a más de 96,6 millones, que se convierte en la mayor cifra alcanzada durante la última década, según la Organización Mundial del Turismo (OMT).

Este crecimiento, según los analistas, se origina de una mayor afluencia de estadounidenses, movidos por la fortaleza de su moneda (dólar), y a una imparable demanda de viajes por parte

de la clase de ingresos medios, pues según la OMT siete de cada diez llegadas tienen su origen dentro del mismo subcontinente.

En el resto de la zona, aunque con menor medida, los turistas estadounidenses también han dejado su impronta. Más de 11 millones, según las cifras del Departamento de Comercio de EE UU, han disfrutado de las playas del Caribe, de las calurosas ciudades de Centroamérica o de los antiguos pueblos sudamericanos, principalmente de Brasil, donde el real se ha depreciado un 47% frente al dólar, y de Argentina, cuya moneda ya se había devaluado un 14% en diciembre de 2015, antes de que el Gobierno pusiera fin a los controles cambiarios. "Hay una relación de causa-efecto directa en la depreciación. El año pasado, EE UU aumentó su gasto en turismo en torno al 9%, y esto se debe, en una medida importante, a la fuerza de su moneda", comenta Vogeler, de la OMT.

En Ecuador, el turismo es uno de los sectores con mayor impulso en términos de volumen y crecimiento, su priorización aparte de estar incluida dentro del cambio de matriz productiva; es una recomendación de organismos internacionales para alcanzar un crecimiento económico importante. Al año 2015, el turismo representó el 2% del PIB nacional y se ubica en el tercer rubro de las exportaciones no petroleras después del banano y el camarón, (Meléndez, 2015).

Sucumbíos, provincia ubicada al norte de la región amazónica ecuatoriana, tiene una extensión de 18.612 km<sup>2</sup> y según el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos), el censo de población y vivienda realizado en 2010, refleja una población de 176.472 habitantes, que representa el 1,22% de la población nacional; de los cuales 83.624 corresponden al sexo masculino, equivalente a 47,39%, y 92.848 al sexo femenino, correspondiente al 52,61%.

Esta provincia amazónica posee una inigualable belleza paisajística y es una de las provincias de los 7 países que a nivel mundial poseen reservas biológicas y bosques húmedos primarios; sin embargo no ha recibido el impulso necesario para su desarrollo turístico; esto ha generado que las actividades económicas provengan de un sistema extractivista, afectando al desarrollo socioeconómico sostenible de la provincia, además de afectar a los recursos naturales de la misma que diariamente se ven afectados por las perforaciones petroleras.

Si se realiza un análisis de la situación actual de la provincia se puede evidenciar un alto grado de dependencia de actividades petroleras, lo que ha generado un problema social de desempleo marcado por las constantes protestas por la falta de políticas laborales beneficiosas para la zona.

Con la devaluación de la moneda del vecino país de Colombia que se encuentra en los límites de la frontera norte de la provincia de Sucumbíos se puede ver la gran cantidad de turistas que utilizan la provincia como zona de paso para dirigirse a Colombia (cantones la Hormiga,



Francisco de Asís), sin embargo no se ha podido aprovechar el hecho de ser una región fronteriza para el fomento de actividades como el Turismo pese a tener una gran diversidad de fauna y flora.

Sucumbíos también posee una de las reservas biológicas más grandes del mundo, Cuyabeno, que se extiende por los cantones Putumayo y Cuyabeno, y tiene una reserva faunística de importancia mundial, flora endémica, cascadas naturales, lagos y comunidades ancestrales.

El desconocimiento de los factores que inciden en el desarrollo del turismo no ha permitido que la provincia, diversifique y mejore la calidad de la oferta turística, aunque posea un aeropuerto operativo y vías de acceso de primer orden.

## **1.2 Formulación del problema**

¿Cuáles son las principales factores que inciden en el desarrollo turístico de la provincia de Sucumbíos?

## **1.3 Preguntas directrices**

¿Por qué se deben encontrar los factores principales que inciden en el desarrollo turístico de la provincia de Sucumbíos en el año 2016?

¿Dónde se va a encontrar los factores principales que inciden en el desarrollo turístico?

¿Cómo se van a encontrar los factores principales que inciden en el desarrollo turístico de la provincia de Sucumbíos en el año 2016?

¿Para qué se deben encontrar los factores principales que inciden en el desarrollo turístico de la provincia de Sucumbíos en el año 2016?

## **1.4 Justificación de la investigación**

La presente investigación busca encontrar los factores determinantes en el desarrollo de la actividad turística a través de un análisis estadístico multivariado, para contribuir de esta manera a la elaboración de estrategias y políticas de acuerdo a la realidad de la provincia en un contexto social de crisis generada por la sujeción a una sola actividad como la petrolera.

El trabajo investigativo será de vital importancia para construir sobre bases sólidas el crecimiento de la industria del Turismo, que además de ser una industria que genera ingresos

económicos, es una actividad que busca ser sostenible y sustentable socialmente y ambientalmente, lo que influirá significativamente en el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de la provincia y de sus visitantes.

Los beneficiarios directos de la investigación son las instituciones competentes que elaboran políticas públicas en el ámbito turístico; ya que contarán con una herramienta que permitirá tomar decisiones acertadas en cuanto a políticas y estrategias en el sector turístico. Mientras que los beneficiarios indirectos de la investigación serán los prestadores de servicios turísticos (beneficiados de las políticas), la población en general que verá mejorada su calidad de vida en el mediano plazo, otros de los beneficiarios indirectos serán los turistas que visiten la provincia de Sucumbíos.

Para Cordobés & Sanz, (2008) el fomento de la oferta turística en las zonas que se encuentran en vías de desarrollo, puede contribuir de manera positiva a la economía, además de ayudar a la preservación de los ecosistemas y rescatar la cultura propia de cada sector.

La actividad turística tiene un impacto positivo cuando propicia el desarrollo de infraestructura, crea microempresas que a la vez se convierten en generadores de empleo para mujeres y jóvenes. Y quizás lo más importante genera ganancia en divisas.

Según la Organización Mundial de Comercio "...la industria del turismo está entre las cinco primeras categorías de exportaciones para más del 80% de los países y se constituye además, la primera fuente de divisas para casi el 40% de los países..."

Además basados en el objetivo número 10 del Plan Nacional del Buen Vivir vigente en el Ecuador: impulsar el cambio de la matriz productiva, donde se menciona:

*"...Los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen. Se debe impulsar la gestión de recursos financieros y no financieros, profundizar la inversión pública como generadora de condiciones para la competitividad sistémica, impulsar la contratación pública y promover la inversión privada..."*

Según el portal Turismo en Cifras del Ministerio de Turismo, el mes de agosto del 2016 las llegadas de extranjeros provenientes de países como Estados Unidos, Reino Unido, Chile,

México y Bélgica, se han incrementado significativamente con respecto al mismo mes del año anterior.

El aporte en conjunto se sitúa en el 26% del total de llegadas al país. De Europa proviene el 16% de visitantes del total de turistas que llegan al país, como dato importante para el fomento de la actividad turística se estima que el Turismo genera uno de cada 20 empleos en el país. (Romero, 2016)

Las campañas internacionales como "All You Need is Ecuador 2015" a través de su estrategia promocional "Feel Again" que buscó reactivar los sentidos de los visitantes mientras recorrían el fascinante país de los cuatro mundos, ha dado un realce a zonas como la Amazonía para que sean visitadas. (Turismo, 2016).

Sin embargo no se han encontrado los factores determinantes en la gestión turística apropiados para la zona, Sucumbíos aún ha logrado explotar de manera adecuada el potencial de los distintos recursos turísticos únicos en el mundo que posee.

El atractivo de una ciudad, no es fijo, que al contrario, puede ir cambiando y desarrollando cambios en beneficio de los productos ya existentes, en cuanto mayor sea la jerarquía de un determinado producto turístico, mayor será su capacidad para atraer visitantes de larga distancia.

El potencial de Ecuador según información del Ministerio de Turismo (Turismo, 2016) se enfoca en aspectos como:

- Ecuador es considerado el país del agua.
- Cuenta con extensas áreas protegidas (19% de la superficie del país).
- Es origen de más de 30 especies de cultivos, representando la mayor agrobiodiversidad del mundo.
- Con la mayor cantidad de fauna y flora por km<sup>2</sup>.
- El 2 ° país del mundo en diversidad de vertebrados endémico.
- El 3° en diversidad de anfibios.

- El 4° en especies de aves.
- El 5° en mariposas papilónidas.
- Alberga al 10% de las especies de plantas del mundo.
- Contiene el 10,7% de los animales vertebrados del planeta.
- Y el 35% de todas la especies de colibríes, todo esto en el 0,19% de la superficie terrestre.

La industria del turismo es conocida como una industria blanca, la Amazonía que está formado por seis provincias, llenas de paisajes naturales cascadas, bosques tropicales (Viajando, 2016) y alberga una buena cantidad de los recursos mencionados anteriormente.

Para poder analizar los componentes que inciden en el desarrollo turístico es necesario utilizar métodos estadísticos para encontrar la relación entre las variables y su incidencia en el fenómeno que se analiza. El análisis multivariado es el conjunto de métodos estadísticos cuya finalidad es analizar simultáneamente conjuntos de datos multivariantes en el sentido de que hay varias variables medidas para cada individuo u objeto estudiado. (Figueras, 2000)

La razón para utilizar este método es que se obtiene un mejor entendimiento del fenómeno objeto de estudio obteniendo información que los métodos estadísticos univariantes y bivariantes son incapaces de conseguir.

La diversidad y complejidad de algunas variables hace que el análisis multivariado sea indispensable para encontrar los componentes principales que influyen en el desarrollo turístico; y a partir de esto, se pueda generar índices, y propuesta de estrategias.

Para poder desarrollar, propuestas a partir del análisis debemos identificar que el objetivos de estas propuestas es la consecución de una planificación estratégica, donde: "...la fijación en el mediano y largo plazo de objetivos, políticas, y la asignación de recursos en la búsqueda de una mejor posición competitiva..." (Rodríguez, 1998). Es decir hacer de Sucumbíos una provincia con alta competitividad en el sector turístico.

El desarrollo de los planes de acción en función de los atributos de la zona (inventario de atractivos turísticos en proceso) y del análisis de los componentes principales debe enfocarse no solo al ingreso de divisas, sino también a que sea una actividad sostenible en el tiempo y

espacio, esto es lo que hará que se obtenga ventajas competitivas; que puedan aportar a la región en aspectos de demanda exigente y desarrollo del denominado tejido industrial. (Davies, 2000)

Únicamente al encontrar los componentes principales, se podrá proponer estrategias competitivas encaminadas al desarrollo de una oferta tal que garantice niveles de precios, diferenciación y oportunidad relevantes que permitan desarrollo sostenible.

## **1.5 Objetivos de la investigación**

### **1.5.1 *Objetivo General***

Determinar los factores principales que inciden en el desarrollo turístico de la provincia Sucumbíos con la utilización de métodos estadísticos multivariados para la recomendación de estrategias adecuadas.

### **1.5.2 *Objetivos Específicos***

- Determinar la situación actual de la provincia para iniciar la investigación del desarrollo turístico.
- Usar análisis Multivariado para encontrar los factores que inciden en el desarrollo del turismo en Sucumbíos en el año 2016.
- Proponer estrategias para el desarrollo turístico de la Provincia de Sucumbíos, en el marco de la sostenibilidad.

## **1.6 Hipótesis**

Si se identifican los factores que inciden en el desarrollo de la actividad turística en la provincia de Sucumbíos, mediante métodos estadísticos se dotara al territorio de una herramienta que permita contribuir a mejorar su planificación, gestión y control.

## **CAPITULO II**

### **2. MARCO TEÒRICO**

#### **2.1 Antecedentes del Problema**

La determinación de factores principales a través de análisis multivariado en distintos fenómenos, es la manera científica más adecuada de encontrar las variables que inciden de manera determinante (positiva o negativamente) en un fenómeno. Lamentablemente las decisiones en la elaboración de políticas públicas se las hace de manera subjetiva sin argumento científico y por eso no se han podido mejorar actividades como el Turismo en la provincia de Sucumbíos.

La actividad del turismo provoca efectos importantes en el entorno en el que se desarrolla, tanto a nivel económico, como ambiental, social y cultural; estos pueden ser favorables o nocivos para un área de influencia determinada, por lo que es importante estudiar la relación de las variables que influyen en la actividad.

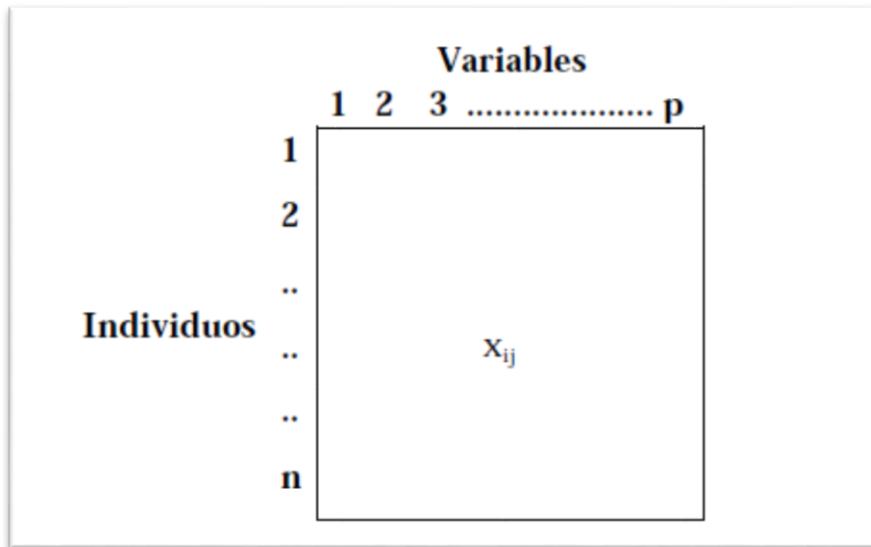
Los Gobiernos Autónomos Descentralizados no han realizado estudios a nivel cantonal, ni provincial en los planes turísticos y ordenanzas que regulan estas actividades. Tampoco se han realizado estudios estadísticos sobre el desarrollo de la actividad turística.

Con esta situación descrita anteriormente sumada a la necesidad de establecer redes de cooperación entre los entes involucrados en el desarrollo del Turismo de la provincia de Sucumbíos, es necesario proponer a través del análisis multivariado que variables son las que se deberán tomar en cuenta para la elaboración de planes de desarrollo y políticas públicas.

Este estudio del fenómeno (actividad turística) se utilizará el análisis multivariado, el cual permite plantear objetivos que guardan relación directa con la distribución de variables cuantitativas y cualitativas en una determinada población.

En una situación similar donde se utiliza este método es en el estudio del caso de Tenerife con la tesis de Ramos Domínguez A.: “Análisis de las preferencias del turista mediante análisis

conjunto: el caso de Tenerife” donde se eligió trabajar a través de componentes Principales por el tipo de información que maneja, viene definida por variables que indican las características del producto turístico, valoradas de 0 a 10. Por tanto, parte de una matriz de datos de medidas o escala métrica  $n \times p$  representada en dos espacios:



**Gráfico 1-2:** Variables vs Individuos caso de aplicación.

**Fuente:** Ramos Domínguez “Análisis de las preferencias del turista mediante Análisis conjunto: el caso de Tenerife 2016”

En donde:

- $R_p$ : n individuos por sus valores que toman para cada una de las p variables.
- $R_n$ : p variables para cada individuo.

Según (Uriel, 1995), el análisis factorial y el análisis de componentes principales tienen en común que son técnicas para examinar la interdependencia de las variables mediante la creación de nuevas variables llamadas factores, combinaciones lineales de las variables originales. Sin embargo, como ya se dijo, en el análisis factorial la creación de factores tiene por objetivo explicar la interrelación entre variables, mientras que en el análisis de componentes principales, el objetivo es describir la mayor parte de la variabilidad de un conjunto de variables con el menor número de componentes posible. Por tanto, su objetivo es transformar un conjunto de variables en un nuevo conjunto de variables denominadas componentes principales que se encuentran incorrelacionadas entre sí. Con ello se conseguirá una representación simplificada, más sencilla y fácil de ver.

Mediante la aplicación del Análisis de Componentes Principales se obtuvieron los factores o atributos determinantes del Producto Turístico de Tenerife, de los cuales se utilizó los cuatro más importantes desde el punto de vista de la cantidad de información que conseguían explicar.

- El alojamiento y sus servicios.
- El entorno vacacional.
- El precio del producto/servicio.
- Los servicios externos.

La aplicación del análisis multivariado se utilizó como base para una propuesta metodológica en la cual se buscó mejorar la oferta del servicio turístico y de esta manera obtener un incremento en la actividad turística.

## **2.2 Bases teóricas**

### **2.2.1 *Epistemología del Turismo***

El estudio epistemológico del Turismo, no fue abordado sino hasta la década de 1990; esto se debía a que los investigadores de esta área estuvieron siempre más dedicados a las cuestiones prácticas de esta actividad como la gestión, la planeación y las políticas públicas. (Netto & Lohmann, 2012).

Entre las preguntas que se hace la epistemología del turismo están: ¿qué puede conocerse en el turismo? ¿Cómo se produce el conocimiento en el turismo?, ¿puede ser verdadero el conocimiento que se da en el turismo? ¿Cómo se da, en el turismo, la aprehensión del conocimiento o por el sujeto pensante?, ¿hasta dónde llega el turismo como conocimiento? (Netto & Lohmann, 2012)

De acuerdo con Bunge (1980), para que la epistemología sea útil debe satisfacer las condiciones siguientes:

Hacer alusión a la ciencia propiamente dicha, no a la imagen pueril y algunas veces hasta grotesca tomada de libros de texto elementales.

- Ocuparse de problemas filosóficos que se presentan en el curso de una investigación científica o en la reflexión sobre los problemas, métodos y teoría de la ciencia.



- Proponer soluciones claras para tales problemas, en particular soluciones consistentes con teorías rigurosas e inteligibles, así como adecuadas a la realidad de la investigación científica, en lugar de teorías confusas o inadecuadas para la experiencia científica.
- Ser capaz de diferenciar la ciencia auténtica de la pseudociencia, de igual manera la investigación profunda de la superficial.
- Ser capaz de criticar programas e incluso resultados erróneos, así como de sugerir nuevos enfoques promisorios.

Uno de los autores que buscó la manera de explicar la creación y desarrollo del conocimiento en el turismo y si influencia en otras ramas fue John Tribe (1997), según Tribe el turismo se divide en dos partes:

- Campo del Turismo 1: Incluye aspectos comerciales del turismo.
- Campo del Turismo 2: Incluye aspectos no comerciales del turismo.

John Tribe (1997), afirma que el turismo no es una ciencia, pero sí un campo de estudio (objeto de estudio de las ciencias: sociología, geografía, ciencias políticas, derecho, economía, filosofía, psicología, etc...)

La relación entre el Turismo y las otras ciencias se las puede ir resumiendo de la siguiente manera:

- Con la geografía: ya que el turista hace uso de espacios urbanos y rurales, generando paisajes escénicos que en muchos de los casos se convierten en la principal motivación para la realización de la actividad.
- Sociología y psicología: estas dos ciencias estudian el comportamiento humano, como el turismo es una actividad social de esparcimiento, que enfatiza el comportamiento lúdico tiene una estrecha relación con el turismo ya que se estudia por ejemplo las actividades en el tiempo libre. (Guevara, 2012)
- Psicología: Los viajes contribuyen a la satisfacción de ciertas necesidades lúdicas que están asociadas con el cambio de rutina y el cambio de lugar geográfico. El viaje turístico se convierte en una forma de terapia para combatir el estrés, e incluso en una manera sutil para la búsqueda, por parte del visitante. (Guevara, 2012)

- Política y derecho: Como el turismo estimula la interacción entre diferentes sectores de la economía, y en su relación insumo – producto tiene un función multiplicadora, el Estado debe estar atento a establecer criterios de prioridad a seleccionar opciones para estimular el empleo, la generación de divisas, la integración a los otros sectores de la economía nacional, produciendo valor agregado, en conclusión elevando la productividad marginal social. (Guevara, 2012).
- Antropología: Nelson H.G. Graburn, ha realizado estudios donde relaciona el turismo y sus distintas actividades con la antropología, lo ha presentado como una actividad en la cual existe una alta interacción étnica y cultural.
- Economía y administración: El estudio de planes, programas y proyectos turísticos, tanto privados como públicos, y su evaluación desde el punto de vista financiero y social, es un tema relevante en políticas de inversión y de toma de decisiones. (Guevara, 2012).
- Arquitectura y urbanismo: Richard England (1980) señala que la arquitectura comienza a ser una ciencia, además un arte, cuando la estructura se basa en los procesos de industrialización y se trabaja en base a los conceptos de economía. Es decir el alojamiento turístico, para la masa de viajeros, tiene que presentarse en ambientes no contaminantes y la preservación de los recursos naturales e históricos.

