UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

FACULTAD CIENCIAS DE LA VIDA

CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO

TEMA

DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD CHUWITAYU, PARROQUIA SIMÓN BOLIVAR, PROVINCIA DE PASTAZA

AUTORES

CELIN GREFA DENIS RAFAEL

CACHUMBA YAMBAY JOHANNA ARACELY

DIRECTOR DEL TRABAJO

MARIA VICTORIA REYES VARGAS, PhD.

Pastaza – Ecuador

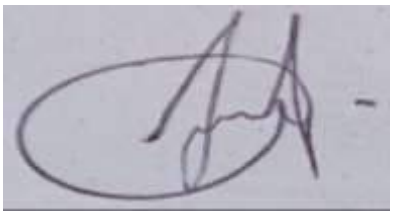
Julio 2021

DEDICATORIA DE AUTORIA Y CESIÓN DE DERECHOS

Quienes suscriben, **CACHUMBA YAMBAY JOHANNA ARACELY** con **C.I. 150121471-0** y **CELIN GREFA DENIS RAFAEL** con **C.I. 150095599-0**, hacen constar que son autores del Trabajo de Integración Curricular titulado: **DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD CHUWITAYU, PARROQUIA SIMÓN BOLIVAR, PROVINCIA DE PASTAZA,** el cual constituye una elaboración personal realizada únicamente con la dirección del Tutor de dicho trabajo, **Dra. C. MARIA VICTORIA REYES VARGAS.** En tal sentido, manifiesto la originalidad de la conceptualización del trabajo como interpretación de datos y elaboración de conclusiones dejando establecido que aquellos aportes intelectuales de otros autores se han referenciado debidamente en el texto de dicho trabajo.

En el cantón Pastaza, a los 16 días del mes de Julio del 2021.





Cachumba Yambay Johanna Aracely
C.I. 150121471-0

Celin Grefa Denis Rafael
C.I. 150095599-0

CERTIFICADO DE APROBACIÓN POR EL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

El Tribunal de sustentación del Trabajo de Integración Curricular titulado **"DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD CHUWITAYU, PARROQUIA SIMÓN BOLIVAR, PROVINCIA DE PASTAZA"**

MARIA GERMANIA GAMBOA RIOS

Firmado digitalmente por MARIA GERMANIA GAMBOA RIOS
Fecha: 2021.07.17 23:24:20 -05'00'

MsC. María Germania Gamboa Ríos
Presidente del Tribunal

MARLENE PATRICIA MAZON PAREDES

Firmado digitalmente por MARLENE PATRICIA MAZON PAREDES
Fecha: 2021.07.17 20:03:14 -05'00'

MsC. Marlene Patricia Mazón Paredes
Miembro del Tribunal

CARLOS ANDRES VINUEZA CHAVEZ

Firmado digitalmente por CARLOS ANDRES VINUEZA CHAVEZ
Fecha: 2021.07.18 11:00:22 -05'00'

MsC. Carlos Andrés Vinueza Chávez
Miembro del Tribunal

CERTIFICADO DE PORCENTAJE DE SIMILITUD OBTENIDO EN EL SISTEMA ANTI PLAGIO

Quien suscribe el presente Dra. C. Maria Victoria Reyes Vargas con CI 1711438869, certifica que el Trabajo de Integración Curricular titulado: "DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD CHUWITAYO, PARROQUIA SIMÓN BOLÍVAR, PROVINCIA DE PASTAZA", ha sido examinado a través del sistema Antiplagio URKUND y presenta un porcentaje de similitud del 4%.

En el cantón Pastaza, a los 16 días del mes de Julio del 2021.

MARIA VICTORIA REYES VARGAS

Firmado digitalmente por MARIA VICTORIA REYES VARGAS

Dra. C. Maria Victoria Reyes, PhD.
Directora del Trabajo de Integración Curricular

2021, Cachumba Yambay Johanna Aracely y Celin Grefa Denis Rafael.

Se autoriza la producción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

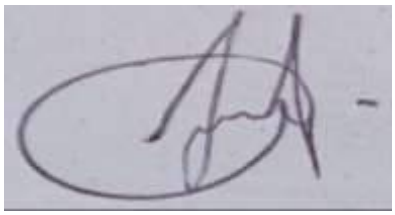
Nosotros, **Cachumba Yambay Johanna Aracely** y **Celin Grefa Denis Rafael**, declaramos que el presente Trabajo de Integración Curricular, es de nuestra autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autores, asumimos la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de Integración Curricular.



Cachumba Yambay Johanna Aracely

C.I. 150121471-0



Celin Grefa Denis Rafael

C.I. 150095599-0

AGRADECIMIENTO

Expreso un grato agradecimiento, primeramente;

A un ser supremo que es dios por cuidarnos, guiarnos y acompañarnos en los momentos tristes y felices de nuestras vidas.

A nuestros padres por ser el pilar fundamental de apoyo, motivación para llegar a culminar un sueño más y convertirnos en unos profesionales de valores y éticas adquirido a lo largo de nuestras vidas.

A cada uno de nuestros familiares que con un granito de arena nos apoyaron y formaron parte del cumplimiento de nuestras metas.

A todos los docentes que nos impartieron sus conocimientos y llegaron a formar parte de nuestras vidas tanto en lo profesional y en lo personal.

A nuestra tutora Dra. María Victoria Reyes PhD, por dedicarnos su tiempo en guiarnos con el proyecto de titulación, por ser paciente con nosotros y dar ánimo en los momentos tristes durante el desarrollo de esta investigación.

A todos nuestros compañeros de clase que fueron parte de nuestras vidas de alguna manera formaron en nuestros amigos, por compartir muchas horas de clases y apoyarnos en los trabajos hasta culminar con éxito nuestra carrera.

A nuestra alma mater Universidad Estatal Amazónica por abrirnos la puerta para podernos educarnos y formarnos en unos buenos profesionales.

DEDICATORIA

Dedico; este trabajo de titulación a mis padres, hermana, que confiaron en mí y me apoyaron emocional y económicamente durante mis años de estudio. Ustedes que siempre estuvieron allí para darme una mano cuando estuve a punto de desmayarme y animarme para continuar en este duro camino de culminar una carrera universitaria sin ustedes no hubiese sido fácil culminar la carrera y convertirme en un profesional.

A mis amigos, conocidos, compañeros que estuvieron conmigo durante el proceso de escribir y redactar este proyecto de investigación y llegar a cumplir una meta tan anhelada en mi vida.

CELIN GREFA DENIS RAFAEL

DEDICATORIA

Este proyecto de titulación, dedico a dios por darme salud y fuerzas para continuar y terminar mi estudio universitario y enviarme gente amable y maravillosa que siempre estuvieron conmigo en este proceso de alcanzar una meta.

Especialmente a mi Madre Nancy por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad; muchos de mis logros se los debo a ella, a mis abuelitos Delia y Lucas por sus consejos y apoyo incondicional en este sueño de llegar a ser un profesional

A mis hermanos Jonathan y Elizabeth que más que hermanos son mis verdaderos amigos, a mis tíos que siempre estaban para darme una mano y animarme.

A toda mi familia que es lo mejor y más valioso que Dios me ha dado.

CACHUMBA YAMBAY JOHANNA ARACELY

RESUMEN

La investigación titulada “Diseño de un producto turístico en la comunidad Chuwitayo, parroquia Simón Bolívar, provincia de Pastaza”, se llevó a cabo en una localidad Shuar, la cual formuló el siguiente problema de investigación ¿El diseño de un producto turístico en la comunidad de Chuwitayu, diversificará la oferta turística de la localidad? El estudio planteó como objetivo general el diseño de un producto turístico para la comunidad Shuar Chuwitayu, ubicado en la provincia de Pastaza, que contribuya a su desarrollo turístico. Metodológicamente, es una investigación exploratoria y descriptiva, puesto que no existen investigaciones similares en esta zona, debido a ello, gracias a la participación de los pobladores se logró recopilar información relevante para el cumplimiento de los objetivos específicos delineados. Entre los principales resultados obtenidos se destaca el diagnóstico inicial donde se recaba la información conforme lo establece la Secretaría Nacional de Planificación-SENPLADES (actual Planifica Ecuador), así como el inventario de atractivos y servicios turísticos disponibles, información necesaria para la toma de decisiones por parte de las autoridades locales, así como para el diseño de estrategias para definir un producto turístico que responda a la realidad territorial. Se hizo uso de entrevistas y encuestas dirigidas a los pobladores, propietarios de los emprendimientos turísticos, así como a la población que habita en esta localidad y turistas que han llegado al sitio durante el presente año, lo cual condujo a definir el perfil del turista. Esta información permitió delinear el producto turístico, en una matriz de marco lógico, el cual analizó el segmento de mercado, la temporalidad, afluencia de turistas y fijación de precios, para la futura implementación de lodge (Kakaram Tayu) con características rústicas del sitio.

Palabras claves

Producto, turismo, estrategia, marketing, segmento, servicio.

ABSTRACT

The research entitled "Design of a tourist product in the Chuwitayo community, Simón Bolívar parish, Pastaza province", was carried out in a Shuar locality, which formulated the following research problem. The design of a tourist product in the community of Chuwitayu, will it diversify the tourist offer of the town? The study proposed as a general objective the design of a tourism product for the Shuar Chuwitayu community, located in the province of Pastaza, that contributes to its tourism development. Methodologically, it is an exploratory and descriptive investigation, since there are no similar investigations in this area, therefore, thanks to the participation of the inhabitants, it was possible to collect relevant information for the fulfillment of the specific objectives outlined. The main results obtained include the initial diagnosis where the information is collected as established by the National Planning Secretariat-SENPLADES (currently Planifica Ecuador), as well as the inventory of attractions and available tourist services, information necessary for decision-making by part of the local authorities, as well as for the design of strategies to define a tourism product that responds to the territorial reality. Interviews and surveys were used for residents, owners of tourism enterprises, as well as the population that lives in this town and tourists who have come to the site during this year, which led to the definition of the tourist profile. This information made it possible to delineate the tourism product, in a logical framework matrix, which analyzed the market segment, seasonality, influx of tourists, and pricing, for the future implementation of a lodge (Kakaram Tayu) with rustic characteristics of the site.