### **2.2.2 Turismo definiciones y características.**

La historia del turismo puede rastrearse en la Antigua Grecia, cuando miles de personas se desplazaban para asistir a las Olimpiadas cada cuatro años. Entendido como actividad comercial, el turismo nace de la mano del inglés Thomas Cook, quien organizó el primer viaje turístico de la historia en 1841 y fundó, una década después, la primera agencia de viajes: Thomas Cook and Son. (Gardey, 2012)

Gardey manifiesta: “...el turismo es una de las industrias más importantes a nivel mundial y promueve viajes de todo tipo: con fines de descanso, motivos culturales, interés social, negocios o simplemente ocio...”.

Según Martin, (2003) en su texto *Manual de Teoría y Práctica del Turismo*: menciona al turismo como:

*“...Conjunto de fenómenos y relaciones económicas, psico-sociológicas y medioambientales que se generan entre las entidades vinculadas a los viajes desde el lugar emisor, las entidades proveedoras de servicios y productos en el lugar de destino, los gobiernos de los lugares emisores-receptores y las comunidades locales de acogida, con motivo del viaje y estancias de visitantes temporales en un destino diferente a su lugar de residencia habitual...”*

En base a este fundamento podemos decir que el Turismo, además necesita de la activa participación de los entes públicos y privados de la región, es decir también las instituciones hacedoras de políticas públicas son partícipes de la dinámica del desarrollo turístico.

La industria del Turismo se caracteriza por su gran complejidad y variabilidad, no sólo por la gran cantidad de elementos que la componen, sino también por los distintos sectores económicos que participan en su desarrollo. En este sentido, al turismo se lo considera como una exportación de una región o nación hacia el lugar de destino (país receptor, lugar de acogida). (Sancho, y otros, 2016)

### **2.3 Clasificación del Turismo**

Para el análisis de componentes principales que inciden en el desarrollo del Turismo en la provincia de Sucumbíos es importante entender la clasificación de la actividad, clasificación que se realiza la Organización Mundial del Turismo (1998):

#### **2.3.1 Según el tipo de desplazamiento:**

Esta clasificación responde a la ubicación geográfica del destino visitado y lugar de residencia del visitante.

- a) Turismo receptivo o receptor. Es el que realizan los extranjeros o no residentes, de un país determinado a otro denominado destino. Desde el punto de vista económico su desarrollo repercute directamente en la inversión, el empleo y la generación de divisas para nuestro país.
- b) Turismo interno o doméstico. Es el que realizan los residentes de un país al interior del mismo. Esta clasificación se encuadra dentro del campo de acción del turismo educativo
- c) Turismo egresivo o emisor. Es el que realizan los nacionales o residentes de nuestro país al visitar países extranjeros

### 2.3.2 *Según la modalidad*

Esta clasificación responde a la actividad desarrollada por el visitante y puede dividirse en dos grandes grupos:

- a) Turismo convencional: Es la práctica organizada y tradicional de desarrollar turismo. Los programas son predeterminados por una agencia de viajes y turismo y los servicios integrales como el alojamiento, el transporte, la alimentación y excursiones son convencionales.
- b) Turismo no convencional: Se le denomina a la práctica no tradicional del turismo y tiene un carácter especializado. Por ejemplo, las caminatas, el canotaje, la observación de la naturaleza y las visitas que necesiten de accesos y servicios no convencionales. Entre estas actividades tenemos:

**Turismo de aventura:** que abarca, a su vez, las siguientes clases:

*Turismo de aventura suave o soft.* Comprende actividades de un nivel básico y aprovecha normalmente los recursos físico-recreacionales. A este tipo de turismo pueden acceder personas que no conocen a profundidad las actividades.

- Caminata o trekking.
- Canotaje en aguas de corrientes suaves.
- Kayac en aguas de corrientes suaves.
- Montañismo.
- Cabalgatas.

*Turismo de aventura fuerte o hard.* Es desarrollado por personas que conocen a profundidad estas actividades, pues suponen algunos riesgos.

- Puenting.
- Ala delta.
- Espeleología.

- Canotaje, kayak, montañismo en lugares de alto riesgo.

*Turismo de naturaleza.* Se desarrolla en zonas naturales. Existen las de interés específico y las que buscan beneficios personales de la relación con el entorno natural.

**El ecoturismo.** Es el turismo de naturaleza que promueve los rasgos biológicos y físicos de la naturaleza, la conservación del entorno natural y la gestión sostenible de los recursos. Comprende la observación de la naturaleza, en busca de una visión general del paisaje y la biodiversidad de lugares turísticos, como también el interés científico, que permite el estudio de la flora y fauna a profesionales en la materia.

**Turismo rural.** El turismo rural comprende toda actividad turística o de recreación, que se desarrolla en el medio rural de manera sostenible, dirigida principalmente a los habitantes de las ciudades que buscan alejarse de la rutina y el bullicio de las mismas, a través de unas vacaciones en el campo, en contacto con los habitantes de la localidad y la naturaleza.

**Turismo místico o religioso.** Se refiere a la corriente de viajeros con motivaciones estrictamente religiosas.

**Turismo esotérico.** Es aquella demanda interesada en la fuerza de la energía cósmica y su influencia en el hombre y la tierra.

#### 2.3.2.1 Según la forma de viaje

Puede ser individual, cuando una persona viaja sola, o grupal, cuando los viajeros se desplazan en grupos familiares o laborales.

#### 2.3.2.2 Según el tipo de viaje

Esta clasificación responde a la toma de decisión del visitante con relación a como adquiere los servicios turísticos, comprende:

a) Turismo independiente. Cuando el propio turista compra directa e independientemente los componentes del producto turístico final, es decir, el pasaje, el hotel, el tour y la alimentación.

b) Turismo organizado. Cuando el turista adquiere todos los servicios por un precio global, es decir, el “paquete turístico”.

#### **2.4 Desarrollo social a partir del Turismo**

Si bien el Turismo, se lo considera como una industria que contribuye al desarrollo, es importante recalcar que también desencadena una serie de problemas (fugas de riqueza, impactos socioculturales y ambientales negativos), es así que se debe encontrar un balance entre los aspectos positivos y negativos es necesario que exista un desarrollo integral de lo que rodea a la actividad del turismo, es decir trabajar en un enfoque de necesidades. (Sancho, Un reto para el Turismo desarrollo y desarrollo, 2016) .

Para Cordobés & Sanz (2008) la actividad turística en zonas que se encuentran con un estancado desarrollo social y crecimiento económico debería tener un impacto favorable:

- Por su capacidad para facilitar una mayor relación y mejor comprensión entre personas y diferentes culturas. Así lo señala el estudio de Excetur (Acción Social en Turismo), el turismo crea nuevas y múltiples oportunidades para que los visitantes y las sociedades locales que los acogen se conozcan y compartan experiencias, contribuyendo a mejorar el entendimiento, la cooperación y la paz internacional.
- Por la preservación de la cultura y las tradiciones de los pueblos, esto ya que el turismo influye directamente a mejorar la preservación y transmisión de las tradiciones culturales e históricas, lo que, a menudo, contribuye a una mejor gestión y conservación de los recursos naturales, la protección del patrimonio local y el renacimiento de la cultura y las tradiciones locales que por procesos de industrialización y aculturización se pierden.
- Fortaleciendo las comunidades locales: el turismo puede contribuir a incrementar el sentimiento de identidad de las comunidades locales, a partir del interés manifestado por los turistas.
- Reduciendo la emigración de las áreas rurales.

Tal y como señala Salvador Palomo en los documentos resultantes del I Encuentro de Turismo Justo, organizado por la Diputación de Málaga en 2006:

“...Se registran cambios en el comportamiento de la demanda tendentes a valorar más como factor motivacional otros tipos de ocio vinculados al intercambio cultural y al aprendizaje vivencial con poblaciones locales: entre los turistas de los países emisores existe un mayor

conocimiento de las organizaciones humanitarias y de movimientos sociales como el comercio justo por lo que muy a menudo se trata de demanda más sensibilizada a unos comportamientos responsables en sus viajes turísticos. La disminución de precio en los transportadores aéreos propicia menor necesidad de acudir a fórmulas de demanda más masiva para disminuir precios de los viajes de larga distancia. Las nuevas motivaciones de la demanda se orientan fundamentalmente hacia la valoración de los aspectos ambientales del destino, la autenticidad cultural y la calidad del producto entendida en sentido amplio (“excelencia turística”). El turista del nuevo milenio no se satisface simplemente con la contemplación pasiva de los atractivos turísticos o con el simple disfrute del binomio sol/playa. Los segmentos de la demanda más cualificados, mejor formados y, a menudo, con mayores niveles de gasto turístico, se caracterizan por un nuevo estilo de hacer turismo y emplear su tiempo de ocio...”.

#### **2.4.1 *Medición de la sostenibilidad de la actividad turística, los indicadores.***

Como se ha analizado la actividad turística contribuye al desarrollo en los diferentes aspectos socioeconómicos de los países en vías de desarrollo, lo importante es cómo llegar a medir el impacto que la industria del turismo tiene en el desarrollo de un territorio. Esta es una de las principales preocupaciones de la Organización Mundial de Turismo. (Cordobés & Sanz, 2008)

Por este motivo la OMT, desde el año 2004 propone algunos indicadores que se aplican de acuerdo a las condiciones específicas de cada destino turístico o territorio en el cual se aplican los programas de desarrollo para el turismo. A continuación se detalla los principales indicadores propuestos por la OMT:

##### **Indicadores medioambientales:**

- Evaluación del impacto medioambiental previo al inicio de la operación o construcción.
- Prácticas de gestión, políticas de la compañía y medidas técnicas en el ámbito medioambiental (ej. medidas para el tratamiento de aguas, energéticas, etc.)
- Uso y propiedad de la tierra en los destinos
- Salud y seguridad
- Uso de recursos naturales: energía (consumo, reducción, eficiencia); agua (consumo, reducción, calidad); tratamiento de residuos (reducción, reutilización, reciclaje, tratamiento, etc.); materiales de construcción; tratamiento de sustancias peligrosas (reducción, manejo,

utilización de pro-ductos de limpieza ecológicos); ruido; calidad del aire; preservación del hábitat/vida salvaje; etc.

- Información, interpretación y educación medioambiental para los clientes
- Sistema de transporte (público, alternativas ecológicas)
- Indicadores y estándares sobre los impactos en áreas turísticas determinadas y/o de ciertas actividades turísticas
- Impacto visual de las construcciones

### **Indicadores sociales**

- Evaluación del impacto social previo al inicio de la operación o construcción.
- Políticas de personal y de gestión (información, educación, formación, incentivos, salud, seguridad, etc.)
- Relaciones con las comunidades locales (empleados locales, alcance y programas educacionales, etc.)
- Hincapié en la conservación del patrimonio local, regional y cultural
- Preservación del entorno físico y de la arquitectura
- Sistemas de feedback de la comunidad y satisfacción de la comunidad local
- Contribución al desarrollo comunitario (mejora de las infraestructuras, servicios sociales, etc.)
- Información a los clientes sobre los aspectos de sostenibilidad

### **Indicadores económicos**

- Creación de empleo local (número de empleados locales y sus niveles y competencias)
- Gestión de redes con negocios medioambientales en un destino determinado



- Marketing responsable
- Utilización de materiales locales

Para poder cumplir y alcanzar estos indicadores es importante Según la Declaración de Ciudad del Cabo sobre Turismo Responsable en los Lugares de Destino, el turismo responsable consiste en “crear mejores lugares para vivir y mejores lugares para visitar”. El orden de los factores no es fortuito. El turismo responsable es un movimiento de amplio alcance, pero su idea central es el compromiso de respetar los lugares que visitamos como turistas y la importancia de poner en primer lugar los intereses de sus comunidades, así como su entorno natural y cultural (Cordobés & Sanz, 2008).

## **2.5 Actividad Turística en el Ecuador**

Tras la baja del precio del petróleo, que es el principal ingreso para el país, el turismo se vio como una potente alternativa para contrarrestar la situación socioeconómica crítica. Sin embargo, tampoco tuvo suerte y entre 2015 y 2016 al sector turístico le cayeron varias plagas, una tras otra: depreciación de las monedas de países vecinos (Colombia y Perú), reactivación del volcán Cotopaxi, casos de zika y chikunguña, y el terremoto del pasado 16 de abril. (Romero, 2016)

Es importante pasar a una nueva etapa en el desarrollo de actividades turísticas, si bien se han realizado grandes inversiones aún no se han encontrado los factores determinantes en esta actividades, muchos autores definen que existe falta de promoción y de planificación.

El sector ha realizado grandes y costosas inversiones en proyectos turísticos. Se estima que entre 2015 y 2016 el sector privado ha invertido unos \$ 750 M en alrededor de 23 proyectos de infraestructura, y se espera que esta inversión siga creciendo para 2017.

Para Romero (2016) en su artículo sobre el Turismo en Ecuador “Buscando una luz al final del túnel: “...El éxito de estas grandes inversiones va de la mano con la promoción turística del país en el exterior. La participación en ferias, eventos internacionales y campañas comunicacionales son de vital importancia. Sin embargo, los esfuerzos se han reducido después de la campaña de promoción turística All you need is Ecuador en 2014, que fue la más fuerte de los últimos años. Esta promocionó al país en 19 destinos alrededor del mundo e impactó a unos 450 millones de personas, dejando cifras positivas para el sector en 2014...”

Muchas de las esperanzas de la recuperación del país económica recaen en el impulso del turismo, actualmente es necesario emprender políticas públicas que desarrollen esta actividad, pero es necesario además identificar qué factores inciden en esta actividad.

### **2.5.1 *Gestión Integrada del Turismo***

La actividad turística requiere ser gestionada, ante la competencia, la inestabilidad económica e incluso social y política. El enfoque de gestión integrada de destinos no solo permite a los diferentes sectores económicos avanzar en un mismo sentido, si no que facilita el desarrollo sostenible de la actividad.

Para desarrollar una actividad turística sostenible en el tiempo, la actividad tiene que alinearse con el principio de integración en un mismo proyecto es decir se debe integrar en los programas de desarrollo: a la comunidad local con todos sus involucrados, empresa turística, intermediarios, sector público y al turista consumidor.

Además el involucramiento de estos sectores debe ser en todas las etapas del estudio y de la implementación de las diferentes políticas y programas de desarrollo, si existe una participación activa de los involucrados los resultados serán los esperados, es muy importante la participación de la comunidad en la producción de turismo logrando hacer a la población más consciente de su patrimonio natural y del papel que pueden desempeñar en el propio desarrollo y en los cambios de la zona.

Para la OMT (2004), la participación de los involucrados es indispensables, pero a esto se le debe añadir la planificación turística como instrumento primordial para alcanzar el éxito en el desarrollo, gestión y manejo de la actividad.

La planificación turística es el proceso racional de toma de decisiones, que implica una reflexión sobre las condiciones económicas, sociales, culturales, políticas y ecológicas de un territorio y que al mismo tiempo sienta las bases para las acciones futuras en la esfera del turismo con el propósito de establecer criterios, normas y programas de desarrollo, las vías para alcanzarlos y sus repercusiones sobre ese territorio (Salinas, 2007).

Según la OMT (1999), dependiendo de si la planificación se aplica a nivel macro o micro, se puede hablar de desarrollo turístico a nivel internacional, nacional, regional, local o de un territorio específico, es posible en cada nivel aplicar herramientas específicas de análisis y planificación, sin embargo, en general el proceso a seguir suele ser el mismo.

Al existir demasiados factores endógenos y exógenos que inciden en el desarrollo del turismo, es necesario manejar información abundante y adecuada relativa a los recursos, infraestructuras y equipamiento de la zona, que permita la segmentación posterior de la demanda en nichos diferenciados y focalización para que facilite la tarea de atraer turistas y también conservar el entorno, no sólo en beneficio de las inversiones turísticas, sino también en beneficio de los residentes de la comunidad (OMT, 1998)

Iniciar un proyecto de turismo comunitario vinculado a la explotación del turismo Ecológico, científico, ancestral, cultural, implica la contratación de expertos tanto indígenas de concurso internacional y no indígenas con experiencia en esta temática de desarrollo comunitario, inclusive a expertos en otras disciplinas como en antropología y sociología del desarrollo, para evaluar el contexto sociocultural y la viabilidad de la implementación de una asesoría sostenida con una maduración, provocando una actividad con un enfoque conducente a una situación de largo plazo (Sarasara, 2017).

### ***2.5.2 Desarrollo Humano y social: Concepto Multidimensional***

Para las Naciones Unidas el desarrollo humano es un paradigma de desarrollo que va mucho más allá del aumento o la disminución de los ingresos de un país. Comprende la creación de un entorno en el que las personas puedan desarrollar su máximo potencial y llevar adelante una vida productiva y creativa de acuerdo con sus necesidades e intereses. Las personas son la verdadera riqueza de las naciones. Por lo tanto, el desarrollo implica ampliar las oportunidades para que cada persona pueda vivir una vida que valore. El desarrollo es entonces mucho más que el crecimiento económico, que constituye sólo un medio —si bien muy importante— para que cada persona tenga más oportunidades.

Para que existan más oportunidades lo fundamental es desarrollar las capacidades humanas: la diversidad de cosas que las personas pueden hacer o ser en la vida. Las capacidades más esenciales para el desarrollo humano son disfrutar de una vida larga y saludable, haber sido educado, acceder a los recursos necesarios para lograr un nivel de vida digno y poder participar en la vida de la comunidad. Sin estas capacidades, se limita considerablemente la variedad de opciones disponibles y muchas oportunidades en la vida permanecen inaccesibles. (Naciones Unidas, 2017)

Aunque este modo de concebir el desarrollo es con frecuencia olvidado en el afán inmediato por acumular bienes y riquezas financieras, no se trata de algo nuevo. Los filósofos, economistas y

líderes políticos destacan desde hace tiempo que el objetivo, la finalidad, del desarrollo es el bienestar humano. Como dijo Aristóteles en la Grecia Antigua: “La riqueza no es, desde luego, el bien que buscamos, pues no es más que un instrumento para conseguir algún otro fin”.

La búsqueda de ese otro fin es el punto de encuentro entre el desarrollo humano y los derechos humanos. El objetivo es la libertad del ser humano. Una libertad que es fundamental para desarrollar las capacidades y ejercer los derechos. Las personas deben ser libres para hacer uso de sus alternativas y participar en la toma de decisiones que afectan sus vidas. El desarrollo humano y los derechos humanos se reafirman mutuamente y ayudan a garantizar el bienestar y la dignidad de todas las personas, forjar el respeto propio y el respeto por los demás.

Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible –que entraron en vigencia el 1 de enero de 2016- constituyen un llamamiento mundial a la acción para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y asegurar que todos los seres humanos disfruten de paz y prosperidad. (Naciones Unidas, 2017)

1. Fin de la pobreza
2. Cero hambre
3. Salud y Bienestar
4. Educación de calidad
5. Igualdad de género
6. Agua limpia y saneamiento
7. Energía asequible y no contaminante
8. Trabajo decente y crecimiento económico
9. Industria, innovación e infraestructura
10. Reducción de las desigualdades
11. Ciudades y comunidades sostenibles
12. Producción y consumo responsables.
13. Acción por el clima
14. Vida Submarina
15. Vida de Ecosistemas terrestres
16. Paz, justicia, e instituciones sólidas

## 17. Alianzas para lograr los objetivos

El Desarrollo Humano y Social multidimensional es definido a partir de una concepción multidimensional, como la puesta en juego de una serie de condiciones y potencialidades para el logro de diversas realizaciones de integración humana y social. La ausencia de desarrollo humano y social equivale a privaciones en las capacidades de las personas para desarrollar una vida digna. (Barómetro de la deuda social argentina, 2017)

El concepto de desarrollo humano usado en este caso se basa en la concepción de Amartya Sen, que entiende el desarrollo humano en función de capacidades y realizaciones. Las capacidades o potencialidades están fundadas en el acceso a medios de vida e inclusión social, y las realizaciones o funcionamientos se refieren al logro de un adecuado desarrollo personal y social.

En este sentido según lo dicho anteriormente se han definido dos niveles principales con tres componentes cada uno, lo cual es la base para posteriormente medir el índice de desarrollo humano.

### 1.- Primer Nivel: De las condiciones materiales de vida

- Hábitat, salud y subsistencia
- Acceso a recursos públicos
- Trabajo y autonomía económica

### 2.- Segundo Nivel: De las condiciones de integración humana y social

- Capacidades y competencias psicológicas
- Tiempo libre y vida social
- Confianza política

### **2.5.3 *Análisis Estadístico Multivariado.***

Para (Figueras M. S., 2000) el Análisis Multivariado es el conjunto de métodos estadísticos cuya finalidad es analizar simultáneamente conjuntos de datos multivariantes en el sentido de que hay

varias variables medidas para cada individuo u objeto estudiado. Su razón de ser radica en un mejor entendimiento del fenómeno objeto de estudio obteniendo información que los métodos estadísticos univariantes y bivariantes son incapaces de conseguir. Es decir encontrar componentes principales del sistema analizado.

Para autores como (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2016): un ejemplo de la aplicación del análisis multivariado se puede resumir en: *“...Las mujeres y hombres de negocios de hoy no pueden seguir aproximaciones ya pasadas en las que los consumidores eran considerados homogéneos y caracterizados por un número pequeño de variables demográficas. En su lugar, deben desarrollar estrategias que atraigan a numerosos segmentos de clientes con características demográficas y psicográficas diversas en un mercado con múltiples restricciones (legales, económicas, competitivas, tecnológicas, etc). Sólo a través del análisis multivariante las relaciones múltiples de este tipo podrán ser examinadas adecuadamente para obtener un entendimiento más completo y real del entorno que permita tomar las decisiones más adecuadas...”*

Los objetivos del análisis Multivariado según (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2016) son:

- Proporcionar métodos cuya finalidad es el estudio conjunto de datos multivariantes que el análisis estadístico uni y bidimensional es incapaz de conseguir.
- Ayudar al analista o investigador a tomar decisiones óptimas en el contexto en el que se encuentre teniendo en cuenta la información disponible por el conjunto de datos analizado.

El análisis de componentes principales es una técnica de reducción de datos que construye combinaciones lineales de las variables originales que expliquen la mayor parte posible de la información recogida en ellas. Cada combinación lineal se extrae de forma que estén correlacionadas con las anteriores. Cada combinación lineal aporta, cada vez menos información que la anterior. Es un caso particular del análisis factorial

El Análisis de Componentes Principales (ACP) es una de las técnicas de análisis multivariante más utilizadas y consolidadas. Su éxito proviene en parte de la utilidad que supone a la hora de identificar las dimensiones más relevantes de un determinado concepto, pues es una técnica cuyo punto fuerte es la síntesis de la información o reducción de la dimensionalidad (número de variables). Es decir, a partir número elevado de variables obtenemos un número reducido de componentes con la menor pérdida de información posible (Molina & Pérez, 2017).

Las aplicaciones del ACP (Análisis de componentes principales) son numerosas y entre ellas podemos citar la clasificación de individuos, la comparación de poblaciones, la estratificación multivariada, etc.

El Análisis de Componentes Principales es una técnica cuyo objetivo principal es hallar combinaciones lineales de variables representativas de ciertos fenómenos multidimensionales, con la propiedad de que exhiban varianza mínima y que a la vez no estén correlacionadas entre sí. Para obtener tales combinaciones es necesario construir la matriz de varianzas y covarianzas de esas variables. (Alvarado, 2006)

Permite reducir la dimensionalidad de los datos, transformando el conjunto de  $p$  variables originales en otro conjunto de  $q$  variables no correlacionadas ( $q \leq p$ ) llamadas componentes principales. Las  $p$  variables son medidas sobre cada uno de los  $n$  individuos, obteniéndose una tabla de datos o matriz de datos de orden  $np$  ( $p < n$ ).

La varianza de la primera componente mientras mayor sea su varianza, mayor será la cantidad de información en dicha componente. Por ello las sucesivas combinaciones o variantes de las componentes se ordenan en forma descendente de acuerdo a la proporción de la varianza total presente en el problema, que cada una de ellas explica.

La primer componente es por lo tanto, la combinación de máxima varianza; la segunda es otra combinación de variables originarias que obedece a la restricción de ser ortogonal a la primera y de máxima varianza, la tercer componente es aún otra combinación de máxima varianza, con la propiedad de ser ortogonal a las dos primeras; y así sucesivamente.

Por sus propiedades de ortogonalidad, las sucesivas componentes después de la primera se pueden interpretar como las combinaciones lineales de las variables originarias que mayor varianza residual explican, después que el efecto de las precedentes ha sido ya removido y así sucesivamente hasta que el total de varianza ha sido explicado.

Cuando las variables están correlacionadas en mayor grado, las primeras componentes explican un alta proporción de la varianza total, por eso las componentes principales pueden sustituir a las múltiples variables originarias, Esto permitiría resumir en unas pocas variantes o componentes no correlacionadas gran parte de la información y de esta manera poder explicar mejor los fenómenos y a partir de esto generar soluciones que se ajusten a la realidad.

Las fases que se pueden definir para realizar el proceso de análisis de componentes principales son según César Álvarez (2008) son:

1. Definir el problema de investigación y los objetivos, elegir la técnica multivariante conveniente.
2. Desarrollar el proyecto de análisis y poner en práctica la técnica multivariante.
3. Evaluación de los supuestos básicos de la técnica multivariante.
4. Estimación del modelo y valoración del ajuste.
5. Interpretación de los resultados.
6. Validación del modelo multivariante.

Una vez que se efectuó la recolección de los datos, lo que se debe realizar es el análisis previo de los mismos:

### **Análisis de Valores perdidos**

La existencia de valores perdidos es algo prácticamente inevitable en la investigación que se realicen en Ciencias Sociales; esto se genera a partir de varios motivos que están fuera del control del entrevistador, por ejemplo se pueden negar a dar los valores de sus ingresos, condiciones familiares y personales, además existen datos que quizá a la fecha de la realización aún no se disponga. (Uriel & Aldás, 2017).

Para Uriel & Aldás (2017) el dar tratamiento a estos valores, existen dos grandes procedimientos para tratar valores perdidos: **la eliminación de todos los casos que tengan un valor perdido;** lo cual al final no es recomendable ya que evidentemente se pierde información al trabajar con una muestra más reducida. La segunda opción y la más recomendada para el caso de estudios sociales y de proyectos turísticos es la de **imputación por regresión lineal**, esto utilizando la variable cuyos valores perdidos se quieran estimar como variable dependiente, mientras que el resto de variables actúa como independientes.

### **Outliers: Casos Atípicos**

Los casos atípicos se presentan por ejemplo cuando dentro del estudio se encuentran datos tales como que un joven de 14 años posee una título de posgrado, estos dan datos atípicos y merecen ser tratados, un procedimiento bastante intuitivo para dar tratamiento a estos casos consiste en calcular la distancia de cada caso al centroide del conjunto de datos. Cuánto más lejos esté un caso de la media de los casos, más probable es que sea un caso atípico, y se puede proceder a un análisis más detallado del motivo y del diagnóstico de este dato atípico utilizando modelos



estadísticos y matemáticos, (Uriel & Aldás, 2017) e incluso el software que se está utilizando en la presente investigación que es el SPSS.

### 2.5.3.1 Supuestos Básicos para el análisis Multivariante

#### **Normalidad**

Los contrastes de normalidad son muy importantes para el análisis multivariado. (Sharma, 1996), tanto los métodos estadísticos univariantes como los multivariantes se basan en los supuestos de normalidad univariante y multivariante respectivamente. Todas las variables que intervienen en un método de análisis multivariante deben ser normales, aunque ello no garantiza la normalidad multivariante. (Pérez, 2008).

#### **Homocedasticidad**

Es necesario contrastar la hipótesis de homocedasticidad, esto es, la varianza de los residuos es constante y no varía en los diferentes niveles del factor. La falta de homocedasticidad se denomina heterocedasticidad. (Departamento de Matemáticas, 2017). Una de las pruebas recomendadas para comprobar este supuesto es la prueba de Levene.

El contraste de Levene es muy utilizado, en esencia, consiste en efectuar un análisis de la varianza sobre las diferencias en valor absoluto entre las observaciones y la mediana (u otra medida de tendencia central) manteniendo el diseño original. (Departamento de Matemáticas, 2017)

#### **Linealidad**

La asunción de linealidad es fundamental para todas aquellas técnicas que se centran en el análisis de las matrices de correlaciones o de varianzas – covarianzas, como el análisis factorial o los modelos de estructuras de covarianza. El único procedimiento para comprobar la existencia de relaciones lineales es sencillo: el análisis de los gráficos de dispersión bivalente entre las variables implicadas. (Uriel & Aldás, 2017)

## **Independencia de las Observaciones**

Dos observaciones son independientes cuando los valores que toman las variables de ese caso no se ven influidos por las observaciones que hayan tomado en otro caso. La violación del supuesto de independencia sobre los niveles de significatividad y la potencia de las pruebas es muy importante. Si las observaciones no son independientes el nivel de significación de las pruebas debería incrementarse al menos 10 veces. (Sharma, 1996)

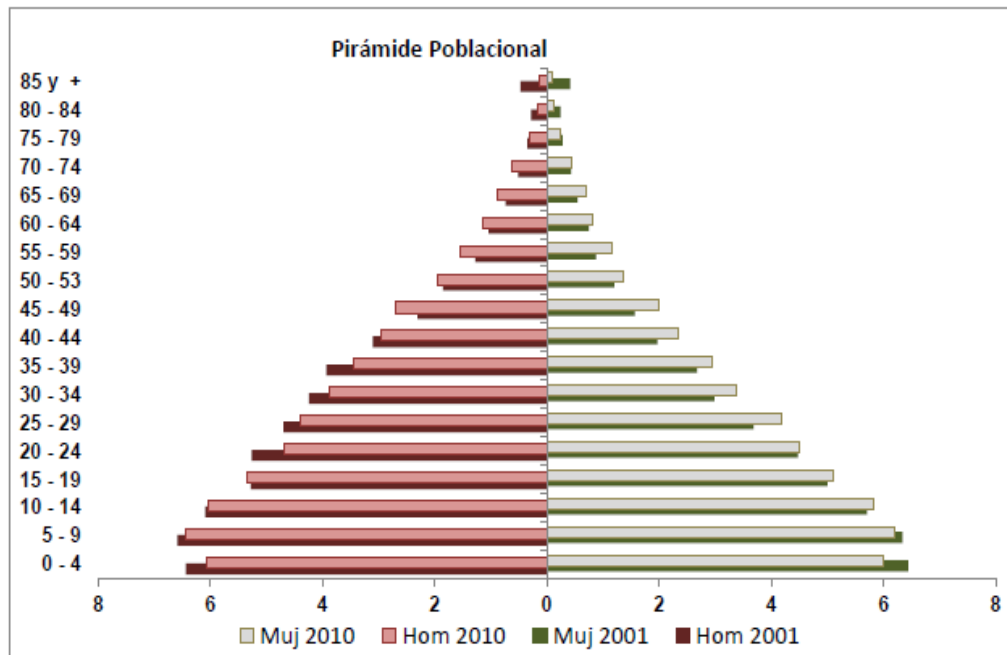
### **2.5.4 Situación Actual de la provincia de Sucumbíos**

La provincia de Sucumbíos, está ubicado en el nororiente ecuatoriano, entre las coordenadas norte:  $0^{\circ} 39'56''$ ; sur:  $0^{\circ} 39'11''$ ; este:  $-75^{\circ} 13'19''$  y oeste:  $-77^{\circ} 58'37''$ , los límites de la provincia son norte con la república de Colombia; sur con las provincias de Orellana y Napo; este con la república de Perú y oeste con las provincias de Carchi, Imbabura y Pichincha. (Gobierno autónomo descentralizado de la provincia de Sucumbíos, 2015)

La división política de la provincia de Sucumbíos está dado por siete cantones: Putumayo, Cuyabeno, Shushufindi, Lago Agrio, Cascales, Gonzalo Pizarro y Sucumbíos; siete parroquias urbanas: Puerto El Carmen del Putumayo, Tarapoa, Shushufindi, Nueva Loja, El Dorado de Cascales, Lumbaquí y La Bonita; veinte y siete parroquias rurales: Palma Roja, Santa Elena, Puerto Rodríguez, Puerto Bolívar; Aguas Negras, Cuyabeno; Limoncocha, Siete de Julio, San Pedro de los Cofanes, San Roque, Pañacocha; Pacayacu, General Farfán, El Eno, Santa Cecilia, Jambelí, Dureno, Diez de Agosto; Sevilla, Santa Rosa de Sucumbíos; Gonzalo Pizarro, El Reventador, Puerto Libre; El Playón de San Francisco, Santa Bárbara, Rosa Florida y La Sofía.

Según el Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del GAD de Sucumbíos en año 2015 se registró el número de habitantes en 211.469 habitantes repartidos en 4 distritos

El crecimiento poblacional de la provincia de Sucumbíos es significativo. Durante los períodos inter censales: 1990-2001 fue de 4,67%; 2001-2010 de 3,48%, disminuyendo en 1,19%. En el período 2010-2015 la tasa de crecimiento poblacional es de 2,44%, existiendo una disminución de 1,04% respecto al período 2001-2010. (Gobierno autónomo descentralizado de la provincia de Sucumbíos, 2015).



**Gráfico 2-2:** Pirámide poblacional según los Censos Poblacionales 2001 Y 2010

**Fuente:** CPV 2001 y 2010

**Elaboración:** Jonathan Segura Márquez

En la provincia existen seis nacionalidades indígenas: Kichwa, Cofán, Shuar, Siona, Siocopya, Awa y el pueblo Afro ecuatoriano; distribuidas en todo el territorio provincial. La nacionalidad con mayor población son los Kichwa.

La población económicamente activa, según el Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del GAD Sucumbíos, es de 71490 personas, de un total de 132886 personas en edad de trabajar datos proporcionados según el equipo técnico del PDOT (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial) del GADPS en el año 2015

Sucumbíos es considerada como una de las provincias más pobres de Ecuador, con 87% de pobreza por Necesidades Básicas Insatisfechas. La reducción de brecha por NBI entre 2001 y 2010 no es muy significativa, apenas alcanzó 8.7%. (INEC, 2010).

Durante los últimos 45 años, ha sido una provincia netamente petrolera, y eso ha influido directamente a la contaminación ambiental. Un estudio que entre abril y junio del 2012 realizó el departamento de Ambiente y Biodiversidad del Gobierno Provincial de Sucumbíos concluyó que la mayoría de los ríos, de los cuales los pobladores en sus riberas toman el agua para cocer los alimentos y bañarse, contienen altos niveles de contaminación de coliformes fecales. A este problema se suma la polución ocasionada por los pasivos ambientales (derrames de petróleo, aguas de formación, entre otros) que en 45 años de explotación hidrocarbúrfica ha ocurrido en la provincia. La parroquia Pacayacu, del cantón Lago Agrio, es la más impactada, según el

estudio de la Prefectura. Los estudios fueron efectuados en el Centro de Investigaciones en Salud (CEAS) que cuenta con un laboratorio ambiental. (Gómez, 2013)

A esto hay que sumarle la grave recesión provocada por los precios bajos del petróleo, lo que obliga a las instituciones públicas y privadas buscar nuevas alternativas para el desarrollo de actividades que se enfoquen en el cambio de matriz productiva.

En cuanto a la educación superior cuenta con la Universidad Estatal Amazónica, la Universidad Nacional de Educación, y el Instituto Marta Bucarán de Roldós, que actualmente están promoviendo carreras que busquen solucionar problemas sociales económicos producidos por la dependencia petrolera.

## CAPITULO III

### 3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación se efectuó en los siete cantones de la provincia de Sucumbíos, se trata de una investigación Inductiva – Deductiva, ya que a través de la utilización de procesos estadísticos (análisis multivariado) se logrará identificar los factores principales que inciden en el desarrollo del turismo en la provincia de Sucumbíos.

La presente investigación tiene un diseño transversal, ya que buscará encontrar los factores principales que inciden en el desarrollo de la actividad turística de la provincia.

#### 3.1 Métodos de Investigación

Esta investigación está enmarcada en el método científico, ya que se utilizó procedimientos ordenados para determinar la realidad de las variables que intervienen en el sistema estudiado (desarrollo de la actividad turística en la provincia de Sucumbíos).

En los métodos estadísticos se encuentran el análisis multivariado de Componentes Principales y para la identificación de los factores principales que tengan inferencia en el fenómeno anteriormente descrito. La observación científica, se empleó a lo largo de toda investigación.

#### 3.2 Enfoque de la Investigación

El presente trabajo de investigación tuvo un enfoque cuantitativo cualitativo.

#### 3.3 Alcance de la Investigación

La investigación que se realizó es descriptiva y correlacional; las variables que intervienen en el fenómeno, situaciones, contextos y eventos del desarrollo turístico de la provincia de Sucumbíos; es decir detallar cómo son y cómo se manifiestan en los prestadores de servicios turísticos de la provincia.

A través de los componentes principales (nuevas variables agrupadas) necesarios para el desarrollo del turismo, como los recursos turísticos naturales y no naturales, humanos, capital económico, fuentes de financiamiento, infraestructura, superestructura, de conocimientos y

seguridad; la naturaleza de la demanda en relación a los atributos derivados de la naturaleza, deseos y expectativas del consumidor turístico; a partir de este análisis, serán las instituciones hacedoras de políticas públicas las encargadas de elaborar modelos de gestión en base a las variables que se determinen en el presente estudio.

Al mismo tiempo, se pretende responder a las siguientes preguntas: ¿Por qué en la provincia de Sucumbíos no existe gran afluencia de turistas pese a tener los recursos turísticos únicos? ¿Cuáles son las características del consumidor turístico que llega a la provincia de Sucumbíos? Se analiza la relación entre dos variables o más variables (multivariabales) con la finalidad de saber cómo se asocian la afluencia turística según las diferentes variables independientes del estudio.

### **3.4 Población de Estudio**

El estudio se lo realizará con los stakeholders (involucrados), en el desarrollo turístico de la provincia de Sucumbíos.

### **3.5 Unidad de Análisis**

Se tomó como unidad de análisis los hoteles de cada cantón de la provincia de Sucumbíos del año 2016, clasificándolos por la categoría que otorga el Ministerio de Turismo de Ecuador.

### **3.6 Selección de la Muestra**

El total de hoteles a los cuales se investigará es de 122, en los 7 cantones de la provincia de Sucumbíos: Cascales, Cuyabeno, Gonzalo Pizarro, Lago Agrio, Putumayo, Shushufindi, Sucumbíos.

### **3.7 Tamaño de la Muestra**

- **Para prestadores de servicios turísticos**

Se realizó la investigación con los 122 hoteles registrados por cantón y clasificados por categoría de acuerdo al MINTUR.

### **3.8 Técnicas de recolección de datos primarios y secundarios:**

Los datos primarios y secundarios se recolectaron a través de las Técnicas de la Observación, Entrevistas Directas Estructuradas, Encuestas.

Los datos e información secundaria, se recolectó de documentos (libros, revistas, tesis) y de los planes de desarrollo turísticos elaborados por los diferentes Gobiernos Autónomos Descentralizados.

### **3.9 Instrumentos de recolección de datos primarios y secundarios**

El instrumento que se aplicó a la población objeto de estudio es el cuestionario.

### **3.10 Instrumentos para procesar datos recopilados**

Se utilizaron los procesadores estadísticos computacionales, IBM SPSS Statistics 22. Algorithms. Chicago: IBM SPSS Inc.

## CAPITULO IV

### 4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La base de datos con la cual se trabajó contempla un total de 122 sujetos y 24 variables:

**Tabla 1-4:** Alojamiento por Cantón y Categoría

CANTÓN	CATEGORÍA	CANTIDAD	Total
Cascales	Primera	0	4
	Segunda	1	
	Tercera	3	
	Cuarta	0	
Cuyabeno	Primera	0	8
	Segunda	4	
	Tercera	4	
	Cuarta	0	
Gonzalo Pizarro	Primera	0	8
	Segunda	3	
	Tercera	5	
	Cuarta	0	
Lago Agrio	Primera	3	57
	Segunda	12	
	Tercera	39	
	Cuarta	3	
Putumayo	Primera	0	12
	Segunda	3	
	Tercera	9	
	Cuarta	0	
Shushufindi	Primera	2	31
	Segunda	6	
	Tercera	21	
	Cuarta	2	
Sucumbíos	Primera	0	2
	Segunda	0	
	Tercera	2	
	Cuarta	0	
		<b>TOTAL</b>	<b>122</b>

**Fuente:** Ministerio de Turismo Ecuador

**Elaboración:** Jonathan Segura Márquez



**Tabla 2-4:** Análisis Estadístico Descriptivo de las Variables

	Variables	Media	Desviación estándar	% CV
V1	Fecha Fundación	1990,1333	7,76316	0,39
V2	Adquisición	1990,1333	7,76316	0,39
V3	Renovación	1994,1333	7,76316	0,39
V4	Camas	27,48	10,58329	38,51
V5	Total de Trabajadores	7,2	1,69874	23,59
V6	Trabajadores Fijos	1,9333	0,79881	41,32
V7	Trabajadores Eventuales	5,2667	1,33452	25,34
V8	Creatividad	3,5467	0,32264	9,10
V9	Liderazgo	3,62	0,22424	6,19
V10	Iniciativa	3,0733	0,11629	3,78
V11	Flexibilidad	3,9267	0,1387	3,53
V12	Adaptabilidad	3,8533	0,29488	7,65
V13	Objetivos CP	3,7667	0,43039	11,43
V14	Objetivos LP	3,7533	0,33989	9,06
V15	Comunicación	3,9133	0,16847	4,31
V16	Autonomía	3,88	0,2426	6,25
V17	Descentralización	3,38	0,15675	4,64
V18	Equipo	3,6267	0,25486	7,03
V19	Control	3,7333	0,12344	3,31
V20	Motivación	3,68	0,16562	4,50
V21	Satisfacción	3,78	0,13202	3,49
V22	Tour Operadores	3,52	0,46167	13,12
V23	Minoristas	3,62	0,37264	10,29
V24	Clientes	3,7067	0,38999	10,52

**Elaboración:** Jonathan Segura Márquez

En este caso se realizó un análisis descriptivo para encontrar la media, la desviación estándar, y el coeficiente de variación para poder comparar la representatividad de la media de todas las variables consideradas.