Keywords

Product, tourism, strategy, marketing, segment, service.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN ..... **X**

ABSTRACT ..... **XI**

CAPÍTULO I **1**

1. INTRODUCCIÓN **1**

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA **2**

1.2 OBJETIVOS **3**

1.2.1 Objetivo general ***3***

1.2.2 Objetivos específicos ***3***

1.3 JUSTIFICACIÓN **3**

CAPITULO II **5**

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA **5**

2.1. ANTECEDENTES **5**

2.2. BASES TEÓRICAS **7**

2.2.1. Importancia del desarrollo del turismo en el Ecuador ***8***

2.2.2. Diagnóstico en el desarrollo del turismo ***8***

2.2.3. Las actividades turísticas que se desarrollan en el Ecuador ***11***

2.2.4. Inventario de atractivos turísticos. ***12***

2.2.5. Producto turístico ***15***

2.2.6. Destino turístico ***17***

2.2.7. La importancia de la oferta y la demanda turística ***18***

CAPITULO III **19**

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN **19**

3.1. LOCALIZACIÓN **19**

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN 20

3.3. MÉTODOS Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN 21

CAPITULO IV 24

5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN 24

5.1. RESULTADO 1.- DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA COMUNIDAD SHUAR CHUWITAYU 24

5.1.1. Datos generales 24

5.1.2. Organización política 25

5.1.3. Actividad económica y social 25

5.1.4. Tecnología 26

5.1.5. Cultural 27

5.1.6. Diagnóstico ambiental 27

5.1.7. Diagnóstico turístico 29

5.2. RESULTADO 2. SISTEMATIZACIÓN DE ACTIVIDADES Y ESCENARIOS TURÍSTICOS EN LA COMUNIDAD EN ESTUDIO 29

5.2.1. Actividades Turísticas 29

5.2.2. Inventario de atractivos turísticos y actividades que se practican 30

5.3. RESULTADO 3. DEFINIR LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO TURÍSTICO A IMPLEMENTAR, CON SUS RESPECTIVOS COSTOS 36

5.3.1. Demanda Turística 36

Análisis de datos de la encuesta aplicada a la población involucrada 48

5.3.2. Datos de la entrevista 53

5.3.3. Análisis de matriz marco lógico 56

5.3.4. Características del producto turístico a diseñar 62

5.3.5. Análisis financiero 69

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 71

CONCLUSIONES **71**

RECOMENDACIONES **72**

REFERENCIAS **73**

ANEXOS **76**

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Plantas medicinales y su uso 28
Tabla 2 Los tres destinos turísticos de la comunidad Chuwitayu y las actividades a realizar durante la visita 30
Tabla 3 Restaurantes de la comunidad Chuwitayu. 35
Tabla 4 Sitios de alojamiento. 35
Tabla 5 Rango etario 37
Tabla 6 Género de turistas que visitaron a los tres destinos turísticos de Chuwitayu 37
Tabla 7 38
Tabla 8 Ocupación de los turistas 39
Tabla 9 Aceptación de producto turístico 40
Tabla 10 Tipo de producto turístico 40
Tabla 11 Motivos de viajes 41
Tabla 12 Medio de información 42
Tabla 13 Tiempo de estadía 43
Tabla 14 Viaja a través de: 44
Tabla 15 Actividad turística 44
Tabla 16 Precios 45
Tabla 17 Periodo de viajes 46
Tabla 18 Rango etario 48
Tabla 19 Género de los habitantes de la comunidad 49
Tabla 20 Ocupación 50
Tabla 21 Aceptación del producto 50
Tabla 22 Actividad turística 51
Tabla 23 Precios por servicios turísticos 52
Tabla 24 Servicios turísticos 52
Tabla 25 Entrevista a los propietarios de los destinos turísticos comunidad Chuwitayu 53
Tabla 26 Entrevista a los socios de la comunidad Chuwitayu 54
Tabla 27 Matriz de los involucrados 57
Tabla 28 Análisis alternativa 60
Tabla 29 Matriz marco lógico 61
Tabla 30 Fotografía del espacio de construcción del atractivo 65
Tabla 31 Sociedad 67
Tabla 32 Requisito para crear un lodge 69
Tabla 33 Activo fijo 69
Tabla 34 Capital de trabajo 70
Tabla 35 Total inversión 70

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: fase y etapas de los inventarios turísticos..... 14
Figura 2: Sistemas Turísticos..... 16
Figura 3: Composición del producto turístico por actividades de servicios y por Activos. 17
Figura 4: Mapa referencial de la parroquia Simón Bolívar de la provincia de Pastaza..... 19
Figura 5: Jardín botánico Jintim 31
Figura 6: Cueva de los Tayos 32
Figura 7: Cavernas Mayai Jee..... 33
Figura 8: Edad de los turistas..... 37
Figura 9: Género 38
Figura 10: Procedencia..... **¡Error! Marcador no definido.**
Figura 11: Ocupación..... 39
Figura 12: Aceptación del producto..... 40
Figura 13: Tipo de producto..... 41
Figura 14: Motivos de viaje..... 42
Figura 15: Medios de información..... 42
Figura 16: Tiempo de permanencia 43
Figura 17: Viaja a través de: 44
Figura 18: Actividad turística a desarrollar 45
Figura 19: Precios por paquete turístico 46
Figura 20: Periodo de viajes 46
Figura 21: Edad..... 49
Figura 22: Género..... 49
Figura 23: Ocupación..... 50
Figura 24: Aceptación de un nuevo producto..... 51
Figura 25: Actividad turística 51
Figura 26: Precios del servicio turístico 52
Figura 27: Servicios turístico..... 53
Figura 28: Árbol de problema..... 58
Figura 29: Análisis de árbol de objetivo..... 59
Figura 30: Mapa de elaboración del producto turístico Lodge kakaram Tayu 62
Figura 31: Logo del Lodge Kakaram Tayu..... 63
Figura 32: Plano referencial..... 66
Figura 33: Modelo de cabaña referencial 66

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

Ecuador a nivel internacional es conocido por su biodiversidad de flora y fauna, y cuenta con una gran diversidad de reservas naturales para proteger especies endémicas de cada región. La actividad turística en el Ecuador varía según la ubicación geográfica, ya que las 4 regiones tienen: clima, paisaje cultura, gastronomía, tradición y destinos turísticos naturales muy diferentes de las otras regiones. Por lo cual, el diseño de un producto turístico de un lugar específico debe ser: variado, adecuado para cumplir con las expectativas y exigencias del visitante durante el tiempo de su estadía en un destino turístico (Gonzáles, 2012).

Según el Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR), el diseño de un proyecto enfocado en la innovación y promoción de los productos turísticos promueve el desarrollo del turismo sostenible hasta convertir al turismo como el principal recurso económico no petrolero. Para lo cual se debe considerar los siguientes enfoques: impulsar el turismo interno, ampliar el flujo del turismo receptor y captar nuevas inversiones turísticas. Con estos elementos el MINTUR se enfoca en analizar el mercado y la competencia con el objetivo de generar productos turísticos especializados e innovadores que aprovechen de manera adecuada los recursos naturales y culturales.

En la comunidad Chuwitayu, ubicada en la parroquia Simón Bolívar, en la provincia de Pastaza, cuna de las 7 nacionalidades, es importante aprovechar los recursos naturales de manera adecuada y responsable. Si bien, durante algunos años los productos turísticos no han sido tomados en cuenta para innovar y modificar la infraestructura por los prestadores de servicios turísticos y las autoridades locales, hoy en día se prevé diseñar un producto turístico que supere las expectativas del consumidor y sea digno de ser comercializado bajo los parámetros de la competitividad en el mercado turístico local y nacional, a la vez, sea una fuente integradora y dinamizadora para los actores que se dedican a la actividad turística o a la prestación de servicios relacionados en la comunidad Shuar Chuwitayu, la cual ofrece varias actividades turísticas que fortalece los ámbitos económico y social, fomentando al cuidado y conservación de la naturaleza, las costumbres y tradiciones de la cultura Shuar.

1.1 Planteamiento del problema

El turismo constituye un sector importante para la economía mundial, el auge que esta actividad ha alcanzado en el Ecuador, en función del potencial de recursos naturales y las características socioculturales del país, lo han convertido en una esfera fundamental en la economía, tanto por el volumen de ingresos que genera, como por su efecto dinamizador sobre otras actividades que contribuyen con la economía del país.

La base del desarrollo del turismo es, el producto turístico, que se conceptualiza como todo lo que será ofrecido y comprado por los visitantes (en ambos sentidos: con dinero o por la decisión de visitar un lugar) y según, Kotler (1997), refiere que es cualquier cosa que se puede ofrecer en un mercado para la atención, adquisición, el uso o el consumo que podría satisfacer un deseo o una necesidad, para lo cual incluye objetos físicos, servicios, sitios, organizaciones e ideas. Las leyes del mercado se ofrecen como única opción para alcanzar el desarrollo, surgiendo nuevas formas de pensar que buscan ser más racional, contribuyendo a crear un nuevo proyecto para el futuro, donde el desarrollo sea un proceso auto generador y multirrelacional. Siendo ahí el momento, en donde aparecen las nuevas tendencias de la sociedad contemporánea, las cuales indican hacia dónde va la humanidad y señalan las líneas de evolución que se deben confirmar en el futuro.

Algunas de estas tendencias tienen repercusión directa en el mundo empresarial y la adaptación de estas a la misma, permitirá su supervivencia o no. Es ahí, donde el marketing se ha impuesto como filosofía de trabajo en el mundo de los negocios, evolucionando de acuerdo al comportamiento de la sociedad, lo que ha provocado que la productividad del marketing relacional que conocemos de los años 80 vaya en decadencia y evolucione una nueva forma de marketing inverso. De acuerdo con Kotler (2004) y Peñarroya (2005) el papel de la empresa ha cambiado, pasando de dirigir y controlar al cliente, a conectar y colaborar con él.

En este contexto, la región Amazónica de forma general y la provincia de Pastaza de forma particular, cuentan con un fuerte potencial natural y cultural, el cual no se aprovecha al máximo por los actores que intervienen en la cadena de valor del turismo, lo cual genera que los atractivos de varias localidades, no se comercialicen adecuadamente, evidenciándose deficiencias desde el diseño del producto, puesto que no responde a las condiciones reales del territorio, existe poca vinculación entre actores, no

hay ideas innovadoras o los productos no muestran integralidad con los diferentes atractivos naturales, culturales y servicios turísticos.