Las variables con una dispersión mayor respecto a su media son “Total de trabajadores” (V5), “Trabajadores fijos” (V6), “Trabajadores eventuales” (V7), “Camas” (V4), mientras que las variables con menor dispersión respecto a su comportamiento promedio son: “Fecha Fundación” (V1), “Fecha adquisición” (V2), y “Fecha de Renovación” (V3).

Una vez que se organizó la información de la base de datos, se procedió a revisar las premisas necesarias para procesar la base de datos, no se encontraron *datos perdidos*, ni *outliers*. La prueba de Bartlett se realiza para saber si algunas variables se encuentran correlacionadas o no, para localizar el estadístico es necesario calcular correlaciones bivariadas entre par de variables

y formar una matriz con todas las correlaciones. El análisis de suficiencia general o Kaiser – Meyer – Olkin o de adecuación del muestreo general, es una medida que indica si se llevara a cabo el análisis de componentes principales, qué tan fuerte y adecuada sería la solución a encontrar; mientras más grande es este valor la solución es más fuerte; lo óptimo es que sea  $KMO \geq 0,50$ , Hair et al. (1999); para nuestra investigación el KMO fue 0.7

A continuación se muestra la matriz de correlación.

**Tabla 3-4: Matriz Correlación de Variables**

	V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9	V10	V11	V12	V13	V14	V15	V16	V17	V18	V19	V20	V21	V22	V23	V24
V1	1																							
V2	1,000**	1																						
V3	1,000**	1,000**	1																					
V4	,505	,505	,505	1																				
V5	,009	,009	,009	,200	1																			
V6	,094	,094	,094	,383	,642**	1																		
V7	-,045	-,045	-,045	,026	,889**	,219	1																	
V8	,342	,342	,342	,564*	,190	,373	,019	1																
V9	,130	,130	,130	,699**	,233	,447	,029	,213	1															
V10	,431	,431	,431	-,106	,174	-,174	,325	,074	-,608*	1														
V11	-,169	-,169	-,169	,245	,097	,340	-,080	,625*	,234	-,218	1													
V12	-,237	-,237	-,237	,354	-,080	-,014	-,093	,055	,199	-,122	,242	1												
V13	-,123	-,123	-,123	-,199	-,303	-,173	-,282	-,466	,015	,010	-,032	,105	1											
V14	-,201	-,201	-,201	,061	,129	,093	,108	,275	,154	-,251	-,047	,162	-,495	1										
V15	,086	,086	,086	,600*	,439	,379	,333	,382	,654**	-,345	,412	,330	-,328	,161	1									
V16	,081	,081	,081	,166	,062	,361	-,137	,478	-,137	-,071	,123	-,044	-,718**	,395	-,080	1								
V17	,120	,120	,120	,249	,070	,331	-,109	-,277	,317	-,071	-,368	-,006	,159	-,367	-,043	-,049	1							
V18	,020	,020	,020	-,009	,003	-,026	,020	,053	-,135	,098	,362	,027	,250	-,248	-,275	,102	-,361	1						
V19	,383	,383	,383	,106	,170	,097	,159	-,149	-,335	,564*	-,264	-,013	,036	-,437	-,023	,048	,258	,015	1					
V20	-,192	-,192	-,192	,002	-,213	,151	-,362	,099	,242	-,363	,087	-,342	,110	,020	,010	-,064	,231	-,511	-,245	1				
V21	,212	,212	,212	,609*	,433	,732**	,114	,309	,473	-,177	,304	,433	-,339	,025	,559*	,433	,324	,017	,263	-,216	1			
V22	-,067	-,067	-,067	,307	,268	,624*	-,032	-,007	,444	-,428	-,176	-,108	-,036	,034	,244	,182	,638*	-,436	,113	,529*	,370	1		
V23	,355	,355	,355	,386	-,074	,221	-,227	,128	,055	,227	-,274	,211	-,169	-,077	-,118	,305	,558*	-,337	,155	,123	,386	,321	1	
V24	,073	,073	,073	,317	-,024	,070	-,072	,633*	-,116	,036	,459	-,047	-,228	-,121	,129	,409	-,208	,271	,203	,102	,044	,094	-,134	1

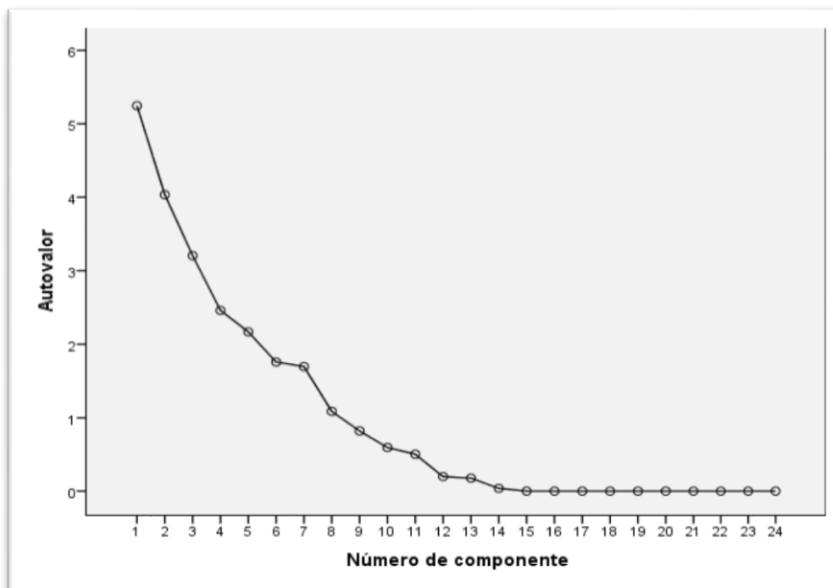
**Elaboración:** Jonathan Segura Márque

**Tabla 4-4:** Varianza de las Variables Explicada

Compon ente	Autovalores iniciales		
	Total	% de varianza	% acumulado
1	5,246	21,859	21,859
2	4,034	16,808	38,666
3	3,205	13,355	52,021
4	2,460	10,251	62,273
5	2,169	9,037	71,310
6	1,759	7,330	78,640
7	1,697	7,070	85,710
8	1,087	4,531	90,242
9	,822	3,425	93,667
10	,598	2,490	96,157
11	,507	2,111	98,268
12	,199	,831	99,099
13	,178	,743	99,842
14	,038	,158	100,000

Elaboración: Jonathan Segura Márquez

En la Tabla 4 se puede observar que con cuatro componentes se explica un 62.27% del sistema, varianza suficiente para poder explicar con cuatro componentes el sistema.



**Gráfico 3-4:** Gráfico de Sedimentación.

Fuente: Elaboración propia SPSS.

En el Gráfico 3 se puede observar la sedimentación de acuerdo a los componentes del sistema estudiado, en donde se puede observar que a partir del componente 5 comienza a tener menos significancia en el sistema, con lo cual se sostiene el hecho de reducir a 4 componentes principales el estudio.

En la tabla 5, se presentan las variables que tuvieron valores de pesos superiores a 0,60 (según (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2016), como suficiente para identificar variables en cada componente seleccionada.

**Tabla 5-4:** Componentes seleccionados para explicar la variabilidad.

Nº	Variable	Componente			
		1	2	3	4
V1	Fecha Fundación	0,557	0,747	-0,018	-0,17
V2	Adquisición	0,557	0,747	-0,018	-0,17
V3	Renovación	0,557	0,747	-0,018	-0,17
V4	Camas	0,848	-0,013	-0,017	-0,185
V5	Total de Trabajadores	0,469	-0,167	0,178	0,782
V6	Trabajadores Fijos	0,701	-0,313	-0,107	0,229
V7	Trabajadores Eventuales	0,178	-0,025	0,29	0,858
V8	Creatividad	0,639	-0,079	0,52	-0,39
V9	Liderazgo	0,575	-0,46	-0,279	-0,058
V10	Iniciativa	-0,03	0,783	0,224	0,29
V11	Flexibilidad	0,246	-0,425	0,552	-0,274
V12	Adaptabilidad	0,137	-0,286	0,093	0,027
V13	Objetivos CP	-0,454	0,111	-0,35	-0,036
V14	Objetivos LP	0,101	-0,441	0,247	-0,028
V15	Comunicación	0,624	-0,421	0,123	0,185
V16	Autonomía	0,415	-0,077	0,292	-0,261
V17	Descentralización	0,294	0,067	-0,816	0,118
V18	Equipo	-0,132	0,165	0,567	-0,025
V19	Control	0,221	0,587	-0,095	0,321
V20	Motivación	-0,008	-0,364	-0,49	-0,435
V21	Satisfacción	0,8	-0,185	-0,021	0,181
V22	Tour Operadores	0,445	-0,363	-0,639	0,045

V23	Minoristas	0,435	0,27	-0,471	-0,17
V24	Clientes	0,275	-0,01	0,462	-0,386

Elaboración: Jonathan Segura Márquez

## 4.2 Componentes principales

### Componente 1:

El componente N.-1 está conformado con las variables que tienen un peso superior a 0.60, este componente tiene un alto valor explicativo de las variables que tienen que ver con la **Dirección Empresarial** de los prestadores de hospedaje en la provincia.

Dentro de este componente están las variables:

- V4: Camas
- V6: Trabajadores Fijos
- V8: Creatividad
- V15: Comunicación
- V21: Satisfacción

Estas variables tienen que ver con la gestión que tenga el prestador de servicio turístico ya que coincide con las observaciones realizadas, donde existe insatisfacción de los usuarios por la cantidad de camas disponibles, y las operaciones internas de los hoteles por la falta de comunicación creatividad que es un aspecto de dirección empresarial.

### Componente 2:

El componente N.-2 está conformado con las variables que tienen que ver con la **Infraestructura vigente** de los diferentes hoteles de la provincia de Sucumbíos.

Dentro de este componente están las variables:

- V1: Fundación
- V2: Adquisición
- V3: Renovación

Esto se puede explicar con la ubicación de algunos hoteles y su infraestructura actual se debe a la creación de estos bajo una necesidad de dar hospedaje a los trabajadores petroleros de la zona, sin ningún estudio previo ni posteriores mejoras para adaptarse a la demanda actual de servicios turísticos.

Casi la totalidad de hoteles fueron construidos y creados entre los años 80 y 90, únicamente los hoteles catalogados como de Primera por el Ministerio de Turismo de Ecuador registran fechas de fundación a partir del año 2000. Pese a que se han realizado pequeñas renovaciones en algunos establecimientos aún no satisfacen las necesidades de los usuarios.

### **Componente 3:**

El componente N.-3 está conformado con las variables que influyen en la **dependencia de los tour operadores.**

Dentro de este componente están las variables:

- V17: Descentralización
- V22: Tour operadores

Estos datos reflejan que los prestadores de servicios turísticos ante la falta de políticas públicas de atracción de turistas y la no existencia de productos turísticos consolidados sean dependientes de los tour operadores de la provincia y a nivel nacional, lo cual genera un espacio de inquietud en los hoteles y no se logra cumplir con las expectativas de los consumidores

### **Componente 4:**

En este componente se incluyen las variables con más peso referentes a los trabajadores, este componente está referido específicamente al **talento humano:**

Dentro de este componente están las variables

- V5: Total de Trabajadores
- V22: Trabajadores Eventuales

### **4.3 Discusión estudios similares.**

Uno de los estudios realizados sobre los factores que inciden en el desarrollo en la Amazonía es realizado por Jara (2016): “Determinación de los factores que inciden en la actividad turística del cantón Mera, provincia de Pastaza, para la toma de decisiones en el desarrollo local a través de técnicas multivariadas”, determina a través de variables categóricas, analizado a través de componentes categóricos determinó, que, en gran parte el desarrollo turístico de este cantón estará basado en las políticas públicas acertadas por parte del Gobierno Cantonal.

A diferencia del estudio mencionado, el presente se realizó con variables cuantitativas, pero se puede determinar una situación similar en cuanto a la importancia de la elaboración de políticas públicas para el desarrollo positivo de sector turístico, la dirección empresarial es otro aspecto a mejorar en los prestadores de servicios turísticos que coinciden los estudios.



## CAPITULO V

### 5. PROPUESTA

Una vez que se han encontrado los factores determinantes (cuatro componentes con ACP) en el desarrollo turístico de la provincia de Sucumbíos se propone un Modelo de Gestión que vincula a todos los actores involucrados en esta actividad.

Si bien es cierto en la actual Constitución del Ecuador se reconoce al estado como el encargado de proteger, promover y coordinar el desarrollo de la cultura física y la recreación (Artículos 381 y 383); así como se menciona en el Plan Nacional de buen Vivir se declara que es objetivo y compromiso del estado:

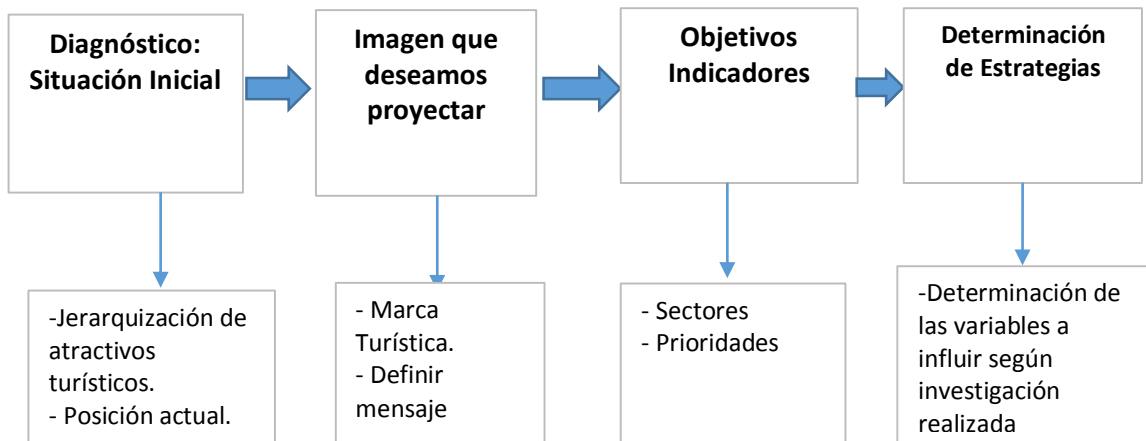
- Promover el cambio e matriz productiva.
- Mejorar la calidad de vida de la población.
- Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.
- Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental del territorio y global.
- Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible.
- Garantizar el trabajo digno en todas sus formas

Es importante además de estos articulados la elaboración de políticas públicas territoriales que se ajusten a la realidad social y económica de la población, que impulsen y mejoren los servicios turísticos sostenibles en los siete cantones de la provincia con sus parroquias y comunidades.

En concordancia con (Fuentes, 2017) ; el modelo de gestión que se propone se enmarca en un modelo de desarrollo, definido a partir del concepto de sustentabilidad de los sistemas productivos, se centra en el objetivo de satisfacer las necesidades de la generación presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para compensar las propias.

En este sentido, la urgencia de transitar de un paradigma racional que privilegió durante décadas el control y uso eficiente de la naturaleza, hacia otro más congruente con el sentido de supervivencia y continuidad de la especie humana.

A partir de las cuatro componentes en el presente estudio: Dirección empresarial, Infraestructura Vigente; Dependencia de Tour Operadores y Talento Humano; se propone Modelo de Gestión para el incremento del Desarrollo Turístico en la provincia de Sucumbíos.



**Gráfico 4-5:** Modelo de Gestión para el incremento del Desarrollo Turístico en la provincia de Sucumbíos.

**Elaboración:** Jonathan Segura Márquez

Este modelo de gestión busca generar una guía para el desarrollo turístico de una región con gran cantidad de recursos naturales, además un aspecto prospectivo influyente a la planificación en base a las necesidades de la población (clientes internos y clientes externos).

Para la implementación del modelo de gestión es necesario que los conceptos y definiciones de gestión empresarial (como un proceso continuo, que consiste en gestionar los diversos recursos productivos de la empresa, con la finalidad de alcanzar los objetivos marcados con la mayor eficiencia posible, (Tiempos Modernos, 2010)) y de políticas públicas (procesos participativa para implementar herramientas de gestión buscando el desarrollo de la colectividad) sean precisados por los entes involucrados en el desarrollo turístico de la provincia de Sucumbíos.

### **5.1 Diagnóstico: Determinación situación actual**

Este diagnóstico debe iniciarse por un adecuado manejo de información, es necesario que se apliquen las políticas referidas por el Ministerio de Turismo específicamente en la Guía para la jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos del Ecuador 2017, donde se establece los lineamientos técnicos para la identificación, clasificación y valoración de los

atractivos con mejores condiciones para el desarrollo de productos turísticos. Mientras que, para definir espacios turísticos se considera criterios de asociatividad, tamaño de la superficie y distribución de elementos complementarios. (Ministerio de Turismo , 2017).

El inventario de atractivos turísticos, se concibe como un registro valorado de todos los sitios que, por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio nacional. Es un instrumento dinámico de información integrada para respaldar la gestión, por su capacidad de aportar datos consistentes para planificar, ejecutar y evaluar el territorio facilitando la toma de decisiones en materia de desarrollo turístico. De esta forma el inventario de atractivos nacionales almacenado en una base de datos plana y en una base de datos geográfica constituye un insumo clave para alimentar al Sistema de Información Geográfica Turística orientado a la realización de análisis y planificación territorial turística. El esquema para la jerarquización de atractivos turísticos se encuentra:

- **ANEXO I: FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

Según el Ministerio de Turismo existen 239 (**ANEXO II**) establecimientos registrados como prestadores de servicios turísticos, la oferta turística es grande en términos de cantidad, pero deficiente en términos de calidad, además si se establece una comparación con los visitantes registrados en el año 2015 en la provincia de Sucumbíos se puede determinar que existe mayor oferta que demanda turística.

**Tabla 6-5:** Ingresos a las principales reservas y en Control de Aduanas año 2015

<b>Registro</b>	<b>Nacionales</b>	<b>Extranjeros</b>	<b>Total</b>
Reserva Limoncocha	13532	1166	15698
Reserva Cayambe Coca	10481	2086	12567
Reserva Cuyabeno	3064	14008	17072
CEBAF (Ministerio Interior)		17173	17173
<b>TOTAL</b>			<b>65510</b>

**Elaboración:** Jonathan Segura Márquez.  
**Fuente:** Ministerio del Interior Ecuador.

De lo anteriormente expuesto se concluye la existencia de una oferta turística excesiva en comparación con la demanda de turistas. Esta oferta en hoteles, alimentación y transporte fue creada para cubrir las necesidades de las personas vinculadas al sector petrolero, pero al decaer esta actividad la infraestructura y los servicios aún no logran despegar hacia el sector turístico. Además en este análisis se tiene que tomar en consideración la presencia de una gran cantidad de refugiados de Colombia, lo cual hace reducir aún más la demanda turística de la provincia.

En el presente año a partir del mes de Junio del año 2017 el GAD de la provincia de Sucumbíos está trabajando en la actualización del inventario de los atractivos y recursos turísticos de la provincia de Sucumbíos, lo cual se convertirá en la línea base para las futuras políticas públicas, ya que además varias competencias del MINTUR han sido trasladadas al Gobierno Provincial.