Estos aspectos han propiciado que la comunidad Chuwitayu, ubicada en la parroquia Simón Bolívar, ante la necesidad de generar oportunidades y alternativas económicas para sus pobladores, emprenda en el diseño de un producto turístico que permita integrar la oferta existente en la localidad, con el propósito de diversificar la oferta turística y promover alternativas de desarrollo económico para sus pobladores.

Es por ello, que se formula el siguiente problema de investigación ¿El diseño de un producto turístico en la comunidad de Chuwitayu, diversificará la oferta turística de la localidad?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Diseñar un producto turístico para la comunidad Shuar Chuwitayu, ubicado en la parroquia Simón Bolívar, cantón Pastaza, en la provincia de Pastaza, que contribuya al desarrollo turístico de la comunidad.

1.2.2 Objetivos específicos

- Diagnosticar el estado actual de la comunidad Shuar Chuwitayu
- Sistematizar las actividades y escenarios turísticos identificados en la comunidad de estudio.
- Definir las características del producto turístico a implementar, con sus respectivos costos.

1.3 Justificación

El turismo comunitario tiene un impacto positivo para convertirse en un sector económico que beneficie a la comunidad, pero debido al desconocimiento del valor patrimonial y falta de inversión económica por parte del gobierno para resolver los problemas de servicios básicos, transporte conveniente, y sobre todo la falta de investigación académica obstaculizan el desarrollo del turismo, en varias localidades.

Chuwitayu, proviene de los vocablos Chuwi que significa ave Tayú que quiere decir cavernas; es una comunidad Shuar milenariamente ancestral por su cultura, costumbres y tradiciones, posee una amplia y diversa biodiversidad como; cascadas, cavernas, en donde habitan un sinnúmero de aves, animales y plantas silvestres, que se encuentra ubicada en la orilla del río Pastaza, punto clave para realizar actividades turísticas. Además de aquello, cuenta con todos los recursos necesarios para hacer una excursión, razón por la cual resulta imperante el contar con un producto turístico, que se enfoque en el diseño de un recorrido para promover la actividad turística en esta zona, razón por la cual la presente propuesta surgió como un aporte práctico para el desarrollo del turismo local y así contribuir al progreso de la comunidad, puesto que, ampliará la oferta turística dentro de la provincia de Pastaza como una vía para la diversificación del turismo.

El desarrollo de este proyecto es conveniente ya que se amplía la oferta turística para el mercado extranjero y nacional, de igual manera propende a la creación de fuentes de empleo para las familias que conforman la localidad, ofreciendo un nuevo producto que combina la información de los lugares más atractivos de esta zona amazónica. El Ministerio de Cultura y Patrimonio (2020), refiere que resulta de interés el diseño de un producto turístico que permita crear un orden y desarrollo en el ámbito del turismo nacional.

La presente investigación constituyó la base para actualizar el listado de la oferta turística disponible en la comunidad de Chuwitayu, o cual condujo a la estructuración de un producto turístico que responda a su realidad y a la necesidad de los pobladores.

CAPITULO II

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. Antecedentes

Ecuador es uno de los 17 países con mayor biodiversidad en el mundo y se encuentra como uno de los 3 países biodiversos en Latinoamérica debido a la ubicación geográfica, así como la presencia de la cordillera de los andes, la cuenca amazónica y las corrientes marinas del océano pacífico, que dan como resultado la variedad de especies terrestres, acuáticas y marinas, siendo elementos de atracción clave para los turistas que aman la naturaleza. Posicionando con aquello, la actividad turística en cuarto lugar y siendo uno de los ingresos económicos importantes para el país, y a la vez impulsar acciones que conduzcan a la protección del ambiente y ayudar en la revalorización de la identidad cultural en muchas comunidades del país (MINTUR, 2019).

El Ministerio de Turismo del Ecuador, en el Plan Nacional de Turismo (PLANTUR, 2030), planea cumplir los objetivos, estrategias durante los años planteados y ser ente regulador de todas las actividades que se lleve a cabo durante los 10 años, para lo cual ha delineado las siguientes estrategias, ancladas a macro programas:

- Destino y calidad
- Conectividad
- Seguridad turística
- Mercado y promoción
- Fomento a la inversión

PLANTUR 2030 se basa en impulsar los productos turísticos a mayor escala cumpliendo con los lineamientos de los objetivos y estrategias propuestas por el MINTUR, respetando el modelo de gestión sostenible e inclusivo conjuntamente con la política de planificación territorial y turística; legislación y regulación; diversificación de productos; promoción y marketing inteligente; comercialización y un mercado de demanda real; infraestructura y equipamiento; impulso a la innovación e inversión a través de los proyectos de emprendimiento que puedan ser competitivos en el mercado turístico nacional e internacional (MINTUR, 2019).

En el entorno actual del desarrollo de un producto turístico es importante basarse en las necesidades del demandante para enfocarse en un producto turístico llamativo, interesante, único dentro de los destinos que le rodean al atractivo, por ende, el enfoque del diagnóstico actual es un factor que indica el camino a seguir a los tomadores de decisiones estratégicas al crear o diseñar un producto turístico.

Las empresas que se dedican a ofertar los productos y servicios turísticos a nivel nacional tienen una variedad de actividades que involucra directamente al usuario turístico. Por tal razón, es necesario analizar todos los factores que están relacionados al diseño de un producto turístico, que de una u otra forma llame la atención al consumidor y sea viable socioeconómicamente para la población que se dedique a la prestación de servicios turísticos.

En la situación actual del sector económico de la provincia de Pastaza, es factible analizar la actividad económica con mayor ingreso para la población. Según los datos del Banco Central del Ecuador, las actividades con mayor ingreso económicamente son; explotación de minas y canteras, administración pública, transporte, información y comunicaciones, construcción, actividad de enseñanza y comercio. Mientras tanto la Población Económicamente Activa (PEA) indica que la actividad agrícola, silvicultura, pesca y caza son los principales ingresos económicos para las familias, lo cual demuestra que el sector turístico no es un factor que aporta con la economía de la población de Pastaza (Gobierno Provincial de Pastaza , 2019-2023)**.**

En la provincia de Pastaza, el sector turístico va desarrollando e innovando cada año según las demandas del consumidor siendo una de las provincias multiétnica por contar con las 7 nacionalidades, cuna de cultura y tradición, gastronomía y un sin número de atractivos naturales que son una potencia turística. La parroquia Simón Bolívar tiene algunas actividades turísticas y en lo cultural cuenta asentamientos humanos de la nacionalidad Shuar, la cual es conocida por la presencia de atractivos naturales; cascadas, cuevas, ríos, mirador y el jardín botánico Jintim. La nacionalidad Shuar es conocedora de las propiedades y uso de diferentes plantas medicinales y con sus manos hábiles elaboran artesanía con los materiales que se encuentran en la naturaleza, que están a disposición de los turistas que visitan a la comunidad.

El diseño de un producto turístico tiene una finalidad en la comunidad Shuar

Chuwitayu, la cual se enfoca en el aprovechamiento sostenible de sus recursos, con el involucramiento de las comunidades cercanas, para que logren beneficios que redunden en el crecimiento del sector turístico. Se aspira que esta comunidad sea un referente para otras comunidades que dispongan de atractivos naturales que pueden ser aprovechados sin cambiar el curso de su naturalidad.

La potencialidad de la oferta de un producto turístico en el mercado, tienden a saciar las expectativas de turismo. Los productos deben responder a las necesidades y deseos de los consumidores potenciales, como a las características de la organización y formas del entorno como un todo y de la continuidad turísticas en partículas. La oferta y la demanda turística son la parte fundamental de consolidación que ejercen presión e interactúan de una forma variada de pedir y dar, comprar y vender (Granados y Parra, 2018).

La presente investigación se justifica por la importancia que tiene, al diseñar un producto turístico basándose en el análisis del turismo interno local, y con ello promover el turismo en familia y amigos. Para así, promocionar el turismo interno como destino turístico a propios y extraños, y ser un dinamizador económico del sector con finalidad de mejorar las condiciones de vida de la población (Reyes, 2018).

El diseño de nuevos productos turísticos en una comunidad funciona como agente para el bienestar y desarrollo turístico de un lugar o destino turístico y en el mismo trayecto se crea estrategias en la toma de decisiones en cuanto a la creatividad, competitividad y la oferta de productos turísticos ya que dichos productos deben responder a las expectativas y deseos de los consumidores potenciales, así, como también, a las características estructurales y formales del entorno y a la misma vez se debe estar preparado y asumir los cambios constantes del mercado turístico (Bravo e Intriago, 2015).

2.2. Bases teóricas

El turismo se ha ido desarrollando a lo largo de toda la historia de la humanidad, por lo que, se han diversificado las razones del turismo, así como los medios y sistemas utilizados. Al igual que la industria y el comercio, el turismo se ha convertido en un motor impulsor, que a su vez está fomentando el desarrollo de rutas de transporte y comunicación. Es fundamental definir los siguientes términos que guardan relación directa con el objeto de investigación por la cual, a continuación, se describe brevemente

los acápites relacionados con el diagnóstico del desarrollo del turismo, la actividad turística, el catastro turístico, el inventario de atractivos turísticos, los servicios turísticos, el producto turístico, la oferta y demanda turística, y la cadena de valor de turismo.

2.2.1. Importancia del desarrollo del turismo en el Ecuador

En este párrafo se detalla algunos términos importantes utilizados en la presente investigación:

Turismo. - son las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancia fuera de su lugar habitual por un periodo de tiempo consecutivo no memos de un año con fines de ocio, negocio u otros tipos de motivación (Morillo, 2011)**.** Es una actividad de desplazamiento de las personas de manera temporal y voluntaria de un lugar a otro según los motivos relacionados con el ocio (Raffino, 2020)**.**

4.1.1.1. Tipos de turismo

Sectores populares. - son personas que trabajan en sector público o en instituciones privadas y viajan durante sus vacaciones laborales por un corto tiempo.

Clase media. - segundo grupo de personas son en su mayoría profesionales empleados de alta categoría sueles gastar la mayoría de sus ahorros al realizar la actividad turística.

Clase alta. - son personas que suelen utilizar agencias de viajes para organizar sus viajes sin importar el país de origen y sin un límite de gasto, sus demandas soy muy exigentes.

Jóvenes. - el último grupo de personas suele hacer viajes destinados más con la aventura, sol y playa, viajan sin planificar y suelen pernoctar en alberges o campings.

2.2.2. Diagnóstico en el desarrollo del turismo

Es importante iniciar con la definición de la actividad turística, la cual según lo refiere la Organización Mundial del Turismo-OMT (2020), indica que “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”.

Mientras que Fuentes (2016) indica que “es en la práctica, una actividad de servicios personales, motivados por conocer territorios distintos a los de nuestro lugar habitual de vida que ofertan servicios de alojamiento, alimentación, animación y transporte tan variado como el gusto del consumidor” (p.106).

Al hablar de las tendencias del turismo, actualmente la OMT, indica que la industria del turismo mundial tuvo su peor año en el 2020, con una reducción del 74% en las llegadas de los turistas internacionales esto debido a la pandemia, la llegada de los turistas alrededor del mundo ha disminuido en mil millones para el 2020. Mientras que, el descenso durante la crisis económica mundial en 2009 fue del 4% (OMT, 2020).

Es necesario precisar los componentes del mercado turístico, puesto que, son la base para desarrollar cualquier iniciativa que tenga como intención el desarrollo de un proyecto turístico en una localidad, el mercado lo integra la oferta y demanda. A decir de los autores Rauno y Sánchez (2012), indican que la oferta turística es la combinación de una gran diversidad de elementos destinados a satisfacer las necesidades de los turistas, los elementos que la componen son:

Recursos turísticos: naturales, culturales, folklore, museos, etc.

Infraestructura: carreteras, red ferroviaria, aeropuertos, puertos, etc.

Servicios: de alojamientos, restauración, intermediación, información y acogida de eventos congresuales.

Transporte: tren, barcos, avión, coche de alquiler, etc.

En lo que respecta a la demanda en el sector turístico, “ésta viene a ser aquella que abarca o bien al individuo un conjunto de personas que viajan y se desplazan fuera de su domicilio habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año” (Romero, 2013, p.17). Y presenta las siguientes características:

- El consumo se enfrenta a diferentes niveles de elección: duración del viaje, destino, forma de viaje, alojamiento, actividades complementarias, canal de compra.
- El consumo requiere del desplazamiento fuera del lugar de residencia habitual de quien lo realiza.

- El consumo turístico supone un desembolso importante de dinero dentro de la estructura de gasto de los presupuestos familiares.
- La compra de un producto turístico conlleva hacer frente a la incertidumbre de adquirir algo en parte que desconoce.
- En ocasiones transcurre un tiempo considerable entre la contratación del viaje y su realización.

Es importante resaltar el término diagnóstico que de acuerdo con Paltán y Morillo (2017) indican que se basa en el proceso de investigación y evaluación, busca optimizar la contribución potencial de los turistas al bienestar humano y la calidad ambiental, en definitiva, lo que busca el diagnóstico turístico es definir los objetivos y los métodos necesarios para alcanzarlos, que incluye las etapas de diagnóstico, análisis y propuesta. Es decir, el diagnóstico incluye un determinado límite de tiempo que establece la diferencia entre la condición del destino turístico y los resultados obtenidos, tras implementar las medidas o estrategias del plan turístico en el destino.

El diagnóstico turístico es la fase del desarrollo de la organización donde se establece y evalúa la situación de un destino en un momento determinado. Es decir, el diagnóstico se basa en un lineamiento temporal que establece una diferencia entre la situación actual y después de los resultados obtenidos durante la actividad del proceso de evaluación y planificación de un destino.

Desde ese enfoque, el diagnóstico integra la fuente directa de información que permite tomar decisiones respecto a las futuras estrategias, así como la herramienta que va a permitir evaluar el éxito o fracaso de planes, programas y proyectos. En fin, constituye el sitio de partida y los cimientos sobre los cuales se asienta todo proceso de planificación turística (Ricaurte , 2018)

Entre los propósitos del diagnóstico se resaltan los siguientes:

1. Definir la situación actual del turismo en un espacio territorial determinado con sus oportunidades y limitaciones.
2. Fundamentar las soluciones, la toma de decisiones, propuestas y estrategias de desarrollo con datos cuantitativos y cualitativos actualizados.
3. Establecer una línea base que sirva para comparar la diferencia entre la situación del

turismo y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística.

2.2.3. Las actividades turísticas que se desarrollan en el Ecuador

Según el artículo 5 de Ley de Turismo del Ecuador (2014), se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- Alojamiento,
- Alimentos y bebidas,
- Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- La intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y
- Hipódromos parques de atracción estables

En ese contexto se enuncia el significado de las actividades que son parte de la investigación, conforme lo refiere el Reglamento General de actividades turísticas (2003):

Alojamiento. - en su Artículo 1, indica que son los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante, precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin servicios complementarios.

Agencias de viajes. - en el capítulo II, Artículo 77 se las define como las compañías sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, en cuyo objeto social conste el desarrollo profesional de actividades turísticas, dirigidas a la prestación de servicios en forma directa o como intermediación, utilizando en su accionar medios propios o de terceros. Clasificación de agencias de viajes: Mayoristas, Internacionales y Operadoras.

Transporte turístico. - En el Artículo 4 se lo define como transporte terrestre turístico a la movilización de personas que tengan la condición de turistas o excursionistas, en vehículos de compañías autorizadas, a la prestación del servicio de transporte terrestre

turístico, debidamente homologado y habilitado por la Agencia Nacional de Tránsito, para dirigirse a establecimientos o sitios de interés turístico, mediante el pago acordado libremente por las partes. Se clasifica en:

1. Según el ámbito de operación: Transporte Terrestre Turístico Nacional, Transporte Terrestre Turístico Transfronterizo; y, Transporte Terrestre Turístico Internacional.

2. Según el tipo de servicio: Traslados; Excursión; Gira; y, Circuito Cerrado.

Catastro turístico. - El catastro de actividades turísticas es el producto final del proceso de recopilación de los insumos utilizados, se torna en una herramienta referencial y de relevante importancia dentro de los procesos para el registro y actualización de datos de los establecimientos legalmente registrados en el Ministerio de Turismo (MINTUR, 2015)**.**

Servicio turístico. - Es el conjunto de actividades exacta y específicamente diferenciados, entre sí, pero internamente relacionadas, que funcionan en forma equilibrada y coordinada con el objetivo de complacer y facilitar las exigencias de servicios planteados por la composición socioeconómica de una determinada afluencia turística" (Ramírez, 2017).

2.2.4. Inventario de atractivos turísticos.

El inventario constituye el registro y estado integral de todos los elementos turísticos. En este contexto Amaiquema (2015) indica que "mediante este registro se tendrá con exactitud no solo sus atractivos sino también, ubicación, medio de transporte, distancia, estado actual del recurso, acceso, ruta de acceso, infraestructura, actividades que se desarrollan dentro y fuera del recurso" (p.82). De ello resulta necesario realizar una evaluación y determinar las prioridades necesarias para el desarrollo de la industria turística de la comunidad. Es por ello que todo inventario debe tener dos características básicas:

1. Debe reflejar fielmente la verdadera situación de los recursos turísticos, mostrando su información técnica y su estado, pues a través de este método se puede promover el desarrollo de las condiciones necesarias, se puede desarrollar la industria turística y traerá ciertos beneficios interesantes a los turistas.

2. Debe ser claro, abierto y dinámico, permitirle actualizar periódicamente todos los cambios y nuevas condiciones vividas en los recursos turísticos y sus fusiones.

El inventario de productos turísticos incluye dos etapas de trabajo:

La primera etapa: ordenar y clasificar lugares, objetos, eventos y otras cosas de interés. La industria turística del país, región o área determinada de recursos turísticos. Proceso por determinar Se refiere a la recopilación de información, la ordenación y clasificación de datos. La segunda etapa: de evaluación y clasificación de los recursos turísticos, incluyendo El proceso de ponderación de recursos para determinar su grado de importancia.

La Metodología para la Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos en Ecuador (MINTUR, 2017), "establece los lineamientos técnicos para la identificación, clasificación y valoración de los atractivos con mejores condiciones para el desarrollo de productos turísticos" (p.3).

Antes de comenzar el proceso de ejecución del inventario, es importante revisar los documentos de atracción turística existentes para comprender el alcance geográfico de la recopilación de información de la aplicación (MINTUR, 2017). A continuación, en la Figura 1 se muestra las etapas que conlleva un inventario turístico.