Con la presente actualización de la línea base de los prestadores de servicios turísticos además de los recursos y atractivos turísticos y con la socialización de la misma se va a tener las siguientes ventajas (Russell, 2017):

- Capacidad de evaluar el desempeño.
- Cálculo del valor devengado.
- Estimación exacta del futuro mejorado

Al aplicar este proceso del modelo de gestión los componentes identificados previamente tendrán los siguientes beneficios:

1. Dirección empresarial: Facilitará la identificación del mercado: Aliados, líderes, competidores.
2. Infraestructura Vigente: Permitirá identificar las falencias de infraestructura a las entidades públicas y actualizar sus estrategias de promoción.
3. Dependencia de Tour Operadores: Los prestadores de servicios turísticos podrán generar alianzas estratégicas para no depender únicamente de los tour operadores al conocer todos los elementos del mercado de oferta de servicios turísticos.
4. Talento Humano: El personal contará información actualizada que permite la mejor toma de decisiones

## **5.2 Imagen que deseamos proyectar**

Desde los años 70, un gran número de estudios han intentado conceptualizar y delimitar el concepto de imagen turística y han desarrollado una completa revisión de la literatura en el cual han detectado la existencia de siete ámbitos de estudio de la imagen turística (Camprubí, Guia, & Comas, 2009):

- Conceptualización y dimensiones.
- Proceso de formación de la imagen turística.
- Evaluación y medida de la imagen turística.
- Influencia de la distancia en la imagen turística.
- Cambios de la imagen producidos por el paso del tiempo.
- Rol activo y pasivo de los residentes en el estudio de la imagen turística.
- Políticas de gestión de la imagen turística.

A partir de esto hay que tomar en consideración algunos aspectos importantes para la generación de una imagen turística de la provincia entre ellos:

- **Agentes Inductivos:**

Organizaciones turísticas, empresas turísticas locales, tour operadores y agencias de viajes.

- **Agentes Inductivos Encubiertos:**

Líderes de opinión, periodistas, reportajes.

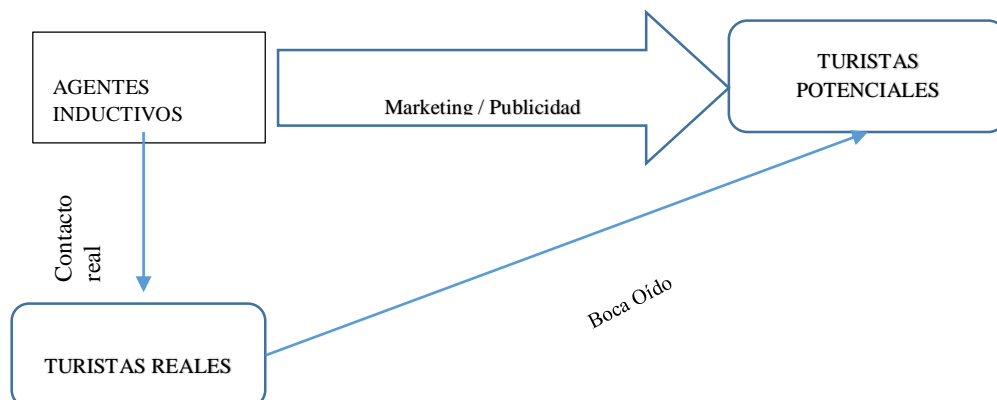
- **Agentes Autónomos:**

Personas individuales, organizaciones que producen artículos, música, reportajes.

- **Agentes Orgánicos:**

Personas que han viajado al destino.

Cuando todos estos agentes participan se puede tener una verdadera imagen turística, cabe recalcar que este proceso es participativo tanto desde el sector público como desde el privado. Y que los órganos competentes son los encargados de generar el proceso de colaboración. La difusión de la imagen turística que va a ser pilar fundamental para el desarrollo turístico, se debe proponer de la siguiente manera.



**Gráfico 5-5:** Modelo de Aplicación para la Imagen turística en la provincia de Sucumbíos.

**Fuente:** Elaboración propia a partir de (Camprubí, Guía, & Comas, 2009)

Para la aplicación de este modelo es recomendable la aplicación de procesos de socialización con los agentes inductivos antes descritos para el entendimiento y absorción de este concepto de imagen turística que permite e incremento de la actividad turística de la provincia de Sucumbíos.

Los componentes identificados previamente tendrán los siguientes beneficios:

1. Dirección empresarial: Al poseer una marca turística de la provincia, será mucho más fácil el desarrollo de la misión y visión de las empresas privadas.
2. Infraestructura Vigente: Permitirá establecer conexiones con mayor eficiencia, y aprovechar mejor los recursos.
3. Dependencia de Tour Operadores: Con una marca turística posesionada la posición de dependencia cambiará inmediatamente a una posición de oferta responsable que permita satisfacer las expectativas del cliente.
4. Talento Humano: Permitirá el accionar eficiente hacia un solo objetivo que es el proyectar la marca turística y relacionarla con los atractivos turísticos de cada cantón.

### **5.3 Objetivos y Metas**

La Amazonia Ecuatoriana posee una diversidad biológica y cultural incalculable a la vez constituye el área geográfica más grande del Ecuador con una extensión de 131.137 km<sup>2</sup>, que representa aproximadamente el 48% de la superficie total nacional. (MINTUR, 2007). Bajo este contexto Sucumbíos a través de los diferentes actores busca conservar el patrimonio cultural y natural, ofreciendo una aproximación comunitaria muy fuerte, para lograr este objetivo evidentemente el turismo se convierte como lo hemos mencionado en la presente investigación en un punto de inicio y desarrollo.

A partir del desarrollo de políticas públicas y del mejor desempeño de los actores privados se podrá mejorar la actividad turística en la provincia.

**Tabla 7-5:** Objetivos del Modelo de Gestión

OBJETIVO	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
<b>FIN</b>			
Incrementar la actividad Económica de la Provincia	Al terminar el proyecto el porcentaje de incremento en el ingreso de divisas por concepto de turismo es del 25%.	Informe de rendición de cuentas Balanza de pagos de los Gad`s Cantonales	Estabilidad financiera en los principales mercados emisores de visitantes
<b>PROPOSITO :</b> Incrementar la actividad turística de la Provincia	Incremento de un 20% en las llegadas de turistas con la ejecución del proyecto	Documentos de Informes de los operadores Turísticos	Las máximas autoridades de los GAD`s mantienen el apoyo al proyecto.
	10% de prestadores de servicios reciben incentivos tributarios al 2018	Reporte tributario del GAD y del SRI	Estabilidad financiera del estado para que eleven el nivel de confianza los inversores
	10% de incremento de prestadores de servicios turísticos al 2018	Reporte tributario del GAD y del SRI	
	5% de incremento de prestadores de servicios turísticos que acceden a líneas de financiamiento al 2018	Reporte de Informes de Bancos /Superintendencia de Bancos	
	Incremento en un 3% en el gasto promedio receptor	Reporte de cumplimiento de presupuesto de operadoras turísticas	Interés de los actores de turismo en el país Interés de la comunidad en temas de promoción y mercadeo para mejorar su gestión apoyados en este tipo de estrategias.
	Incremento del 22% en el gasto promedio por turismo interno	Reporte de cumplimiento de presupuesto de operadoras turísticas	Interés de los promotores turísticos, en las iniciativas promocionales y del proyecto.
	20% de incremento anual en el número de desplazamientos por turismo interior en feriados,	Documentos de campaña publicitaria y digital de promoción turística, y la información de operadores	

	temporadas, fines de semana.		
	Al finalizar el proyecto, el nivel de recordación de las acciones de promoción implementadas a nivel nacional es de al menos el 30%	Informes de rendición de cuentas donde consten los resultados de las acciones implementadas	
	Al finalizar el proyecto, el nivel de recordación de las acciones de promoción implementadas a nivel local es de al menos el 40%	Documento informe con acciones realizadas en el marco de la comunicación nacional e internacional	
	Incremento acumulado del 15% de visitas únicas a la web del turismo de la ciudad.	Documento informe de estrategias de marca turística implementadas	

**Elaboración:** Jonathan Segura Márquez



Con estos objetivos propuestos será mucho más sencillo la elaboración de indicadores para poder evaluar y realizar procesos de retroalimentación. La evaluación es un proceso que genera información, por lo que es de especial relevancia detenernos a pensar qué es lo que se hace con esta información, cómo es sistematizada pero, sobre todo, cómo es interpretada y comunicada con el fin de que tenga una utilidad práctica para los estudiantes y para el propio profesor. Podemos afirmar que la información obtenida gracias a la evaluación genera conocimiento con un alto valor retroalimentador. (Luna, 2009).

Con este proceso los componentes identificados previamente tendrán los siguientes beneficios:

1. Dirección empresarial: Se tendrá enfoque claro y cuantificable para medir los procesos de mejora empresarial
2. Infraestructura Vigente: Evaluará y medirá la eficiencia de la inversión en infraestructura, permitirá hacer mejores inversiones.
3. Dependencia de Tour Operadores: Los prestadores de servicios turísticos generarán emprendimientos con los beneficios tributarios lo que permite la descentralización de las operadoras.
4. Talento Humano: Cuantificar las metas permite tener un personal motivado y con enfoque claro en el mejoramiento de los procesos.

#### **5.4 Determinación de estrategias**

Para la determinación de las estrategias que incidan directamente en el desarrollo turístico de la provincia de Sucumbíos es necesario que las entidades competentes comiencen a socializar conceptos básicos de turismo, su socialización permitirá en realidad que se puedan enfocar las acciones y que se puedan cumplir las metas y objetivos, existe a nivel general un problema de identificación de recursos naturales, recursos turísticos, productos turísticos. Es por este motivo que se debe comenzar a comunicar y difundir los conceptos básicos que autores recomiendan tener en cuenta para un turismo sostenible.

La gestión del turismo implica una cantidad y variedad de acciones público-privadas posibles y usuales: elaboración de paquetes y macroproductos; legislación y certificación de calidad; control y fiscalización de establecimientos turísticos; promoción y comercialización; investigación y planificación; formación y capacitación; concientización e información; fomento de inversiones, etc. El presente trabajo parte de una de las instancias iniciales de la gestión de las instituciones públicas y privadas relacionadas con el turismo.

Es importante determinar los participantes de este modelo de gestión entre los cuales están:

**Tabla 8-5:** Involucrados en el Modelo de Gestión para el incremento de la actividad turística en Sucumbíos.

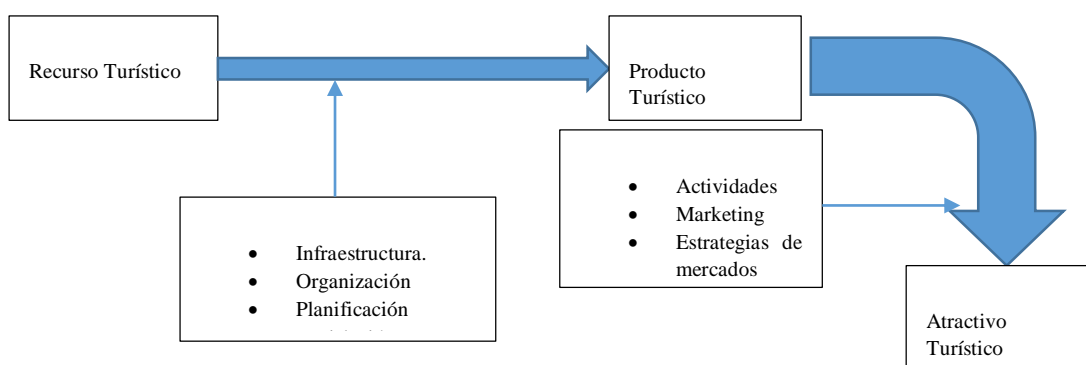
Tipo de Involucrados	Participantes
Beneficiarios Directos	Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Sucumbíos. GAD cantonales. (7 cantones) Prestadores de Servicios turísticos de la provincia de Sucumbíos. Población de la provincia. Turistas nacionales e internacionales.
Beneficiarios Indirectos	Estado ecuatoriano. Cámara de Turismo.
Aliados	Ministerio de Turismo. Ministerio Coordinador de la Seguridad. Ministerio de Obras Públicas. Ministerio del Interior. Secretaría Nacional de Riesgos.
Neutrales	Bomberos. Brigada de Selva
Posibles oponentes / Perjudicados	Destinos locales e internacionales competidores. Empresas no turísticas en las zonas de acción.

Elaboración: Jonathan Segura Márquez.

#### 5.4.1 Estrategia 1: Transformación de los recursos turísticos en atractivos turísticos

Una de los principales canales para el desarrollo turístico de la provincia de Sucumbíos es poner en marcha un proceso de transformación de los recursos turísticos en atractivos turísticos, entendiendo que este proceso es lo que hará que el turismo sea una actividad sostenible en el tiempo y sea amigable con el medio ambiente.

Para la construcción de este proceso es importante identificar el proceso que se debe realizar para la transformación de los recursos turísticos en atractivos turísticos:



**Gráfico 6-5:** Modelo de transformación del recurso turístico a atractivo turístico

Elaboración: Jonathan Segura Márquez basado en el Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador 2004 – 2008

#### **5.4.2 Estrategia 2: Plan de Seguridad Integral**

Esta estrategia está vinculada directamente con la elaboración de políticas públicas; estas políticas públicas son concebidas como un conjunto de decisiones y estrategias adoptadas por una autoridad legítima para resolver problemas públicos complejos dentro de un territorio determinado previamente (SENPLADES, 2011). En tal sentido, una política pública es una directriz general que refleja la prioridad y voluntad política del gobierno para modificar una situación determinada.

Desde el punto de vista de los derechos humanos, las políticas públicas enfocadas a la seguridad integral, no se puede limitar a la lucha contra la delincuencia, sino que se está hablando de cómo crear un ambiente propicio y adecuado para la convivencia pacífica de las personas. Por ello, el concepto de seguridad debe poner mayor énfasis en el desarrollo de las labores de prevención y control de los factores que generan violencia e inseguridad, que en tareas meramente represivas o reactivas ante hechos consumados. (Jara, 2016).

Según la Organización Mundial del Turismo, OMT, el plan de seguridad integral debe abordar e interactuar en las siguientes áreas:

- Definición de riesgos turísticos potenciales según tipos de viajes, localizaciones y sectores afectados.
- Detección y prevención de delitos contra turistas.
- Protección de turistas y residentes contra el tráfico de drogas.
- Protección de sitios e instalaciones turísticos contra actos ilícitos.
- Establecimiento de directrices para los operadores de las instalaciones turísticas, en caso de que se produzcan dichos actos.
- Responsabilidades en el trato con la prensa y otros medios de comunicación, en el país y en el extranjero.
- Información para la industria turística internacional sobre cuestiones de seguridad.
- Organización de un gabinete de crisis, en caso de catástrofe natural u otra de seguridad.
- Adopción de normas y prácticas de seguridad en las instalaciones y sitios turísticos, en cuanto a protección contra incendios, robos, higiene y requisitos sanitarios.
- Establecimiento de reglamentos de responsabilidad en empresas turísticas.
- Estudio de aspectos de seguridad en la concesión de licencias para establecimientos de alojamiento, restaurantes, empresas de taxis y guías de turismo.
- Provisión al público de documentación e información apropiadas sobre seguridad para viajes, a su entrada o a su salida de los destinos.

- Elaboración de políticas nacionales sobre salud de los turistas, incluido el establecimiento de sistemas de notificación sobre los problemas que en este campo encuentren los turistas.
- Creación de seguro turístico y seguro de asistencia en los viajes.
- Promoción, acopio y difusión de estadísticas de investigación fiables sobre delitos contra los viajeros.

En el desarrollo de esta estrategia estará a cargo de las instituciones públicas encargadas de generar políticas públicas.

#### **5.4.3 Estrategia 3: Plan de Capacitación y profesionalización del talento humano.**

Según el estudio realizado dentro del Programa Nacional de Capacitación Turística del Ministerio de Turismo de Ecuador, identifiqué algunos aspectos a tomar en cuenta en los prestadores de servicios de turísticos de la Amazonía norte:

- La insuficiente visión y capacitación de los recursos humanos gerenciales y operacionales del sector turístico, especialmente en servicio y atención al cliente, manipulación de alimentos, idiomas en el caso de los guías de turismo quienes muchas veces no son reconocidos por el MINTUR.
- Los programas de capacitación emprendidos por las instituciones, tanto públicas como privadas, no se realizan de manera conjunta.

Dicho esto, es importante que se instrumenten herramientas y componentes para lograr mejorar el desarrollo del talento humano de todos los involucrados en la prestación de servicios turísticos de la provincia de Sucumbíos. Los diez componentes que se han estructurado como esenciales para ser atendidos a través del programa nacional de capacitación turística son los siguientes:

1. Gestión de Calidad y Buenas prácticas de Turismo Sostenible (Para gerentes y propietarios de actividades turísticas de lujo y primera categoría).
2. Formación de Formadores ( para la generación de líderes empresariales)
3. Competencias Laborales (Para personas con experiencia en el sector turístico, que laboran actualmente en el sector), basados en las siguientes competencias:
  - Administrador de Empresas de Alojamiento
  - Recepcionista Polivalente Camarera de pisos
  - Administrador de empresas de Restaurante

- Mesero Polivalente
  - Cocinero Polivalente
  - Seguridad alimentaria para personal operativo
  - Gerente de Operadora Conductor de transporte turístico
  - Agente de ventas Hospitalidad.
4. Jóvenes productivos y emprendedores dos segmentos:
    - a) jóvenes –entre 17 a 29 años de edad- interesados en incursionar en el sector turístico; y
    - b) jóvenes de educación media con especialidad en turismo así como jóvenes universitarios que cursan carreras profesionales relacionadas con turismo).
  5. Hospitalidad y seguridad alimentaria para Negocios de Comidas Típicas (para personal operativo que labora en establecimientos turísticos de Comidas Típicas).
  6. Turismo Comunitario (para personas involucradas en operaciones turísticas comunitarias).
  7. Guías especializados y nativos (para guías turísticos interesados en especializarse o personas de comunidades interesadas en formarse como guías nativos).
  8. Pequeños Turistas (para niños pertenecientes a escuelas de Educación básica).
  9. Negocios Turísticos Productivos (para ciudadanos emprendedores interesados en negocios del sector turístico).
  10. Gestión de destinos turísticos (para funcionarios responsables del Turismo en Gobiernos Seccionales) Las herramientas técnicas que se utilizarán para atender a los 10 componentes descritos son:
    - a) Orientaciones de aprendizaje de las 40 normas de Competencias Laborales
    - b) Temáticas relacionadas con los Sistemas de Gestión de Calidad
    - c) Orientaciones metodológicas y pedagógicas para “Formación de Formadores”.
    - d) Manual de Buenas Prácticas de Turismo Sostenible – Rainforest Alliance
    - e) Manuales producidos por el MINTUR y las Cámaras Provinciales de Turismo relacionados con las competencias laborales u otras temáticas relacionadas.

Estos diez componentes se encuentran descritos según el Programa Nacional de Capacitación Turística de Ecuador. (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2017)

#### **5.4.4 Estrategia 4: Promoción Turística de la Provincia de Sucumbíos.**

La promoción turística debe proporcionar a los consumidores el conocimiento de los atractivos y de la infraestructura existente diferenciando el destino de la competencia, inspirando confianza y credibilidad además de influir en la elección del destino y en el proceso de compra. (Palacio & Molina, 2015).

El proceso para la planeación de la promoción turística se lo recomienda hacerlo con los siguientes aspectos:

- Establecer metas específicas y bien definidas sobre lo que pretende lograr el programa de promoción de la provincia.
- Definir los mercados objetivos posibles consumidores del destino turístico.
- Qué medios publicitarios se utilizaran.
- Con que presupuesto económico se cuenta, patrocinios, convenios.
- Como se medirán los resultados del programa de promoción.

Este proceso debe ser apoyado por todos los involucrados en el desarrollo turístico, para poder alcanzar las metas, es decir es importante el proceso de seguimiento que se tiene que hacer a los procesos de promoción y publicidad.

Otra de las estrategias para poder impulsar la promoción turística es la ubicación de **puntos de información**, aspecto que se ha podido evidenciar en los recorridos de campo no existen puntos de información en la provincia de Sucumbíos lo que provoca dependencia de tour operadores y baja expectativa de las actividades turísticas.

El objetivo de los puntos de información; es brindar de manera gratuita, a los visitantes nacionales y extranjeros y a los residentes, información turística sobre la ciudad donde estén ubicados y la provincia en general, al igual que sobre la oferta de atractivos y posibilidades de actividades culturales, deportivas, recreativas que ofrece la ciudad y su entorno regional.

Se recomienda al menos 5 Puntos de Información Turística en diferentes modalidades, amables, renovados y eficientes con alta tecnología en telecomunicaciones ubicados en diferentes puntos de la ciudad Lago Agrio (capital de la provincia de Sucumbíos). Estos puntos de información como mínimo deberán contar con:

- Material promocional turístico y cartográfico producido por Ministerio de Turismo, y EL GAD provincial.
- Toda la documentación y folletos de los diferentes eventos desarrollados por las entidades del sector turístico, cultural y deportivo.
- Información turística al visitante, pero a su vez se recoge información sobre el visitante y el tipo de consulta realizada, lo que se traduce en estadísticas básicas para la construcción de bases orientadas al diseño de políticas públicas.