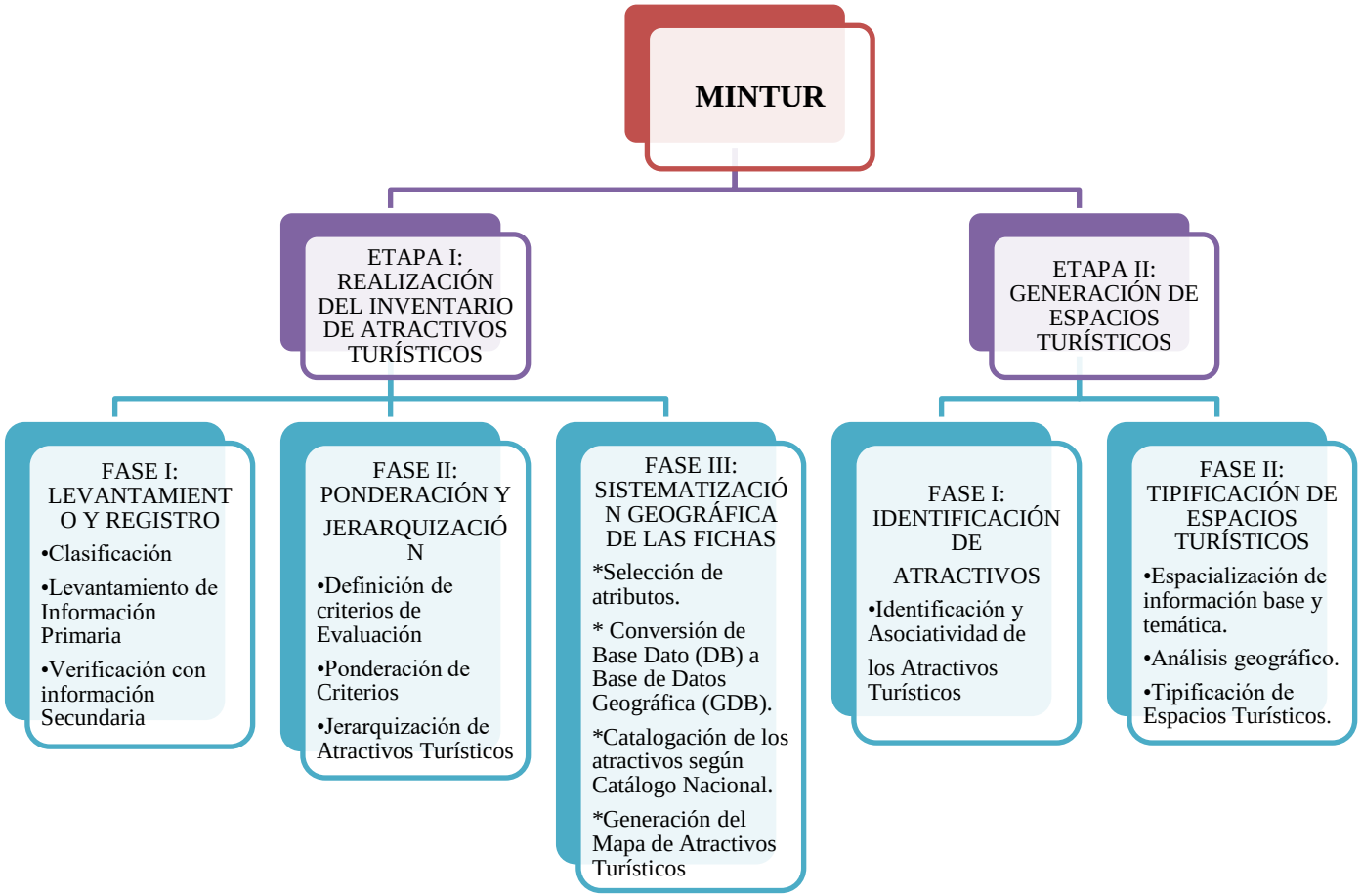


Figura 1: Fase y etapas de los inventarios turísticos

Fuente: MINTUR, 2017

2.2.5. Producto turístico

Es un conjunto de factores tangibles (infraestructura, equipamiento, alojamiento, etc.) e intangibles (emociones vividas, cultura, hospitalidad, etc.) articulados en una experiencia turística, que dispone de los recursos de un territorio para hacer vivir al consumidor uno o varios momentos significativos, de acuerdo con la percepción individual y subjetiva del turista (SERNATUR, 2016).

Todos los productos y servicios son diferentes y no pueden ser reemplazados fácilmente por otros productos, porque tiene características que lo hacen diferente (Agualongo y Poaquiza, 2020); en este contexto refieren que "todo lugar que constituya un destino turístico y debe tener una serie de características que motiven el desplazamiento temporal de los viajeros de acuerdo con sus preferencias, obtendrán la mayor satisfacción de los productos o servicios que adquieran" (p.13).

Los productos turísticos son un poco más complejos, debido a que está englobado con la oferta turística que brinda servicios, suministrados por los elementos de la planta turística. De acuerdo con (Shaadi y Rodríguez, 2017) señalan "la importancia de utilizar y conservar los recursos de un destino, para desarrollar productos innovadores y diferenciados que permitan un posicionamiento y consolidación de ese destino en el mercado" (p. 132). Es decir, la oferta turística se refiere al precio, bienes y servicios que se brindan a los turistas en un período de tiempo específico, estas condiciones determinan las características temporales, en otras palabras, estamos hablando de su imposibilidad de almacenamiento.

Según Nasimba y Cejas (2015), refieren que "los productos turísticos se caracterizan por ser un conjunto de elementos tangibles e intangibles, que permiten el desarrollo de actividades específicas en determinados destinos" (p. 25). En el que la demanda turística es una parte importante del sistema global, la integración del sistema de oferta y el sistema de demanda, lo cual se sintetiza en la Figura 2.

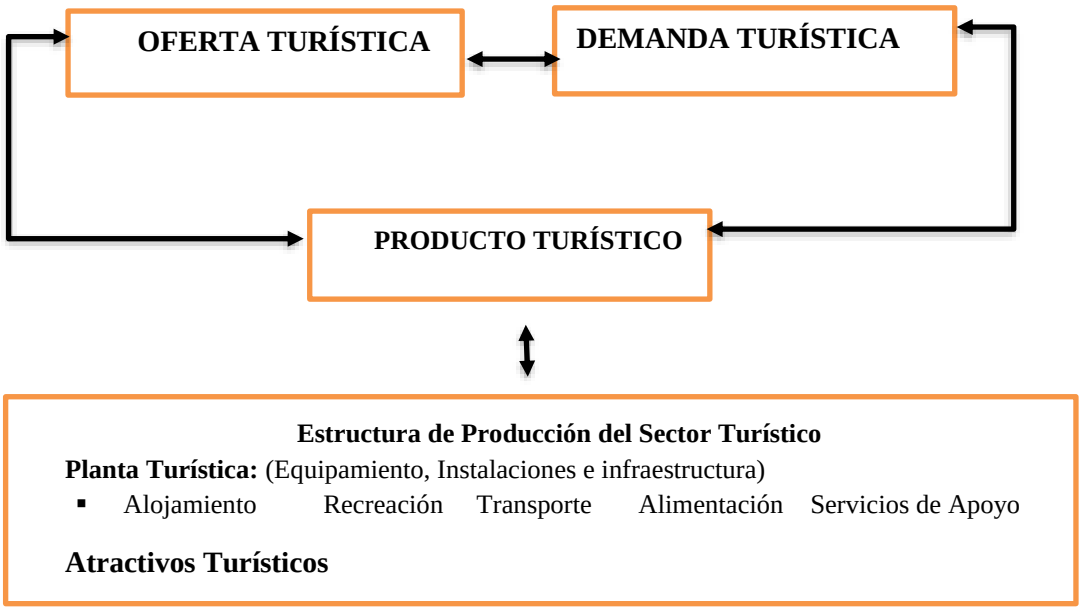


Figura 2: Estructura de la producción del sector turístico

Elaborado por: Celin, Denis

Dentro del mismo contexto (Morillo, 2011, pág. 154) define a los tres aspectos importantes de la siguiente manera:

1. El sistema global comprende los aspectos políticos, económicos, tecnológicos, socioeconómicos y socioculturales que rodean al turismo.
2. El sistema de oferta incluye los lugares o destinos, agencias de viaje, servicios de alojamiento, restauración, transporte y demás instalaciones y servicios útiles que determinan los intereses, motivación y decisión del viajero (SIT).
3. El sistema de demanda turística corresponde a las características propias del individuo que practica el turismo, tales como su situación financiera, posesión o acceso al equipamiento, factores cognitivos (percepción, conocimientos y aprendizaje), determinantes del comportamiento (emociones, necesidades, motivaciones, actitudes e imágenes) y otras características personales como compromiso, riesgo percibido o valores.

Para Granados y Parra (2018), los productos turísticos "deberá estar integrados por los recursos y atractivos naturales y culturales que identifican a la comunidad receptora, siendo éstos el valor agregado que contribuya con el desarrollo socioeconómico del sector" (p.13), estos elementos se visualizan en la Figura 3.

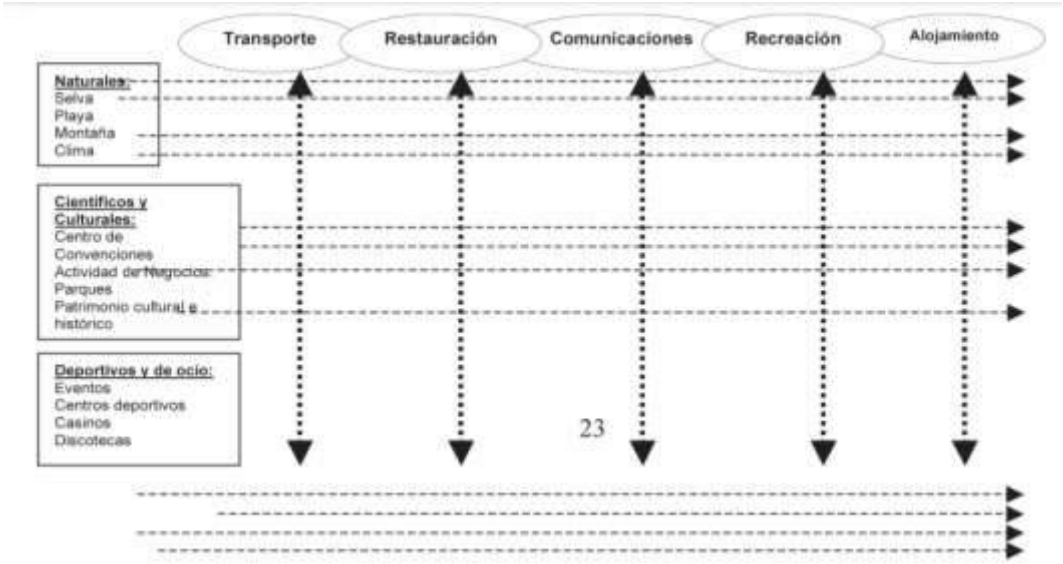


Figura 3: Composición del producto turístico por actividades de servicios.

En el proceso de producción turística, una de las cosas más interesantes para empresas y personas asociadas a esta actividad, es la creación de nuevos productos turísticos, los cuales se espera sean innovadores y relevantes en una amplia gama de espacios de oferta y demanda rentables.

Cabe recordar que para Bravo y Zambrano (2017), para ser novedoso y oportuno en la creación de nuevos productos, se requiere ser un bien observador, un atento lector del sujeto turística y realizar un permanente análisis de las tendencias del mercado (pá.17). Esto permite identificar en donde están las oportunidades, la demanda y su relación con los recursos en el núcleo receptor, trátese de una región, un municipio, un parque natural o una playa.

2.2.6. Destino turístico

El destino turístico es un centro geográfico y el espacio donde los turistas pernoctan y si así lo deciden, también es el punto de distribución o encuentro para realizar actividades de sus viajes dentro de un área más amplia que puede incluir diversos atractivos y otros destinos (Rivas , 2016).