- Están dotados con equipos que permiten a los visitantes hacer uso de información y de comunicación con tecnología de punta.

#### ***5.4.5 Resumen y relación de las estrategias con los componentes encontrados.***

A continuación se muestra como las estrategias presentadas buscan generar impacto en los componentes encontrados en la investigación.

**Tabla 9-5:** Resumen de estrategias VS Componentes encontrados.

Estrategia/ Componente	C1 : Dirección empresarial	C2: Infraestructura vigente	C3: Dependencia Tour Operadores	C4: Talento Humano
<b>E1: Transformación de los recursos turísticos en atractivos turísticos</b>	Permite el conocimiento profundo de la actividad turística y el desarrollo de objetivos y metas empresariales	Se consolidarán mejores accesos y condiciones para el desarrollo de los atractivos turísticos	Ya no se dependerá de las actividades de los tour operadores para la llegada de turistas.	El recurso humano podrá especializarse en las diferentes actividades del servicio, generando mejores resultados.
<b>E2: Plan de Seguridad Integral</b>	Entiendo el verdadero sentido de la seguridad las inversiones serán más eficientes.	Con la necesidad de ejecutar un plan de seguridad integral se deberá presentar mejor infraestructura.	Se genera motivación de viajar al turista, y esta motivación es intrínseca.	El talento humano se enfocará en el desarrollo de metas y objetivos.
<b>E3: Plan de Capacitación y profesionalización del talento humano</b>	Un recurso humano capacitado y actualizado facilita la misión de la empresa pública y privada.	El personal podrá sugerir y ejecutar mejores inversiones.	Se generará emprendimientos que ayuden a la no dependencia de los tour operadores	El talento humano en constante capacitación se convierte en una fortaleza y oportunidad de mejora continua.
<b>E4: Promoción Turística de la Provincia de Sucumbíos</b>	Será mucho más sencillo la obtención de metas y objetivos.	La inversión privada del sector turístico se dará con mayor facilidad.	La promoción genera motivación de viaje.	Personal de empresas públicas y privadas enfoca esfuerzos para satisfacer necesidades del turista

Elaboración: Jonathan Segura Márquez.



Estas estrategias son de fácil realización a través del desarrollo de talleres y foros de participación en los cuales todos los involucrados, participen de manera activa.

La organización de estos foros estará a cargo de las siguientes instituciones:

- Cámara de Turismo Sucumbíos.
- Gobierno Autónomo Provincial de Sucumbíos.
- Gobiernos autónomos cantonales.

Otra de las beneficiencias de estas estrategias es que no representan un egreso considerable de recursos, lo que se requiere es la voluntad de acción por parte de las diferentes organizaciones.

### **5.5 “I Foro Académico de Turismo” en Sucumbíos.**

El 29 de Septiembre del año 2017 se desarrolló el “I Foro Académico de Turismo” en la provincia de Sucumbíos, en el cual se pudo exponer los resultados de la presente investigación ante las autoridades cantonales y provinciales, y la participación de prestadores de servicios turísticos (revisar ANEXO III), donde se pudo encontrar acuerdos como:

“El desarrollo de actividad turística en la provincia no ha sido un tema prioritario en la administración pública, sin embargo personas naturales y comunidades indígenas han visto en esta actividad la oportunidad de desarrollarse económica y socialmente por algún tiempo y han volcado sus esfuerzos al desarrollo del turismo; en diferentes zonas de la provincia de Sucumbíos esta actividad es empírica e informal debido a que los establecimientos turísticos – hoteleros en sus inicios no fueron creadas con el fin de satisfacer necesidades de alojamiento, alimentación y recreación de turistas sino más bien surgieron por suplir exigencias de personas relacionadas a diferentes actividades comerciales y a la extracción petrolera en este territorio.”

“La condición de ser una provincia fronteriza (Percepción de imagen del Destino Turístico) junto con la conectividad y accesibilidad inadecuada (vías en mal estado, precios elevados de tickets aéreos) y la falta de promoción turística ponen en riesgo el desarrollo de esta actividad económica, por lo que es importante implementar estrategias que permitan fortalecer e impulsar esta actividad que indudablemente fortalecerá el sistema económico de la provincia.”

Dentro de las alternativas que se proponen para cambiar este fenómeno se encuentra la aplicación de modelos de gestión turística que se recomienda enfocarlos a:

- Capacitar la mano de obra no calificada del sector turístico.
- Cambiar la percepción de la imagen del destino turístico Lago Agrio.

- Mejorar la infraestructura vigente (acorde a normativa expedida por el MINTUR)
- Trabajar con operadores de mercado.
- Vincular estrategias de seguridad turística en el Destino.

Así como la réplica de modelos de turismo comunitario o rural que se han evidenciado como exitosos en la provincia, el diseño de políticas públicas que permitan regular la actividad turística en pos de establecer a esta como la principal fuente de ingresos de la provincia.

Como sugerencias y recomendaciones evidenciadas en el desarrollo de las ponencias se considera importante:

- Trabajar en programas de implementación de servicios básicos, infraestructura vial y mejoramiento de infraestructura existente en la provincia.
- Inventariar, registrar y catalogar los recursos turísticos de la provincia Sucumbíos.
- Aplicar programas de regeneración urbana como paso previo a la consolidación de Lago Agrio como destino turístico.
- Definir productos turísticos a promocionar y empoderar a la población.
- Mantener mesas de trabajo en beneficio del desarrollo turístico provincial.

Al final del Foro las autoridades consideraron utilizar el presente estudio como una herramienta de gestión para la elaboración de políticas públicas.

## CONCLUSIONES

- Se fijó que los factores que inciden en el desarrollo turístico de la provincia de Sucumbíos se agruparon en 4 componentes explicando el 62% de la varianza total.
- Se determinó la situación actual de la provincia de Sucumbíos en cuanto a la actividad turística a través del estudio estadístico multivariado (componentes principales).
- La oferta turística es mayor a la demanda turística debido a la situación económica que vivió la zona con la explotación petrolera
- Se elaboró en base a la situación determinada en la provincia un modelo de gestión para el incremento y mejoramiento de la oferta turística.
- Se utilizó la información de esta investigación como herramienta de gestión al ser socializado los resultados y la propuesta correspondiente en el “I Foro Académico del día Internacional de Turismo”, en la provincia de Sucumbíos.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda seguir haciendo uso de análisis multivariado en la determinación de variables que inciden en el desarrollo de las actividades sociales y económicas de la provincia, ya que son sistemas dinámicos y cambiantes.
- Ejecutar el modelo de gestión propuesto, para poder obtener un incremento y mejoramiento de la oferta turística, que permita un desarrollo social sostenible en el tiempo y la no dependencia de actividades petroleras.
- Realizar evaluaciones periódicas del estado de los componentes que se determinaron influyen en la actividad turística de la provincia.
- Actualizar la línea base de prestadores de servicios turísticos, recursos turísticos, atractivos turísticos en base a la normativa vigente del MINTUR.
- Formular políticas públicas orientadas a la generación de la actividad turística como una alternativa altamente eficaz para el desarrollo social.
- Publicar los resultados de esta investigación como una herramienta de los modelos de gestión que busquen el desarrollo de la actividad turística en la Amazonía.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alvarado, S. M. (2006). *“Una Aplicación Del Análisis De Componentes Principales Categoricals Para Determinar El Posicionamiento De Espol En El Contexto De Los Estudiantes De 3er Año De Bachillerato.”*. Guayaquil: ESPOL.
- Barómetro de la deuda social argentina. (2017). *Método de elaboración del índice de desarrollo Humano*. Buenos Aires.
- Bunge, M. (1980). Apuntes de la metodología de la investigación del turismo.
- Camprubí, R., Guia, J., & Comas, J. (2009). La formación de la imagen turística inducida: un modelo conceptual. *PASOS*, 255-270.
- Cordobés, M., & Sanz, B. (2008). *Turismo para el desarrollo*. Madrid: Fundación "La Caixa".
- Davies, H. (2000). “Porter’s ‘Competitive Advantage of Nations’”. *Journal of Management Studies*, 1-3.
- Delgado, L. E., Bachmann, P. L., & Oñate, B. (2007). Gobernanza ambiental: una estrategia orientada al desarrollo sustentable local a través de la participación ciudadana. *REVISTA AMBIENTE Y DESARROLLO de CIPMA*, 68-73.
- Departamento de Matemáticas. (15 de 05 de 2017). *Departamento de Matemáticas*. Obtenido de [http://dm.udc.es/asignaturas/estadistica2/sec4\\_4.html](http://dm.udc.es/asignaturas/estadistica2/sec4_4.html)
- Domínguez, Á. M. (2016). *"Análisis de las preferencias del turista mediante análisis conjunto: El caso de Tenerife"*. UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA.
- España. Ayuntamiento de Mijas (Málaga). (2016). El turismo en Andalucía: motor de cambio para el desarrollo local. *el turismo en andalucia: motor de cambio para el desarrollo local*.
- Ecuador. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Resultados Censo 2010. Fascículo provincial*. Quito: INEC.
- Ecuador . Ministerio de Turismo. (2017). *Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador 2017*. Quito: MINTUR.
- Ecuador . Ministerio de Turismo. (2017). *Programa Nacional de Capacitación Turística*. Quito.
- Ecuador . Ministerio de Turismo (2004). *Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador*. Quito.

- Ecuador . Ministerio de Turismo (2007). *PLAN DE TURISMO 2020* . Quito: MINTUR.
- Ecuador. Secretaria nacional de Planificación y Desarrollo. (2011). *Guía para la formulación de políticas públicas sectoriales*. Quito.
- Figueras, M. S. (2000). *Introducción al Análisis Multivariante*. Obtenido de <http://ciberconta.unizar.es/leccion/anamul/inicio.html>
- Figueras, S. (12 de Diciembre de 2000). *Introducción al Análisis Multivariante*. Obtenido de <http://ciberconta.unizar.es/leccion/anamul/inicio.html>
- Fuentes, M. (2017). *Educación superior y desarrollo sustentable*. Veracruz: Instituto Tecnológico Agropecuario n.º 18, Veracruz, México.
- Gardey, J. P. (01 de Enero de 2012). *Definición.De*. Obtenido de <http://definicion.de/turismo/>
- Gobierno Autónomo Descentralizado de la provincia de Sucumbíos. (2015). *Plan De Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Lago Agrio.
- Gómez, V. (26 de Mayo de 2013). En Sucumbíos, elevados niveles de hidrocarburos y coliformes en agua. *El Universo*, pág. 1.
- Guevara, A. A. (2012). *Teoría del Turismo* . México: Trillas.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2016). *Multivariate Data Analysis*. Boston: Pearson.
- Jara, D. (2016). *Tesis de Postgrado: Dterminacion de los factores que inciden en la actividad turística del canton mera, provincia de pastaza, para la toma de decisiones en el desarrollo local a través de tecnicas multivariadas*. Riobamba.
- Luna, P. Á. (2009). La importancia de la retroalimentación en los procesos de Evaluaci{on . *Modelos de Evaluación*, 1.
- Meléndez, A. (2015). El despunte ( o no) de la industria hotelera. *Gestión Economía y Sociedad*, 1.
- Molina, Ó. M., & Pérez, E. E. (2017). Rotación en análisis de componentes principales categórico: un caso práctico.
- Naciones Unidas. (09 de Mayo de 2017). *Naciones Unidas*. Obtenido de <http://www.un.org/es/sections/what-we-do/promote-sustainable-development/>
- Netto, A. P., & Lohmann, G. (2012). *Teoría del Turismo*. México: Trillas.

- Organización Mundial del Trabajo (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Palacio, M. C., & Molina, V. C. (2015). La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas. Una revisión del 2009 al 2014. *Estud. perspect. tur. vol.24 no.3*.
- Pérez, C. (2008). *Técnicas de Análisis Multivariante de datos aplicaciones con SPSS*. Madrid: Pearson Educacion.
- Rodriguez. (1998). La escala local del desarrollo. Definición y aspectos teóricos. *Revista de desenvolvimiento económico*, 15-16.
- Romero, B. (2016). Sector turístico, buscando una luz al final del túnel. *Gestión* , 22 - 23.
- Russell, L. (01 de Agosto de 2017). *Lider de Proyecto*. Obtenido de [http://www.liderdeproyecto.com/articulos/tres\\_principales\\_ventajas\\_de\\_la\\_linea\\_base\\_de\\_un\\_proyecto.html](http://www.liderdeproyecto.com/articulos/tres_principales_ventajas_de_la_linea_base_de_un_proyecto.html)
- Salinas. (2007). Planificación turística.
- Sancho, A. (2016). Un reto para el Turismo desarrollo y desarrollo. *Jornadas Internacionales de Turismo Justo*, 1.
- Sancho, A., Buhalis, D., Javier Gallego, J. M., Navarro, S., Osorio, E., Pedro, A., . . . Ruiz, P. (2016). *Introducción al Turismo*. Organización Mundial de Turismo.
- Sarasara, C. (2017). *El planeamiento estratégico del turismo ecológico en américa latina: caso posada amazonas del Perú y del Ecuador*.
- Sharma, S. (1996). *Applied Multivariate Techniques*. Canadá: Library of Congress Cataloging in Publication data.
- Tiempos Modernos. (03 de Marzo de 2010). *Tiempos Modernos* . Obtenido de <http://www.tiemposmodernos.eu/direccion-empresarial-ret/>
- Tribe, J. (1997). *Teoría del Turismo*.
- Turismo, M. d. (22 de Septiembre de 2016). *Turismo en Cifras*. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/19-inteligencia-de-mercados/movimientos-migratorios-por-mercado/2>
- Uriel, E., & Aldás, J. (2017). *Análisis Multivariante Aplicado (Aplicaciones al Marketing, Investigación de mercados, Economía, Dirección de Empresas y Turismo)*. THOMSON.

Viajando. (08 de Diciembre de 2016). *Viajando X*. Obtenido de <http://www.ec.viajando.com/amazonia-R10>



# ANEXOS

## ANEXO A: Ficha para el levantamiento de atractivos turísticos.

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																				
Código del atractivo:	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
	Provincia	Cantón		Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía		Atractivo										
<b>1. DATOS GENERALES</b>																				
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																				
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo												
<b>2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>																				
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia												
2.4 Calle Principal				2.5 Número				2.6 Transversal												
2.7 Barrio, Sector o Comuna				2.8 Sitio poblado más cercano																
2.9 Latitud (grados)				2.10 Longitud (grados)				2.11 Altura (msnm)												
<b>3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS</b>																				
3.1. Clima				3.2 Temperatura (°C)				3.3 Precipitación Pluviométrica (mm)												
<b>4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO</b>																				
<b>4.1 Tipo de Ingreso</b>																				
4.1.1 Libre				4.1.2 Restringido				4.1.3 Pagado												
4.1.4 Precio				a. Desde \$				b. Hasta \$												
4.1.5 Forma de Pago				a. Efectivo				d. Tarjeta de Crédito												
				b. Tarjeta de Débito				e. Cheque												
				c. Transferencia				f. Otro												
4.1.6 Horario				a. Hora de Ingreso				0:00				b. Hora de Salida				0:00				
4.1.7 Atención				a. Todos los días				0				c. Fines de Semana y Feriados				0				
				b. Sólo días hábiles				0				d. Otro:				0				
Especifique: Observaciones:																				
<b>4.2 Temporalidad</b> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>																				
Alta (meses)				Especifique:																
Baja (meses)				Especifique:																
Observaciones:																				
<b>4.3 Facilidades para personas con discapacidad</b> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>																				
a. Rampas				b. Baterías Sanitarias adecuadas				c. Personal Calificado												
d. Sistema Braille				e. Otro				Especifique:												
Observaciones:																				

5. CONECTIVIDAD Y ACCESO AL ATRACTIVO								
5.1 Conectividad		SI			NO <input type="checkbox"/>			
5.1.1 Terrestre	a. Primer Orden	<input type="checkbox"/>	a. Bueno	<input type="checkbox"/>	b. Regular	<input type="checkbox"/>	c. Malo	<input type="checkbox"/>
	b. Segundo Orden	<input type="checkbox"/>	a. Bueno	<input type="checkbox"/>	b. Regular	<input type="checkbox"/>	c. Malo	<input type="checkbox"/>
	c. Tercer Orden	<input type="checkbox"/>	a. Bueno	<input type="checkbox"/>	b. Regular	<input type="checkbox"/>	c. Malo	<input type="checkbox"/>
5.1.2 Acuático	a. Marítimo	<input type="checkbox"/>	Describir:					
	b. Fluvial	<input type="checkbox"/>						
5.1.3 Aéreo	<input type="checkbox"/>	Describir:						
5.1.4 Otro	<input type="checkbox"/>	Describir:						
Observaciones:								
5.2 Medios de Transporte y frecuencias								
5.2.1 Tipo		5.2.2 Frecuencia						
		a. Diaria	b. Semanal	c. Mensual	d. Eventual			
a. Bus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
b. Busetas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
c. Automóvil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
d. 4x4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
e. Tren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
f. Barco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
g. Lancha / Canoa/ Bote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
h. Avión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
i. Avioneta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
j. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
k. Otro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
l. Ninguno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Observaciones:								
5.3. Poblado Urbano más Cercano		SI			NO <input type="checkbox"/>			
5.3.1 Nombre del Poblado Urbano:								
a. Distancia al Poblado urbano más cercano		Km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano		horas/ minutos			
Observaciones:								
6. PLANTA TURÍSTICA Y SERVICIOS COMPLEMENTARIOS								
6.1 Planta Turística								
a. Alojamiento		#Habitaciones:		#Plazas:				
b. Alimentos y Bebidas		#Mesas:		#Plazas:				
c. Operación		Especifique:						
d. Intermediación	<input type="checkbox"/>	Especifique:						
e. Transporte o movilización interno		Especifique:						
f. Guianza		Especifique:						
g. Facilidades Turísticas		Especifique:						
h. Otros		Especifique:						
i. Ninguno	<input type="checkbox"/>	Observaciones:						

6.2 Comunicación									
<b>6.2.1 Telefonía</b>		SI <input type="checkbox"/>			NO <input type="checkbox"/>				
a. Fija	<input type="checkbox"/>	b. Móvil	<input type="checkbox"/>	c. Otra			<input type="checkbox"/>		
Observaciones:									
<b>6.2.2 Conexión a Internet</b>		SI <input type="checkbox"/>			NO <input type="checkbox"/>				
a. En el Sitio	<input type="checkbox"/>	b. Wi-Fi			<input type="checkbox"/>				
Observaciones:									
<b>6.2.3 Radio Portátil</b>		SI <input type="checkbox"/>			NO <input type="checkbox"/>				
Observaciones:									
<b>6.3 Seguridad</b>		SI <input type="checkbox"/>			NO <input type="checkbox"/>				
a. Privada	<input type="checkbox"/>	b. Policía Nacional	<input type="checkbox"/>	c. Ejercito			<input type="checkbox"/>		
d. Otra	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
<b>6.4 Señalización</b>		SI <input type="checkbox"/>			NO <input type="checkbox"/>				
a. Señalización de aproximación al sitio	<input type="checkbox"/>	Estado	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	
b. Señalética en el sitio	<input type="checkbox"/>	Estado	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	
Observaciones:									
<b>6.5 Otros Servicios</b>		SI <input type="checkbox"/>			NO <input type="checkbox"/>				
a. Parquadero	<input type="checkbox"/>	b. Casa de cambio	<input type="checkbox"/>	c. Venta de Artesanías			<input type="checkbox"/>		
d. Alquiler de equipos	<input type="checkbox"/>	e. Taxis	<input type="checkbox"/>	f. Cajero			<input type="checkbox"/>		
g. Baterías Sanitarias	<input type="checkbox"/>	h. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:									
<b>6.6 Servicios Básicos</b>									
<b>6.6.1 Agua</b>		SI <input type="checkbox"/>			NO <input type="checkbox"/>				
a. Potable	<input type="checkbox"/>	b. Pozo	<input type="checkbox"/>	c. Tanquero			<input type="checkbox"/>		
d. Entubada	<input type="checkbox"/>	e. Río, vertiente, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Lluvia			<input type="checkbox"/>		
g. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones:									
<b>6.6.2 Energía Eléctrica</b>		SI <input type="checkbox"/>			NO <input type="checkbox"/>				
a. Red de empresa eléctrica de Servicio Público	<input type="checkbox"/>	b. Panel Solar	<input type="checkbox"/>	c. Generador de Luz			<input type="checkbox"/>		
d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:							
Observaciones:									
<b>6.6.3 Servicio de Alcantarillado</b>		SI <input type="checkbox"/>			NO <input type="checkbox"/>				
a. Red Pública	<input type="checkbox"/>	b. Pozo Ciego	<input type="checkbox"/>	c. Pozo Séptico			<input type="checkbox"/>		
d. Con descarga directa al mar, río o quebrada	<input type="checkbox"/>	e. Letrina	<input type="checkbox"/>	f. Otro			<input type="checkbox"/>		
Especifique:					Observaciones:				
<b>6.6.4 Recolección de Desechos</b>		SI <input type="checkbox"/>			NO <input type="checkbox"/>				
a. Carro Recolector	<input type="checkbox"/>	b. Terreno baldío o quebrada	<input type="checkbox"/>	c. Quema de basura			<input type="checkbox"/>		
d. Basura enterrada	<input type="checkbox"/>	e. Basura arrojada al río, acequia o canal	<input type="checkbox"/>	f. Otro			<input type="checkbox"/>		
Especifique:					Observaciones:				