Los elementos básicos que conforman un destino son los siguientes:

a. Atractivos turísticos
b. Infraestructura

c. Servicios turísticos y de apoyo
d. Capital Humano del sector turístico
e. Planificación y gestión del destino
f. Imagen

Otros componentes o factores que condicionan un destino:

a. Entorno geográfico
b. Factores políticos y administrativos
c. Factores económicos
d. Factores culturales y sociales

2.2.7. La importancia de la oferta y la demanda turística

4.1.1.2. Oferta turística. - Es un conjunto de los productos y servicios turísticos y no turísticos que complementan a la demanda, que están a la disposición del usuario turístico y no turístico, que va relacionado a la población receptora, al destino donde pueden consumir y disfrutar según sus necesidades y exigencias (Canovas, 2017).

4.1.1.3. Demanda turística. - Según la OMT, es un conjunto de personas que, de manera individual o colectiva, están motivados por una serie de productos y servicios (oferta) turísticos con el objetivo de satisfacer todas sus necesidades económicamente, los consumidores adquieren lo ofertado en un momento dado a un precio determinado (Mamani, 2016).

CAPITULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Localización

La investigación se llevó cabo en la comunidad de Chuwitayu, la cual se encuentra ubicada a 62 km de la ciudad de Puyo, en la parroquia Simón Bolívar, provincia de Pastaza conforme se detalla en la figura 4.

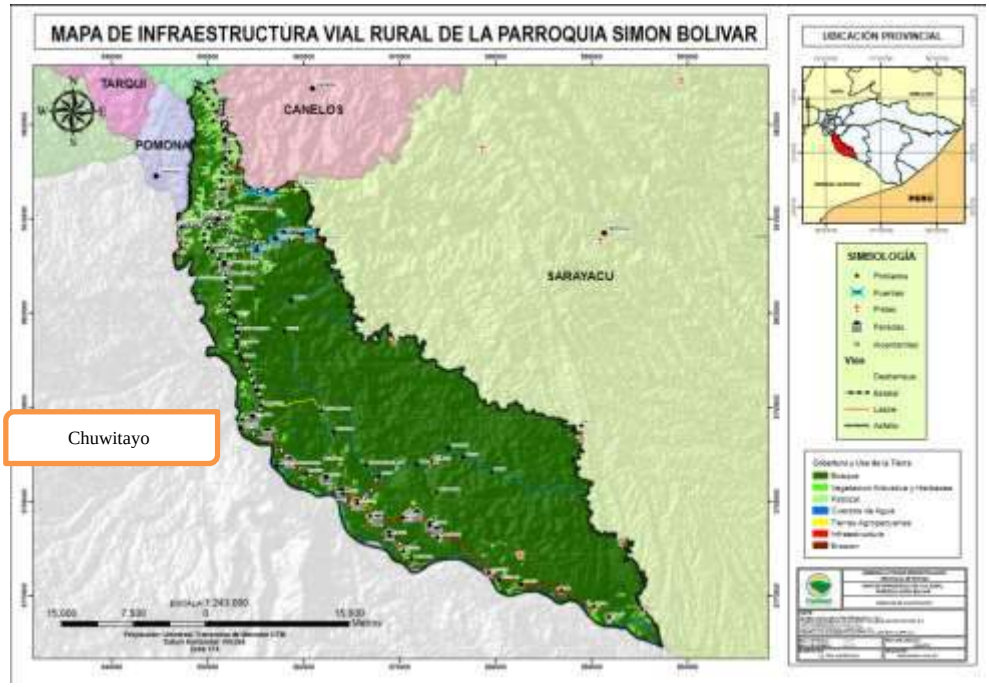


Figura 4: Mapa referencial de la parroquia Simón Bolívar, provincia de Pastaza

Fuente: PDOT Simón Bolívar 2015

Límites

Al norte: Centro Shuar Kunkuk

Al sur: Centro shuar Uunt Paastas

Al este: Centro shuar Uyuimi y centro shuar San Ramón

Al oeste: Río Pastaza – Provincia Morona Santiago

Clima: es tropical Mega térmico Húmedo, en la mayor parte del año permanece lloviendo y registra un ligero verano en los meses de agosto y septiembre y tiene una permanecía de vientos proveniente del este, sureste y norte de la parroquia.

Humedad: La humedad relativa es en porcentaje mayor al 85%, por la presencia de lluvias permanentes.

Población: La comunidad Chuwitayu tiene aproximadamente un total de 1035 habitantes.

3.2. Tipo de investigación

En el presente estudio se aplicó la investigación exploratoria de enfoque cualitativo y cuantitativo, se hizo uso de la investigación exploratoria y descriptiva. Porque se recabó información general sobre las características, comportamientos, aspectos, ubicación de la localidad, que permita caracterizar las propiedades importantes de las personas, grupos, comunidades o cualquier otro elemento-fenómeno que pueda ser sometido a un análisis (Villalba , 2006). Se realizó el diagnóstico de la situación actual del lugar para contar con información verídica y cumplir sin ninguna falencia el objetivo a realizar en este proceso de indagación.

Es una investigación descriptiva puesto que, se recopiló y analizó la información recopilada en fuentes primarias y secundarias, lo cual permitió definir las características del producto a ofertar, mediante la utilización de diferentes herramientas que proporcionen resultados verídicos durante la realización del trabajo investigativo. En este contexto Villalba (2006)**,** refiere que es una actividad preliminar, por medio del cual se realiza el examen del tema o problema de investigación poco estudiado, o que no ha sido elaborado antes. Por lo tanto, la información recabada en diferentes plataformas seguras permitió analizar y describir el enfoque dirigido generalmente al diseño del producto turístico que se desea resaltar durante el proceso de seguimiento hasta llegar a concluir con el objetivo propuesto.

Se trata de una investigación cualitativa porque se recopiló la información sin la necesidad numérica, para descubrir respuestas a la pregunta de investigación formulada. Es una investigación cuantitativa porque se basa en recopilación de datos, a través de una encuesta, cuya medición numérica y análisis estadístico, ayudó a determinar las

necesidades del sector, objeto de estudio (Sampieri, 2010).

3.3. Métodos y Diseño de la Investigación

A efectos de la presente investigación se utilizó el método Inductivo – Deductivo, puesto que son mecanismos que analiza un caso particular cuyos resultados ayudan para formular conclusiones de carácter general. A partir de las observaciones sistemáticas de la realidad del cual se descubre la generalización de un hecho. En lo referente al cumplimiento de los objetivos de la presente investigación se empleó lo siguiente:

a. Para el cumplimiento del **primer objetivo** se tomó como base la metodología de la SENPLADES (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo). La cual permite orientar la planificación, articulación y uso de instrumentos de importancia para delinear programas y proyectos identificados en el proceso institucional que se ejecutan según su interés, que está orientada a recoger, procesar y analizar datos sobre variables previamente determinadas, permitiendo realizar un diagnóstico de la situación actual de la comunidad de Chuwitayu, el cual se logra mediante la investigación de campo, que permite recopilar información del territorio y conocer las características del espacio geográfico en el cual se realiza la investigación (SENPLADES, 2012)**.**
b. Para el cumplimiento del **segundo objetivo,** se utilizó como base la metodología de inventario turístico del Ministerio de Turismo (2017), la cual se basa en el método deductivo ya que guía el levantamiento de información de los atractivos turísticos existentes en el territorio, la cual permitió desarrollar pautas técnicas, identificar, clasificar y evaluar atractivos que brinden las mejores condiciones para el desarrollo de productos turísticos, permitiendo elaborar un ensamblaje de los atractivos turísticos que posee la comunidad Chuwitayu.
c. Para el cumplimiento del **tercer objetivo**, se utilizó la metodología de Swisscontact (2014), la cual orienta el empleo de la Metodología Marco Lógico, que propone “el uso de herramientas de apoyo que facilitarán el manejo de la información y la toma de decisiones que deben ser identificados siempre en función al mercado turístico” (p.45). Es decir, que los productos a ofertar deben estar dirigidos a un público específico, considerando sus intereses de viaje, características de edad, ejes temáticos

de preferencia (por ejemplo: naturaleza, cultura, aventura, sol y playa) y también deben considerar los aspectos determinantes de la oferta (nivel de calidad en el servicio y estética en la infraestructura). La misma que permitirá analizar la calidad del producto, ya que en ella se plasman las características y eficacia del mismo.

Entre las técnicas e instrumentos de recolección de datos que se utilizaron se resalta los siguientes:

Encuesta: la encuesta es una herramienta que permite recolectar información. Para el presente trabajo investigativo se estructuró preguntas en base al conocimiento de los pobladores sobre turismo rural y las actividades de los atractivos turísticos de la comunidad Shuar de Chuwitayu. Así como también se aplicó una encuesta a los turistas que llegan a la zona, a fin de determinar su perfil e intereses de visita a la localidad en estudio.

Entrevista: con este instrumento se obtuvo información de personas especializadas en el tema de investigación, esto ayudó a complementar los datos obtenidos. Para ello se elaboró una entrevista estructurada con preguntas claras y concisas para facilitar la respuesta de los propietarios del atractivo y a los líderes de la comunidad de Chuwitayu.

Población y muestreo; es el conjunto total de elementos de interés y la muestra un subconjunto de la población (Pastor1, 2019), para determinar la nuestra donde la población de análisis viene a ser la población receptora que está involucrada directamente en la oferta y la demanda de un producto turístico. Por lo cual se considera para el desarrollo de la investigación a la población total de habitantes (800) de la comunidad Chuwitayu.

Para eso se estableció los siguientes parámetros a nivel de confiabilidad del 95%, número de habitantes receptoras 800 y un error de muestreo de 5%.

Tamaño de la muestra se calcula con la siguiente fórmula;

$$n = \frac{NZ^2pq}{e^2(N-1) + Z^2pq}$$

Z= Nivel de confiabilidad. 95%= 1,96
n= Tamaño de la muestra

P= Probabilidad de Ocurrencia 0.5
q= Probabilidad de no ocurrencia 1-0.5=0.5
N= Población 800
e=Error de muestreo 0.05 (5%)

$$\frac{800 * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2(800-1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{(800)\ (3{,}8416)\ (0{,}25)}{(0{,}0025)\ (800) + (3{,}8416)\ (0{,}25)}$$

$$n = \frac{768.32}{2.96}$$

n= 259,5 encuestas; quedando como número entero, 260 encuestas

Una vez aplicada la encuesta, se realizó la tabulación de datos correspondientes cuyos resultados se muestran en el capítulo respectivo.

Para definir el perfil de turista, se consideró el estudio de demanda preliminar con el que cuenta la comunidad mediante estudios realizados con anterioridad de 180 encuestas realizadas en los tres destinos turísticos de la comunidad Chuwitayu, que recoge información referente a la caracterización del perfil del visitante, que llega a esta zona; datos que han sido consolidados durante los últimos semestres de la carrera profesional, por parte de los autores, como parte de trabajos de otras asignaturas.

CAPITULO IV

5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1. Resultado 1.- Diagnóstico de la situación actual de la comunidad shuar Chuwitayu

5.1.1. Datos generales

La comunidad shuar Chuwitayu se encuentra ubicada a 62 km de cantón Pastaza en la parroquia rural Simón Bolívar al suroeste de la provincia de Pastaza. Fue fundada el 3 de febrero de 1976 con una población mínima de 10 familias de la nacionalidad Shuar. A través del tiempo se ha ido desarrollando e incrementando la población, en la actualidad cuenta con 800 socios que viven en la comunidad.

Límites

Norte: con la comunidad Shuar Kunkuki

Sur: Con la comunidad Shuar Uunt Pastas

Este: Centro Shuar Uyuimi, Centro Shuar San Ramón y el Río Oso

Oeste: Con el Río Pastaza y la provincia de Morona Santiago

Extensión: Tiene una extensión de 9874,20 hectáreas

Clima: El clima oscila entre los 18° C y 27° C, de temperatura.

Asentamientos humanos: La comunidad shuar Chuwitayu tiene una población de 800 socios de las cuales el 95% son de la nacionalidad shuar y un 5% mestizo.

Organización social: En la comunidad Shuar Chuwitayu se hay 3 organizaciones sociales las cuales son las siguientes;

1. Liga deportiva Chuwitayu (LIDEPACH)

2. ASOSERTUR

3. Asociación Shuar Nakam Tayu

5.1.2. Organización política

La organización política de la comunidad Chuwitayu está estructurado de la siguiente forma:

- Síndico; es la persona de mayor jerarquía en la comunidad
- Vice síndico; el segundo con mayor jerarquía
- Secretario
- Tesorero
- Vocales

Todos ellos conforman la organización socio política de la comunidad, a través de ellos se puede solicitar cualquier información relevante de la comunidad. Ellos son los que trabajan en bienestar y desarrollo de la comunidad Shuar Chuwitayu

Festividades importantes: La fundación de la comunidad Shuar Chuwitayu en el mes de febrero.

5.1.3. Actividad económica y social

Las principales actividades económicas de la comunidad shuar Chuwitayu se basan en lo siguiente:

- Producción agrícola: los productos que se cultivan en estas tierras son: plátano yuca, papa china, orito, papaya, piña, chonta y caña de azúcar.
- Crianza de especies de corral; gallinas y cerdos.
- Actividad forestal; la extracción de árboles maderables para la comercialización.
- Actividad turística; elaboración de artesanías, turismo comunitario y sitios naturales.
- La comunidad shuar Chuwitayu elabora en su mayoría artesanías de su cultura con materiales de la madre naturaleza que es comercializada en la ciudad de Puyo, capital de la provincia de Pastaza y a la provincia de Morona Santiago como principal sector de comercialización de sus productos.

La población de Chuwitayu está conformada por 800 socios que habitan en la comunidad, las cuales en su mayoría son hombres con un 53% y 47% son mujeres, la población es joven adulta entre 25 a 35 años y jóvenes entre 18 a 24 años, la mayor parte

de la población se dedica a la agricultura.

En cuanto a la infraestructura básica dispone de lo siguiente:

Agua: El 100% de las familias cuenta con agua entubada en sus viviendas, además cuentan con ríos y esteros en su localidad.

Energía: El 100% de la población accede al servicio de energía eléctrica. El 45% al servicio de internet de la operadora telefónica CNT y la conexión de red móvil teléfonos celulares es estable permitiendo una buena comunicación en la zona de la comunidad Shuar Chuwitayu.

Alcantarillado: La comunidad no cuenta con alcantarillado, por ende, se utiliza pozos ciegos y sépticos para evacuar los desechos de aguas domésticas.

Recolección de basura: El servicio de recolección de basura tiene horario establecido, una vez a la semana el recorrido por la comunidad shuar Chuwitayu.

Salud: La comunidad shuar Chuwitayu cuenta con área de salud 1, del Ministerio de Salud Pública del Ecuador, además cuenta con parteras y promotores de salud.

Educación: La comunidad Shuar Chuwitayu dispone de un CIBV, la Unidad educativa Chuwitayu, CIBV Chinchak.

Trasporte: La comunidad tiene acceso a transporte rápido porqué se encuentra ubicado en la vía principal Troncal Amazónica, las cooperativas de transporte público que brindan servicios son; la cooperativa de transporte San Francisco, Centinela del Oriente, Macas Limitada, Río Tigre, Baños, Loja, Yantzasa, Sucua y Valle del Upano. Los buses circulan cada media hora y con un costo desde Puyo a Chuwitayu $ 2,80 y desde macas a Chuwitayu es de $ 4.

5.1.4. Tecnología

La población accede en su minoría al servicio de la internet y no cuentan con herramientas suficientes de las TICs, para que se pueden desarrollar sus habilidades y competencias con los demás habitantes.

5.1.5. Cultural

La comunidad Chuwitayu pertenece a la nacionalidad Shuar con un 95% de los habitantes y un 5% pertenece a los mestizos.

Idioma: el principal idioma que practican es shuar-chicham con un 75% y con un 25% el español.

5.1.6. Diagnóstico ambiental

Clima. - tropical Mega térmico Húmedo. En su mayoría del año permanece lloviendo y registra un ligero verano en los meses agosto y septiembre y tiene una permanencia de vientos provenientes del este, sureste y norte de la parroquia.

Uso de suelo. - Bosque húmedo tropical primario; la comunidad está rodeada por un 60% de bosque primario, donde habitan diferentes especies de la zona y sirve como zona de práctica de caza y pesca para los pobladores.

Bosque húmedo tropical secundario. - la comunidad ha destinado el 40% de suelo a la agricultura, la deforestación de árboles maderables para la comercialización y construcción de sus viviendas.

Plantas medicinales. - En la comunidad se puede encontrar diferentes y variados tipos de plantas medicinales que son cultivados en la zona para preparar y comercializar las medicinas naturales que elaboran a base de conocimiento ancestral, las plantas medicinales más comunes y utilizadas son las siguientes; Uña de Gato, Leche Sandy y entre otros. A continuación, se muestra en la Tabla 1, una síntesis de las plantas medicinales, así como los usos de las mismas.

Tabla 1. Plantas medicinales y su uso

Plantas medicinales y su uso		
Nombre común en idioma shuar- chicham	**Nombre común español**	**Su uso**
Maikiua	Floripondio	Desinflamación de heridas Ver visión pasada presente y futuro
Natem	Ayawasca	Limpieza espiritual Limpieza facial
Uruchmias	Sangre de Drago	Desinflamación Tos
Yunkinia	Mindal	
Hacha caspi		Alivia el dolor de cuerpo
Reumu	Remo	Infecciones internas
Arpaj	Albaca	
Yapa	Verbena	Alivia la fiebre
Kantse	Cansel	Bebidas aromáticas, infecciones urinarias
Kunkuch	Matico	Infecciones internas
Iwinchmir	Suelda	
Chuchuguazo	Chuchuguazo	Alivia dolor de hueso
Chikeinia	Balzamo	Analgésico
Saragoza	Saragoza	Limpieza estomacal
Sacha wisa	Sacha wisa	Energizante
wais	Guayusa	Energizante
Ajej	Jengibre	Alivia la tos
Santuni	Paico	Fortalecimiento del cerebro
Tintir	Cúrcuma	
Santi		
Apai	Flor de piton	Dolor estomacal

Fuente: Trabajo en territorio
Elaborado: Celin, Denis (2020).

Ríos principales. - Los principales ríos que atraviesan la ciudad de Puyo son los siguientes: Pastaza, Oso, los ríos que limitan a la comunidad Shuar Chuwitayu

Flora. - Según PDOT (GADs Parroquial de Simón Bolívar, 2015-2019) de la comunidad shuar Chuwitayu cuenta con una gran variedad de plantas ornamentales endémicas como orquídeas, bromelias floripondio y árboles maderables como; cedro, batea, laurel, chuncho, tambero, palma, entre otras variedades de vegetación propias de un bosque húmedo tropical.

Fauna. - Una variedad de especies de mamíferos; guanta, sajino, guatusa, cuchucho, armadillo, mormoque, oso hormiguero, aves; loras, pavas de monte y pájaro de cueva (chuwi) y reptiles que se puede encontrar en la zona por su biodiversidad del ecosistema y una gran parte del territorio tiene bosques primarios sin la deforestación ni asentamientos humanos. Donde, se reproducen las especies en peligro de extinción y es una zona segura para su habitad.

5.1.7. Diagnóstico turístico

La participación de la población de la comunidad en el desarrollo turístico es escasa, ya que existe desconocimiento de la actividad turística por los comuneros a pesar de que posee gran potencial turístico en la zona al tener atractivos naturales y culturales.

Los socios de la comunidad ven como una fuente de desarrollo económico a la actividad turística, existen tres actividades turísticas a nivel familiar y comunitario en el sector que generan fuentes de empleo directo a la comunidad, aunque no cuentan con un manejo técnico y profesional logran captar mercados tipo local, nacional e internacional, que visitan durante todo el año, pero hay temporadas donde visitan más los turistas internacionales (Europa y Norteamérica).

Según la información recabada en la comunidad (síndica Tlga. Marvil Nurinkias), no tienen apoyo de ninguna entidad pública ni privada al desarrollo de actividades turísticas en la comunidad Chuwitayu. Ya que el GAD parroquial, como provincial fomentan proyectos al incentivo de la agricultura y no a la actividad turística. Por lo tanto, es difícil desarrollar productos turísticos, a pesar de que existen atractivos turísticos importantes, en la zona por cuenta propia, sin embargo, hay la factibilidad por la ubicación geográfica y la diversidad de flora y fauna en el entorno.