6.6.5 Salud		SI		NO			
a. Hospital	<input type="checkbox"/>	b. Centro de salud	<input type="checkbox"/>	c. Puesto de Salud	<input type="checkbox"/>		
d. Dispensario Médico	<input type="checkbox"/>	e. Botiquín de Primeros Auxilios	<input type="checkbox"/>	f. Otro	<input type="checkbox"/>		
Especifique:		Observaciones:					
<b>7. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN/ OTROS</b>							
<b>7.1 Intangibles</b>							
a. Origen	Ancestral	<input type="checkbox"/>	Histórico	<input type="checkbox"/>	Contemporáneo	<input type="checkbox"/>	
b. Simbolismo							
c. Fecha							
d. Periodicidad	Anual	<input type="checkbox"/>	Ocasional	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>	
e. Portadores	Individuos	<input type="checkbox"/>	Colectivos	<input type="checkbox"/>	Instituciones	<input type="checkbox"/>	
f. Mantiene Costumbres y tradiciones	SI		NO			<input type="checkbox"/>	
g. Características Específicas distintivas:							
h. Información	SI		NO			<input type="checkbox"/>	
i. Nivel de Organización	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Malo	<input type="checkbox"/>	
Observaciones:							
<b>8. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO Y ENTORNO</b>							
<b>8.1 Atractivo</b>		SI		NO			
a. Alterado	<input type="checkbox"/>	b. No Alterado	<input type="checkbox"/>	c. Conservado	<input type="checkbox"/>		
d. Deteriorado			e. En proceso de deterioro				
Observaciones:							
<b>8.1.1 Factores de deterioro</b>							
<b>8.1.1.1 Naturales</b>			<b>8.1.1.2 Antrópicos</b>				
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas / Minería	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input type="checkbox"/>
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquería	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial / Comercial	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:					
Observaciones:							
<b>8.2 Entorno (500 m)</b>		SI		NO			
a. Alterado	<input type="checkbox"/>	b. No Alterado	<input type="checkbox"/>	c. Conservado	<input type="checkbox"/>		
d. Deteriorado			e. En proceso de deterioro				
Observaciones:							

8.2.1 Factores de deterioro								
8.2.1.1 Naturales			8.2.1.2 Antrópicos					
a. Erosión	<input type="checkbox"/>	a. Actividades Agrícolas	<input type="checkbox"/>	b. Actividades Ganaderas	<input type="checkbox"/>	c. Actividades Forestales	<input type="checkbox"/>	
b. Humedad	<input type="checkbox"/>	d. Actividades Extractivas / Minería	<input type="checkbox"/>	e. Actividades Industriales	<input type="checkbox"/>	f. Negligencia / Abandono	<input type="checkbox"/>	
c. Desastres Naturales	<input type="checkbox"/>	g. Huaquería	<input type="checkbox"/>	h. Conflicto de tenencia	<input type="checkbox"/>	i. Condiciones de uso y exposición	<input type="checkbox"/>	
d. Flora/Fauna	<input type="checkbox"/>	j. Falta de mantenimiento	<input type="checkbox"/>	k. Contaminación del Ambiente	<input type="checkbox"/>	l. Generación de residuos	<input type="checkbox"/>	
e. Clima	<input type="checkbox"/>	m. Expansión urbana	<input type="checkbox"/>	n. Conflicto Político / Social	<input type="checkbox"/>	o. Desarrollo Industrial / Comercial	<input type="checkbox"/>	
Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:						
Observaciones:								
8.3 Armonía con el paisaje natural o cultural que lo rodea								
a. El atractivo guarda armonía con el entorno				SI	NO		<input type="checkbox"/>	
Observaciones:								
8.4. Declaratoria del Atractivo								
SI				No				<input type="checkbox"/>
a. Denominación				b. Fecha de Declaración				
c. Alcance:	Observaciones:							
9. AMENAZAS NATURALES								
9.1 Geológicas				9.2 Meteorológicas				
a. Sismos	<input type="checkbox"/>			a. Huracanes	<input type="checkbox"/>			
b. Erupciones volcánicas	<input type="checkbox"/>			b. Deslizamientos	<input type="checkbox"/>			
c. Movimientos en masa-deslizamientos	<input type="checkbox"/>			c. Marejadas	<input type="checkbox"/>			
d. Fallas Geológicas	<input type="checkbox"/>			d. Inundaciones	<input type="checkbox"/>			
e. Otros	<input type="checkbox"/>			Especifique:				
10. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA								
10.1 Afluencia	a. Nacional			b. Extranjero				
10.2 Tipo	a. Turista	b. Excursionista		a. Turista	b. Excursionista			
10.3 Frecuencia								
a. Alta								
b. Media								
c. Baja								
Observaciones:								

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO					
a. Local		b. Provincial		c. Regional	
d. Nacional		e. Internacional		g. Otro	<input type="checkbox"/>
Especifique:					
12. MEDIOS PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO					
a) Página WEB	<input type="checkbox"/>	URL:			
b) Red Social	<input type="checkbox"/>	Nombre:			
c) Revistas Especializadas	<input type="checkbox"/>	Nombre:			
d) Material POP	<input type="checkbox"/>	Nombre:			
e) Oficina de Información Turística	<input type="checkbox"/>	Nombre:			
f) Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
g) Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
Observaciones:					
13. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS					
		SI		NO	<input type="checkbox"/>
a. Nombres			b. Distancia/ km		
14. ORDENAMIENTO TURISTICO					
a. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)		SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
15. ADMINISTRACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO					
15.1 Nombre del Administrador:					
15.2 Tipo de Administrador					
a. Público	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
b. Privado	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
c. Comunitario	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
d. Otro	<input type="checkbox"/>	Especifique:			
15.3 Nombre de Contacto:					
a. Teléfono:		b. Celular:			
c. Correo Electrónico:		d. Página WEB:			
Observaciones:					
16. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO					

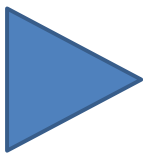
**17. ANEXOS**

**a. Archivo Fotográfico**

--	--

Fuente:

**b. Video**


---

Fuente:

**c. Croquis desde el Sitio Poblado hacia el Atractivo.**

--

Fuente:

**FIRMAS DE RESPONSABILIDAD**

ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre		Apellido y Nombre		Apellido y Nombre	
Institución		Institución		Institución	
Cargo		Cargo		Cargo	
Correo Electrónico		Correo Electrónico		Correo Electrónico	
Teléfono		Teléfono		Teléfono	
Firma		Firma		Firma	
Fecha		Fecha		Fecha	

**ANEXO B: Catálogo de prestadores de servicios turísticos AÑO 2016 MINTUR**

NOMBRE	DIRECCION	-ACTIVIDAD_TURISTICA	-SUBACTIVIDAD_TURISTICA	-CATEGORIA	CANTON
SECTURAE	AV. QUITO Y FRANCISCO DE ORELLANA	AGENCIAS DE VIAJES	AGENCIAS DE VIAJE	OPERADORA	CASCALES
SHUSHUFINDI ADVENTURE TOURS	AV. POLICIA NACIONAL s/n Y ROCAFUERTE	AGENCIAS DE VIAJES	AGENCIAS DE VIAJE	OPERADORA	SHUSHUFINDI
BAMBOO AMAZON TOUR	MONS. GONZALO LOPEZ MARAÑON Y JUAN LEON MERA	AGENCIAS DE VIAJES	AGENCIAS DE VIAJE	OPERADORA	LAGO AGRIO
PIONEERTOURS	PUERTO AGURICO Y VIA PUYUPUNGO	AGENCIAS DE VIAJES	AGENCIAS DE VIAJE	OPERADORA	LAGO AGRIO
AGENCIA MARCO POLO TOUR	AV. QUITO 225 y COLOMBIA	AGENCIAS DE VIAJES	AGENCIAS DE VIAJE	OPERADORA	LAGO AGRIO
UMUTOURS AGENCAI DE VIAJES CIA. LTDA.	VIA A QUITO Km 5 y AV. PRINCIPAL 59	AGENCIAS DE VIAJES	AGENCIAS DE VIAJE	OPERADORA	LAGO AGRIO
BODERLINETOURS S.A.	VIA A QUITO Km. 3 1/2	AGENCIAS DE VIAJES	AGENCIAS DE VIAJE	OPERADORA	LAGO AGRIO
MAGIC RIVER	BARRIO 18 DE DICIEMBRE	AGENCIAS DE VIAJES	AGENCIAS DE VIAJE	OPERADORA	LAGO AGRIO
MAGIC RIVER	RIO CUYABENO RPFC	ALOJAMIENTO	PENSION	TERCERA	CUYABENO
JAMU LODGE	RESERVA DE PRODUCCIÓN FAUNISTICA CUYABENO	ALOJAMIENTO	CABAÑA	SEGUNDA	CUYABENO
HOT SPOTS LODGE	RIO CUYABENO-SECTOR LA ISLA	ALOJAMIENTO	PENSION	SEGUNDA	CUYABENO
CUYABENO RIVER LODGE	RESERVA DE PRODUCCION FAUNISTICA CUYABENO	ALOJAMIENTO	CABAÑA	SEGUNDA	CUYABENO
NICKY AMAZON LODGE	PLAYAS DE CUYABENO	ALOJAMIENTO	CABAÑA	TERCERA	CUYABENO



CUYABENO LIFE	AV. CUYABENO s/n Y CALUMA	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	CUYABENO
JARAMILLO	VIA A SAN JOSE Y CALLE IMUYA	ALOJAMIENTO	PENSION	SEGUNDA	CUYABENO
JENIFFER	AV. PRINCIPAL TARAPOA	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	CUYABENO
LILIANITA	RECINTO BERMEJO	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	CASCALES
PARAISO DORADO EL	EL DORADO DE CASCALES	ALOJAMIENTO	PENSION	SEGUNDA	CASCALES
EL JAGUAR	RECINTO BERMEJO	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	CASCALES
SAN MARCOS	VIA A QUITO Km. 40-EL DORADO DE CASCALES	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	CASCALES
REY ARTURO	LA BONITA Y EUCLIDES RAYO	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	SUCUMBIOS
SOFI	LA BONITA Y SUCUMBIOS	ALOJAMIENTO	PENSION	TERCERA	SUCUMBIOS
JIVINO	RECINTO JIVINO VERDE	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	SHUSHUFINDI
EL CEIBO DE BIAÑA	COMUNIDAD BIAÑA	ALOJAMIENTO	PENSION	TERCERA	SHUSHUFINDI
SELVA JUNGLE LODGE LA	COMUNIDAD EL PILCHI-LAGUNA GARZACOCHA	ALOJAMIENTO	CABAÑA	PRIMERA	SHUSHUFINDI
SACHA LODGE	RIVERAS DEL RIO NAPO	ALOJAMIENTO	CABAÑA	PRIMERA	SHUSHUFINDI
LILI SANT	ORIENTAL Y RIO AGUARICO	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	SHUSHUFINDI
CATALEYA	ORIENTAL Y SHUARAS	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	SHUSHUFINDI
J & O EL DORADO	Av. Napo y Cuyabeno	ALOJAMIENTO	HOTEL RESIDENCIA	TERCERA	SHUSHUFINDI
CASA GRANDE FINDI	VENEZUELA s/n Y 10 DE AGOSTO	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	SEGUNDA	SHUSHUFINDI
EL FOGÓN	Av. UNIDAD NACIONAL Y MARTHA BUCARAM	ALOJAMIENTO	HOSTAL	SEGUNDA	SHUSHUFINDI

NALLELY	UNIDAD NACIONAL Y PABLO MILANES	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	SHUSHUF INDI
LOMAS	MANABI Y 12 DE FEBRERO	ALOJAMIENTO	PENSION	TERCERA	SHUSHUF INDI
SELVASOL	AV. POLICIA NACIONAL s/n Y JUAN MONTALVO	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	SHUSHUF INDI
NUEVO ORIENTE	NAPO Y JUAN MONTALVO	ALOJAMIENTO	HOTEL	TERCERA	SHUSHUF INDI
DI CARLO	ORIENTAL Y SIONA INTERSECCIÓN AV. UNIDAD NACIONAL	ALOJAMIENTO	HOTEL RESIDENCIA	TERCERA	SHUSHUF INDI
MANOUS	UNIDAD NACIONAL S/N Y PRIMERO DE MAYO	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	SEGUNDA	SHUSHUF INDI
M&M	RIO AGUARICO Y ORELLANA	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	SHUSHUF INDI
CATACocha	AV. POLICIA NACIONAL Y ROCAFUERTE	ALOJAMIENTO	HOSTAL	TERCERA	SHUSHUF INDI
EMBAJADOR DE CRISTO No.2	SHUARAS Y 1 DE MAYO	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	SHUSHUF INDI
JAIDER	CALLE ORELLANA INTERSECCIÓN 25 DE MAYO	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	SHUSHUF INDI
NUEVO ORIENTE	NAPO Y JUAN MONTALVO	ALOJAMIENTO	HOTEL	TERCERA	SHUSHUF INDI
EMBAJADOR DE CRISTO	UNIDAD NACIONAL Y 24 DE ABRIL	ALOJAMIENTO	HOTEL RESIDENCIA	TERCERA	SHUSHUF INDI
PROVIDENCIA	AV. POLICIA NACIONAL 933 Y 12 DE FEBRERO	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	SHUSHUF INDI
REY DEL ORIENTE	AV. UNIDAD NACIONAL No. 1327 Y ORIENTAL	ALOJAMIENTO	HOTEL	TERCERA	SHUSHUF INDI
PATRICIA	AV. UNIDAD NACIONAL 1434 Y POLICIA NACIONAL	ALOJAMIENTO	HOSTAL	SEGUNDA	SHUSHUF INDI
RIO AMAZONAS	AV. UNIDAD NACIONAL Y POLICIA NACIONAL	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	SHUSHUF INDI
SHARIAN	ORELLANA Y RIO AGUARICO	ALOJAMIENTO	HOTEL	SEGUNDA	SHUSHUF INDI
SEVILLA DE ORO	11 DE JULIO s/n Y ORIENTAL	ALOJAMIENTO	HOTEL	TERCERA	SHUSHUF INDI

AMAZONAS	UNIDAD NACIONAL Y POLICIA NACIONAL	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	SHUSHUF INDI
SHUSHUFINDI	UNIDAD NACIONAL Y ORIENTAL	ALOJAMIENTO	HOTEL RESIDENCIA	CUARTA	SHUSHUF INDI
CALVACHE	CALLE ORIENTAL Y U.NACIONAL	ALOJAMIENTO	HOTEL RESIDENCIA	CUARTA	SHUSHUF INDI
AMAZONAS	AV. PEDRO ANGULO KM 9	ALOJAMIENTO	HOSTERIA	SEGUNDA	SHUSHUF INDI
GUACAMAYO ECOLODGE	RIO CUYABENO RPFC	ALOJAMIENTO	HOSTAL	TERCERA	PUTUMAYO
TAPIR LODGE	RESERVA DE PRODUCCIÓN FAUNISTICA CUYABENO	ALOJAMIENTO	CABAÑA	SEGUNDA	PUTUMAYO
SAMONA LODGE	RESERVA DE PRODUCCION FAUNISTICA CUYABENO	ALOJAMIENTO	CABAÑA	TERCERA	PUTUMAYO
KENNETH	AV. INTEROCEANICA-BARRIO UNION Y PROGRESO	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	PUTUMAYO
SIONA LODGE	LAGUNA GRANDE RESERVA DE PRODUCCIÓN FAUNISTICA CUYABENO	ALOJAMIENTO	CABAÑA	SEGUNDA	PUTUMAYO
AMARU LODGE	RESERVA DE PRODUCCION FAUNISTICA CUYABENO	ALOJAMIENTO	HOSTAL	TERCERA	PUTUMAYO
CUYABENO LODGE	LAGUNA GRANDE SECTOR NORTE/RPFC	ALOJAMIENTO	CABAÑA	SEGUNDA	PUTUMAYO
PUERTO EL CARMEN	SUCRE s/n Y FRANCISCO DE ORELLANA	ALOJAMIENTO	HOSTAL	TERCERA	PUTUMAYO
CAMELOT	SIMON BOLIVAR Y FCO. DE ORELLANA	ALOJAMIENTO	HOSTAL	TERCERA	PUTUMAYO
LA FRONTERA	MALECON Y BOLIVAR	ALOJAMIENTO	PENSION	TERCERA	PUTUMAYO
PANORAMA REAL	MALECON SAN MIGUEL 309 Y PASAJE N	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	PUTUMAYO
AMAZONAS DEL PUTUMAYO	FRANCISCO DE ORELLANA Y MARISCAL SUCRE	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	PUTUMAYO
SHAMANA HUASI	RAFAEL FERRER Y MANABI	ALOJAMIENTO	CABAÑA	SEGUNDA	GONZALO PIZARRO

SANDRITA	CHIRIBOGA ALCALA Y RIO DORADO	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	GONZALO PIZARRO
PALADINES	CRISTOBAL COLON Y AV. LOS COFANES	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	GONZALO PIZARRO
SHALOM MARANATHA	COFAN Y COLON	ALOJAMIENTO	PENSION	TERCERA	GONZALO PIZARRO
FINCA SAN VICENTE	VIA A QUITO KM 78	ALOJAMIENTO	PENSION	TERCERA	GONZALO PIZARRO
EL REVENTADOR	VIA A QUITO Km 100	ALOJAMIENTO	HOSTERIA	SEGUNDA	GONZALO PIZARRO
MACARENA	VIA A QUITO Km. 83	ALOJAMIENTO	PENSION	SEGUNDA	GONZALO PIZARRO
SOL EL	AV.PRINCIPAL	ALOJAMIENTO	HOTEL	TERCERA	GONZALO PIZARRO
ROUS MERY	EL ORO Y AMAZONAS	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	LAGO AGRIO
SUMAC AMAZONICO SUC.	VIA A TARAPOA Km. 42	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	LAGO AGRIO
GABRIELITA	VIA A TARAPOA Km2	ALOJAMIENTO	HOSTAL	TERCERA	LAGO AGRIO
SUMAC AMAZONICO	VIA A TARAPOA Km 42	ALOJAMIENTO	HOTEL	TERCERA	LAGO AGRIO
PACAYACU	VIA A TARAPOA Km. 42	ALOJAMIENTO	HOTEL	TERCERA	LAGO AGRIO
PLATINUM CLASS	CESAR VILLACIS Y LA UNION	ALOJAMIENTO	HOSTAL	SEGUNDA	LAGO AGRIO
PURO AMOR	AV. COLOMBIA Y RIOBAMBA	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	LAGO AGRIO
EL COFAN	12 DE FEBRERO 1915 Y A. QUITO	ALOJAMIENTO	HOTEL	SEGUNDA	LAGO AGRIO
D'MARIO	AV. QUITO 262	ALOJAMIENTO	HOTEL	SEGUNDA	LAGO AGRIO

ZUMAG	VIA A COLOMBIA 1008 Y ELOY ALFARO	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	LAGO AGRIO
WILLIGRAN	AV. QUITO 118 Y AMAZONAS	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	LAGO AGRIO
DON ERAS	GUAYAQUIL 519 Y 9 DE OCTUBRE	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	LAGO AGRIO
CHARGIAN	VILCABAMBA 504 Y JORGE AÑAZCO	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	SEGUNDA	LAGO AGRIO
DON DIEGO	VICENTE NARVÁEZ Y JORGE AÑAZCOLA CALLE PETROLERA	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	LAGO AGRIO
BOSTON	VIA QUITO Km 2 1/2	ALOJAMIENTO	HOSTAL	TERCERA	LAGO AGRIO
VICTORIA	AV. AMAZONAS 127 Y QUITO	ALOJAMIENTO	HOTEL RESIDENCIA	CUARTA	LAGO AGRIO
DAMARI'S	JORGE AÑAZCO Y PASAJE GONZANAMÁ	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	SEGUNDA	LAGO AGRIO
GRAN HOTEL DE LAGO CUENTAS EN PARTICIPACIÓN	AV. QUITO Y 20 DE JUNIO	ALOJAMIENTO	HOTEL	PRIMERA	LAGO AGRIO
MARQUES AMAZONICO	CALLE VENEZUELA 220 Y CIRCUMBALACIÓN	ALOJAMIENTO	HOTEL	TERCERA	LAGO AGRIO
LAGO IMPERIAL	AV. QUITO No. 1043 Y COLOMBIA	ALOJAMIENTO	HOTEL	SEGUNDA	LAGO AGRIO
SECOYA	AV. QUITO No. 284 Y AMAZONAS	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	LAGO AGRIO
SAYONARA	AV. QUITO No. 127 Y PASAJE GONZANAMÁ	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	LAGO AGRIO
MARCELLA	JORGE AÑAZCO Y PASAJE GONZANAMÁ	ALOJAMIENTO	HOTEL RESIDENCIA	CUARTA	LAGO AGRIO
REY AMAZONICO EL	VIA A QUITO Km 3 1/2	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	LAGO AGRIO
ISIS	FRANCISCO DE ORELLANA Y AV. QUITO	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	SEGUNDA	LAGO AGRIO
CANAIMA	AV. QUITO S/N Y PASAJE GONZANAMÁ	ALOJAMIENTO	HOTEL RESIDENCIA	TERCERA	LAGO AGRIO
SAYONARA	AV. QUITO Y COLOMBIA	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	LAGO AGRIO

JOELISKER LAGO	ELOY ALFARO Y 12 DE FEBRERO	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	LAGO AGRIO
ARAZA	AV. QUITO 610 Y VICENTE NARVAEZ	ALOJAMIENTO	HOTEL	SEGUNDA	LAGO AGRIO
SELVA REAL INTERNACIONAL	AV. QUITO No. 165 y PASAJE GONZANAMA	ALOJAMIENTO	HOTEL RESIDENCIA	SEGUNDA	LAGO AGRIO
AMAZÓNICO BELLO AMANECER	VIA AGUARICO Y CUBA	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	LAGO AGRIO
LA CABAÑA	AV. QUITO Y MANABI	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	LAGO AGRIO
SAMARI INTERCONTINENTAL	VICENTE ROCAFUERTE Y FCO. DE ORELLANA	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	LAGO AGRIO
LAGO IMPERIAL	AV. QUITO Y COLOMBIA	ALOJAMIENTO	HOSTAL	SEGUNDA	LAGO AGRIO
ECUADOR	AV. QUITO Y PASAJE GONZANAMÁ	ALOJAMIENTO	HOSTAL	TERCERA	LAGO AGRIO
CASTILLO REAL	ELOY ALFARO 231 Y DOCE DE FEBRERO	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	LAGO AGRIO
CABAÑA LA	AV. QUITO 307 Y MANABI	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	LAGO AGRIO
DON JULIO	CALLE 18 DE NOBIEMBRE 328Y VILCABAMBA	ALOJAMIENTO	PENSION	TERCERA	LAGO AGRIO
COSTEÑITO EL	AV. COLOMBIA Y ELOY ALFARO	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	LAGO AGRIO
PALMA REAL	CALLE UNION Y PROGRESO PORTOVIEJO	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	LAGO AGRIO
DORADO EL	FRANCISCO DE ORELLANA Y MANUELITA SAENZ	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	LAGO AGRIO
KING DAVID	FRANCISCO DE ORELLANA Y ELOY ALFARO0	ALOJAMIENTO	HOTEL	TERCERA	LAGO AGRIO
OASIS	9 DE OCTUBRE ENTRE GUAYAQUILY F DE ORELLANA	ALOJAMIENTO	HOTEL RESIDENCIA	TERCERA	LAGO AGRIO
AMERICANO	AV.QUITO 224 Y GRAN COLOMBIA	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	LAGO AGRIO
ORO NEGRO	AV.QUITO 264 Y P.GONZANAMA	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	LAGO AGRIO

GRAN COLOMBIA	AV.QUITO Y PASAJE GONZANAMA	ALOJAMIENTO	HOTEL	SEGUNDA	LAGO AGRIO
ARAZA	AV.QUITO 610 Y NARVAEZ	ALOJAMIENTO	HOTEL	PRIMERA	LAGO AGRIO
SHADDAI	CALLE MANABI Y AV. QUITO	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	LAGO AGRIO
SAN CARLOS	9 DE OCTUBRE Y MANABI	ALOJAMIENTO	HOTEL	TERCERA	LAGO AGRIO
CASCADA LA	AV.QUITO 291 Y AMAZONAS	ALOJAMIENTO	HOTEL	SEGUNDA	LAGO AGRIO
POSADA LA	AV.QUITO Y FRANCISCO DE ORELLANA	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	LAGO AGRIO
ORIENTAL	AV.QUITO 540 Y GRAN COLOMBIA	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	LAGO AGRIO
CASA BLANCA	AV.QUITO Y COLOMBIA	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	LAGO AGRIO
PARIS	JORGE AÑASCO Y P.GONZANAMA	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	LAGO AGRIO
GUACAMAYOS	AV.QUITO Y PASAJE GONZANAMA	ALOJAMIENTO	HOTEL RESIDENCIA	CUARTA	LAGO AGRIO
ECUADOR	AV.QUITO 158 Y P GONZANAMA	ALOJAMIENTO	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	LAGO AGRIO
AMAZON JUNGLE RESORT VILLAGE	KM.34 VIA A TARAPOA	ALOJAMIENTO	CABAÑA	PRIMERA	LAGO AGRIO
HENRRY PARRAGA	VIA A CUYABENO Y MANATI	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	CUYABENO
NAYERLI	VIA A QUITO Km. 40	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	CASCALS
OFFICE THE	AV. QUITO Y FRANCISCO DE ORELLANA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	CASCALS
EL COLORADO	BARRIO BELLA UNION- PARROQUIA 7 DE JULIO	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	SHUSHUF INDI
FORMULA 1 LA	VIA LAGO AGRIO	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	SHUSHUF INDI
TAKUBA	CHILE s/n Y UNIDAD NACIONAL	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	SEGUNDA	SHUSHUF INDI
FRUTIORIENTE	NAPO Y JUAN MONTALVO	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	SHUSHUF

					INDI
CHIFA SHIBAN	UNIDAD NACIONAL Y ORIENTAL	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	SHUSHUF INDI
CEVICHERIA RINCON MANABITA	UNIDAD NACIONAL Y 7 DE AGOSTO	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	SHUSHUF INDI
JHIRET	UNIDAD NACIONAL Y PRIMERO DE MAYO	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	SHUSHUF INDI
LAS POMARROSAS	VIA A PUERTO EL CARMEN Km 142	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	PUTUMA YO
CABAÑITA PESCADORA DE LUISITO	VIA PUERO EL CARMEN-LAGO AGRIO Km 8	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	PUTUMA YO
MARCIA	COFANES Y RAFAEL FERRER	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	GONZAL O PIZARRO
PARADERO TURISTICO PEÑITA	VIA AL COCA Km 15 1/2	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LAGO AGRIO
ATARDECER AMAZÓNICO	BARRIO 12 DE OCTUBRE CALLE S/N	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	LAGO AGRIO
LA HUECA DEL NEGRO	VENEZUELA Y BENJAMIN CARRION	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LAGO AGRIO
KUCHA CAIMAN	AMAZONAS Y LA UNION	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LAGO AGRIO
PUCHIS	CIRCUNVALACIÓN S/N Y 23 DE SEPTIEMBRE	COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	TERCERA	LAGO AGRIO
PARE Y DIVIERTASE EL SEIS	VIA A QUITO Km 6	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	LAGO AGRIO
BOMBA LA	20 DE JUNIO 702 Y CAÑAR	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	LAGO AGRIO
LAGO RESTAURANT	VIA AGUARICO s/n Y CUBA	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	LAGO AGRIO
CASA MI CUCHITO	FRANCISCO DE ORELLANA Y JORGE AÑAZCO	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LAGO AGRIO
KENTUCKY FRIED CHICKEN	AV. QUITO Y JORGE AÑAZCO	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	LAGO AGRIO
PIZZERIA NÁPOLES	CIRCUNVALACIÓN Y AMBATO	COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	SEGUNDA	LAGO AGRIO
LA CASA DEL MAITO	ANCHICO MURRILLO Y JAMBELI	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LAGO AGRIO



KAIROS	VENEZUELA s/n Y GUAYAQUIL	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	LAGO AGRIO
EL TIBURON DE VANIA	ELOY ALFARO Y 12 DE FEBERERO	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	LAGO AGRIO
TOPP CLASS DE ANGELUZ Y.V.S.	GUAYAS 306 Y CHIMBORAZO	COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	TERCERA	LAGO AGRIO
CHIFA FORTUNA	18 DE NOVIEMBRE S/N Y VILCABAMBA	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	LAGO AGRIO
MOLLEJAS AL CARBON	VIA QUITO KM1/2	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	LAGO AGRIO
CHIFA YONG XING	ELOY ALFARO s/n Y 12 DE FEBRERO	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	LAGO AGRIO
JUANITO	VELASCO IBARRA s/n Y MANABI	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	LAGO AGRIO
CEVICHERIA LAS BANDERAS D'JEAN	VIA A QUITO Km. 3 1/2	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	LAGO AGRIO
FRUTILIGHT	VIA A QUITO Km. 3 1/2	COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	TERCERA	LAGO AGRIO
PARRILLADAS EL CHORIZO LOCO	VIA A QUITO Km 4	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LAGO AGRIO
CEVICHERIA EL SOCITO	Eloy Alfaro y 12 de febrero	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	LAGO AGRIO
CEVICHERIA LAS BANDERAS D'JEAN	JORGE AÑAZCO 131 Y PASAJE GONZANAMÁ	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	LAGO AGRIO
ELIZABETH	VIA AL AGUARICO Y ERALDO VACA	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	LAGO AGRIO
THE BIRD HOUSE	VIA A TARAPOA Km 2.BARRIO BAY PAZ	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	LAGO AGRIO
PAPI EL	AV. QUITO, KM 3 1/2, BARRIO SAN PEDRO	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	LAGO AGRIO
DRAGON ROJO	JORGE AÑAZCO Y FRANCISCO DE ORELLANA	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	LAGO AGRIO
ESQUINA DE PEPE LA	AV. QUITO No. 358 Y 12 DE FEBRERO	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LAGO AGRIO
REVOLUTION OF THE HOUSE	GUAYAQUIL Y COFANES	COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	TERCERA	LAGO AGRIO
VIEJA ESTANCIA LA	PROGRESO No. 505 Y MARTHA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	SEGUNDA	LAGO AGRIO

	ROLDOS				
K'LUA	VIA A QUITO Km. 1	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	SEGUNDA	LAGO AGRIO
MESON MANABITA	09 DE OCTUBRE Y MANABI	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	LAGO AGRIO
ALKIMIA	AV. QUITO Y 20 DE JUNIO	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	SEGUNDA	LAGO AGRIO
CHOZA MIKUNA WASI		COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	SEGUNDA	LAGO AGRIO
FREEDOM SPORTS		COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LAGO AGRIO
MI CUCHITO	AV. QUITO Y PROGRESO	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LAGO AGRIO
FRUTILANDIA	AV. QUITO Y COLLOMBIA	COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	TERCERA	LAGO AGRIO
MARISQUERIA VIÑA DEL MAR	CIRCUMBALACIÓN Y PINZÓN	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	LAGO AGRIO
SON PARRILLADAS EL PORTAL	AV. QUITO Y JOSE MARIA URBINA	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	LAGO AGRIO
JACKELINE	AV. AMAZONAS No. 101 Y QUITO	COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	TERCERA	LAGO AGRIO
ASADERO EL BRACERO	AV. QUITO Y 12 DE FEBRERO	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	LAGO AGRIO
LA CAÑITA	AV. QUITO Y VICENTE NERVÁEZ	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	LAGO AGRIO
LA BOMBA	AVENIDA QUITO ENTRE PORTOVIEJO Y EUGENIO ESPEJO	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LAGO AGRIO
ANTOJITOS DE MI TIERRA		COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	LAGO AGRIO
COLOMBO ECUATORIANO	JORGE AÑAZCO Y PASAJE GONZANAMÁ	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	LAGO AGRIO
MI CUCHITO No. 2 sucursal	AV. CHOFER Y 18 DE NOVIEMBRE	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LAGO AGRIO
HABANERO		COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	LAGO AGRIO
CHE CARLITOS	JORGE AÑAZCO Y MANABÍ	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	LAGO AGRIO
ECUATORIANISIMO	18 DE NOVIEMBRE Y GUAYAQUIL	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	LAGO AGRIO

LAS MENESTRAS DE LA 20 DE JUNIO	AV. 20 DE JUNIO No. 707 Y VENEZUELA	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LAGO AGRIO
MI CUCHITO	AV. QUITO Y CALLE DEL CHOFER	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LAGO AGRIO
MADEROS STEAK HOUSE	AV. QUITO Y FRANCISCO DE ORELLANA	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LAGO AGRIO
TIZON DE LAGO EL	VIA QUITO KM 3 1/2	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LAGO AGRIO
MI CUCHITO 2	AV QUITO Y PASAJE GONZANAMA	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LAGO AGRIO
DELICIAS DE GUIDO'S LAS	JORGE AÑAZCO Y 12 DE FEBRERO	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LAGO AGRIO
CHOZA DE MAO	SECTOR LA CHOZA	COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	LAGO AGRIO
MANDARIN EL	A. 18 DE NOVIEMBRE Y MANABI	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	LAGO AGRIO
ITALIANO	18 DE NOVIEMBRE Y MANABI	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LAGO AGRIO
PIRAGUA LA	AV.QUITO 422 Y FRANCISCO DE ORELLANA	COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	LAGO AGRIO
0ES3	VIA A QUITO Km29 -recinto SAN CARLOS	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	TERMAS Y BALNEARIOS	SEGUNDA	CASCALES
EL REENCUENTRO	Via a Santa Rosa Km. 5	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	TERMAS Y BALNEARIOS	SEGUNDA	CASCALES
SHAYARI	KM 28 VIA A LA TRONCAL-LOS ANGELES	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO	ÚNICA	CASCALES
KURI ALLPA	VIA A QUITO Km 38 1/2	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	TERMAS Y BALNEARIOS	PRIMERA	CASCALES
ISLA DE WILO	BARRIO 12 DE OCTUBRE	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	TERMAS Y BALNEARIOS	SEGUNDA	SHUSHUFINDI
COPA CABANA LOS SAMS	VIA AL COCA Km 33 1/2 -JIVINO VERDE	RECREACION, DIVERSION,	TERMAS Y BALNEARIOS	SEGUNDA	SHUSHUFINDI

		ESPARCIMIENTO			
SANI LODGE	RIO NAPO A TRES HORAS DESDE ORELLANA	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO	ÚNICA	SHUSHUF INDI
LUMAY	VIA AGUARICO TRES PREOPERATIVA 11 DE JULIO	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	TERMAS Y BALNEARIOS	SEGUNDA	SHUSHUF INDI
BELLA GRICELDA	VIA AL PARAISO COOPERATIVA ABDON CALDERON	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	CENTRO DE RECREACION TURISTICO	SEGUNDA	SHUSHUF INDI
LAS VEGAS	PABLO MILANES Y LA SELVA	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	TERMAS Y BALNEARIOS	SEGUNDA	SHUSHUF INDI
EROS	JAIME ROLDOS Y NAPO	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	SHUSHUF INDI
INTI YACU	VIA A LAGO AGRIO Km 3	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	TERMAS Y BALNEARIOS	SEGUNDA	PUTUMA YO
D`JAVOU	CALLE MACARÁ	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	TERMAS Y BALNEARIOS	SEGUNDA	GONZALO PIZARRO
ZODIACAL	QUITO Y COFANES	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	PEÑA	SEGUNDA	GONZALO PIZARRO
JAROPAMA	VIA A QUITO Km 53	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	TERMAS Y BALNEARIOS	SEGUNDA	GONZALO PIZARRO
LA UNIÓN	VIA A PANDUYACU KM. 3 1/2 - MARGEN DERECHO	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	TERMAS Y BALNEARIOS	SEGUNDA	GONZALO PIZARRO
MANANTIAL EL	KM. 64 VIA QUITO	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	TERMAS Y BALNEARIOS	SEGUNDA	GONZALO PIZARRO
LAGUNA BAY	VIA A QUITO Km 5 margen derecho	RECREACION, DIVERSION,	TERMAS Y BALNEARIOS	SEGUNDA	LAGO AGRIO

		ESPARCIMIENTO			
WUANYU	VIA PARAGUACO Km 1 Coop ORENSE	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	TERMAS Y BALNEARIOS	SEGUNDA	LAGO AGRIO
PIRAMIDES LAS	VIA AL PUSINO SECTOR LAS CHOZAS	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	CENTRO DE RECREACION TURISTICO	SEGUNDA	LAGO AGRIO
SERVIFIESTAS CHARLY	AV. EL CHOFER Y BOLIVAR	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	SALA DE RECEPCIONES Y BANQUETES	SEGUNDA	LAGO AGRIO
PLANETA AZUL	VIA AL COCA-BARRIO PUERTO AGUARICO	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	TERMAS Y BALNEARIOS	SEGUNDA	LAGO AGRIO
D'MAO	VIA AL PUSINO	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	TERMAS Y BALNEARIOS	SEGUNDA	LAGO AGRIO
LAGUNA BAY	VIA A QUITO Km. 5 URBANIZACIÓN LA LAGUNA	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	TERMAS Y BALNEARIOS	PRIMERA	LAGO AGRIO
LA SIRENITA	VIA A COLOMBIA KM 4 1/2	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	TERMAS Y BALNEARIOS	SEGUNDA	LAGO AGRIO
LAS PALMAS DEL SEIS	VIA A QUITO KM 6 MARGEN DERECHO-VIA AL RIO AGUARICO	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	TERMAS Y BALNEARIOS	SEGUNDA	LAGO AGRIO
REY DAVID LAGO	VIA A QUITO Km. 9	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	CENTRO DE RECREACION TURISTICO	SEGUNDA	LAGO AGRIO
BIOKIWA	VIA A QUITO Km. 17	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	CENTRO DE RECREACION TURISTICO	TERCERA	LAGO AGRIO
LAGUNA AZUL	VIA A TARAPOA Km. 2 1/2	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	TERMAS Y BALNEARIOS	SEGUNDA	LAGO AGRIO
MILLENIUN	AV. QUITO Y 20 DE JUNIO	RECREACION, DIVERSION,	DISCOTECA	SEGUNDA	LAGO AGRIO

		ESPARCIMIENTO			
RICHARD	18 DE FEBRERO Y 12 DE FEBRERO	RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO	DISCOTECA	SEGUNDA	LAGO AGRIO
COMPañIA DE TRANSPORTE Y TURISMO DESADAYGROUP S.A.	BAYPAZ Y VIA TARAPOA	TRANSPORTE TURISTICO	TRANSPORTE TERRESTRE	SERVICIO TRANSP.TERRES. TURIS.	LAGO AGRIO
SACHAPITURYS	ELOY ALFARO No. 310 y 12 FEBRERO	TRANSPORTE TURISTICO	TRANSPORTE TERRESTRE	SERVICIO TRANSP.TERRES. TURIS.	LAGO AGRIO
HARPIA	AV. COLOMBIA S/N	TRANSPORTE TURISTICO	TRANSPORTE MARITIMO Y FLUVIAL	FLUVIAL	LAGO AGRIO
FLOTEL ORELLANA	RIO AGUARICO	TRANSPORTE TURISTICO	TRANSPORTE MARITIMO Y FLUVIAL	FLUVIAL	LAGO AGRIO
CAIMAN SAFARIS	QUITO 414 Y ORELLANA	TRANSPORTE TURISTICO	TRANSPORTE MARITIMO Y FLUVIAL	FLUVIAL	LAGO AGRIO

Elaboración: Jonathan Segura Márquez

## ANEXO C: Evidencia del “I Foro Académico de Turismo”



Foto 1: Panelistas del “I Foro Académico” de izquierda a derecha: Ing. Jonathan Segura, Ing. Fressia Pazmiño, Ing. Richard Dávila, Ing. Geovanny Siquinga



Foto 2: Exposición de los resultados de la Investigación: “Determinación de los factores que inciden en el desarrollo turístico de la provincia de Sucumbíos en el año 2016”



Foto 3: Entrega de reconocimiento por parte del Ing. Edwin Herrera Director de Turismo del GADP de Sucumbíos por la investigación realizada

A continuación el detalle de los asistentes al “I Foro Académico de Turismo” en la provincia de Sucumbíos.