5.2. Resultado 2. Sistematización de actividades y escenarios turísticos en la comunidad en estudio

Ante la ausencia de información disponible sobre la comunidad en estudio, se recurrió al levantamiento de datos en visitas de campo a los escenarios turísticos, cuyo detalle de actividades, sitios de interés turístico y servicios, se menciona a continuación.

5.2.1. Actividades Turísticas

La comunidad cuenta con tres emprendimientos, que constituyen la oferta turística, en donde se practicas las actividades que se muestran en la Tabla 2, en las cuales se resalta los servicios de hospedaje, alimentos y bebidas, y la demostración de costumbres y tradiciones ancestrales de la cultura Shuar.

Tabla 2. Actividades turísticas que se practican en emprendimientos de la comunidad Chuwitayu

Destino turístico	Actividades turísticas
Jardín botánico Jintim	Observación de plantas medicinales Medicina ancestral y natural Fotografía Caminata Observación de flora y fauna
Cueva de los Tayos	Leyendas Mitos Intercambio cultural shuar Espeleología
Cavernas Mayai Jee	Leyendas Mitos Senderismo Canyoning Camping Toma de ayawaska y guayusa Baño en laguna Visita a cascada (70m) Escalada y espeleología

Fuente: Trabajo en territorio, comunidad Chuwitayu.
Elaborado: Celin, Denis (2021)

5.2.2. Inventario de atractivos turísticos y actividades que se practican

Los escenarios turísticos de la comunidad shuar Chuwitayu se plasman en la demostración de su cultura, el intercambio cultural (danza, música, idioma, gastronomía y sus creencias), y los atractivos naturales (cuevas, cavernas, cascadas, mirador), los cuales se muestran a continuación:

Atractivo #1.

Datos generales

Nombre: Jardín botánico Jintim

Categoría: Manifestación cultural

Tipo: Etnografía

Subtipo: Etnografía particularista



Figura 5: Jardín botánico Jintim

Elaborado por: Celin, Denis (2021).

Ubicación: El Jardín Botánico Jintim se encuentra ubicado en el km 63 en la comunidad Chuwitayu, de la parroquia rural Simón Bolívar, cantón Pastaza, provincia de Pastaza.

Propietarios: El Jardín botánico Jintim es una empresa turística familiar del señor Felipe Wampash, perteneciente a la nacionalidad shuar.

Clima: La comunidad shuar Chuwitayu tiene un clima húmedo tropical con una temperatura que va desde 15° C a 32°C.

Característica: Está rodeado de flora y fauna, cuenta con más de 14.000 plantas medicinales, variedad de plantas ornamentales y frutales. Su principal producto es la elaboración de medicina natural, el ritual de shamanismo para la purificación del alma.

Actividad: Caminata, toma de ayawaska y guayusa, observación de plantas medicinales, fotografía, observación de flora y ritual de mitos y leyendas de la cultura shuar.

Precio: La entrada al atractivo es de 3.50 dólares adultos y 1.50 dólares menores, si desea realizar el tour completo en el Jardín botánico Jintim es 37 dólares y los horarios de atención es de 8 am hasta las 17 pm.

Recomendación: Llevar ropa cómoda, cámara fotográfica, poncho de agua o sombrilla,

protector solar y repelente de insectos.

Atractivo #2

Datos generales

Nombre: Cueva de los Tayos

Categoría: Sitio Natural

Tipo: Fenómeno Espeleológico

Subtipo: Cuevas



Figura 6: Cueva de los Tayos

Elaborado por: Celin, Denis (2021)

Ubicación: Se encuentra ubicado vía Puyo-Macas, en el km 63 en la parroquia Simón Bolívar, cantón y provincia de Pastaza. Desde la ciudad de Puyo se puede trasladar en buses públicos o en autos privados. El tiempo de traslado es de una hora y media hasta llegar al sitio.

Clima: Tiene un clima húmedo tropical con una temperatura que va desde 15° C a 32°C.

Propietario: Es el Señor Luis Kaniras, quien cuenta con una empresa turística familiar donde laboran la mayoría de los miembros de la familia.

Característica: Posee una extensión de 500 hectáreas de bosque primario donde habitan

muchas especies endémicas de la zona, su principal actividad turística es la cueva de los Tayos donde se puede realizar diveras actividades de deportes extremos y su objetivo es la preservación del medio ambiente.

Actividad: Senderismo, ruta de espeleología, intercambio cultural shuar, observación de flora y fauna, fotografía, caminatas y ritual de mitos y leyendas de la nacionalidad Shuar.

Costo: Los costos por paquete turístico es de $50, $60 y $70 dólares y el horario de atención es de 8h00 hasta 17h00.

Recomendación: Llevar ropa cómoda, cámara fotográfica, poncho de agua o sombrilla, protector solar y repelente de insectos.

Observación: No apto para las personas de tercera edad.

Atractivo # 3

Datos generales

Nombre: Cavernas Mayai Jee

Categoría: Manifestación cultural

Tipo. Etnografía

Subtipo: Etnografía particularista



Figura 7: Cavernas Mayai Jee

Elaborado por: Celin, Denis (2021)

Ubicación: Las Cavernas Mayai Jee se encuentran ubicadas en la vía Puyo-Macas en el km 63 en la parroquia Simón Bolívar, cantón y provincia de Pastaza.

Clima: Tiene un clima húmedo tropical con una temperatura que va desde 15° C a 32°C.

Propietario: Señor Luis Antonio Kaniras, la empresa turística es comunitario donde los miembros de la comunidad laboran en el centro comunitario.

Característica: La caverna Mayai Jee se encuentra en medio de la naturaleza rodeada de especies únicas de la zona, ofrece intercambio cultural de idioma, costumbres y tradición cultural shuar, su principal producto estrella es la cascada subterránea de 70 metros de profundidad y la laguna donde se realiza diferentes rituales de purificación.

Actividad: senderismo, baño en laguna, camping, canyoning, fotografía, observación de flora y fauna, visita a la cascada de 70m, escalada y espeleología.

Significado del nombre de la caverna: Mayai Jee (donde nace el viento).

Costo: El paquete turístico tiene un valor de 50 dólares por persona.

Recomendación: Llevar ropa cómoda, cámara fotográfica, poncho de agua o sombrilla, protector solar y repelente de insectos.

Observación: No apto para las personas de tercera edad

Los tres sitios turísticos que se encuentran en la comunidad shuar Chuwitayu hasta la actualidad se han mantenido en el mercado turístico local, nacional e internacional. Ofreciendo variedad de actividades, la actividad principal es el recorrido por las cuevas, convivencia cultural (danza, música, ritual de chamanismo, idioma y medicina natural), cascadas y la gastronomía típica de la localidad siendo la más demandada por los turistas.

5.2.3. Atractivos turísticos cercanos a la comunidad Shuar Chuwitayu

Existen seis emprendimientos turísticos que se encuentran ubicados en las comunidades vecinas de Chuwitayu, a una distancia estimada de tres a cuatro kilómetros, las actividades que ofrecen son similares a los sitios ya descritos con anterioridad, mismos que se enuncian a continuación:

- Emprendimiento de turismo comunitario Tsentsak Jea
- Emprendimiento de turismo comunitario Kaapar
- Bosque protector Arutam
- Emprendimiento de turismo comunitario Yankuam (comunidad Tsuraku)
- Emprendimiento de turismo comunitario Tuna (comunidad Tuna)
- Emprendimiento de turismo comunitario el Consuelo.

5.2.4. Servicios turísticos

En la comunidad Shuar Chuwitayu se logró identificar los siguientes servicios;

Servicio de Alimentación. - La comunidad shuar Chuwitayu tiene dos restaurantes que ofrecen el servicio de alimentación a todos los visitantes, turistas que deseen degustar de la gastronomía local (Tabla 3).

Tabla 3. Restaurantes de la comunidad Chuwitayu.

Establecimiento	Propietario	Dirección	Teléfono	Pax	Categoría
Restáurate los Tayos	Acosta chongo María Rosario	Comunidad shuar Chuwitayu	0984415958	20	Sin categoría
Restaurante Emita	Romero Mendoza Johana Avelina	Comunidad shuar Chuwitayu	0997239441	20	Sin categoría

Fuente: Trabajo en territorio, comunidad Chuwitayu
Elaborado por: Celin, Denis (2021).

Gastronomía. - La gastronomía típica de la comunidad shuar Chuwitayu principalmente ofrece el ayampaco de tilapia, caldo de armadillo, seco de gallina criolla, caldo de gallina criolla, y entre otra variedad culinaria típica.

Servicios de hospedaje. - Los tres atractivos turísticos ofrecen servicio de hospedaje, camping y alimentación (Tabla 4).

Tabla 4. Sitios de alojamiento.

Establecimiento	Propietario	Dirección	Pax	Categoría
Jardín botánico Jintim	Felipe Wampash	Chuwitayu	28	Sitio natural
Cueva de los Tayos	Luis Kaniras	Chuwitayu	20	Sitio natural
Comunitario cavernas Mayai Jee	Luis Antonio Kaniras	Chuwitayu	15	Sitio natural

Fuente: Trabajo en territorio, comunidad Chuwitayu.
Elaborado por: Celin, Denis (2021)

Servicios adicionales. - La comunidad ofrece como servicios adicionales siete tiendas que expenden productos de primera necesidad a disposición de la comunidad, visitantes y turistas, que son las siguientes:

- Abarrotes María Tsenkush
- Tienda Flavio Nurinkias
- MiniMarket Vasco Padilla
- Abarrotes María Sandu
- Tienda José Freire
- Tienda los Tayos
- Tienda María Alomoto

5.3. Resultado 3. Definir las características del producto turístico a implementar, con sus respectivos costos

Para definir las características del producto turístico, se consideró el estudio de demanda preliminar con el que cuenta la comunidad mediante estudios realizados con anterioridad que recogen información relevante a la caracterización del perfil del visitante, que llega a esta zona; datos que han sido consolidados durante los últimos semestres de la carrera profesional, por parte de los autores, como parte de trabajos de otras asignaturas. Así como también se aplicó encuestas a los pobladores de la comunidad, para con dicha información estructurar la Matriz de marco lógico y definir las principales características del producto a plantear.

5.3.1. Demanda Turística

Análisis de la demanda turística en la comunidad shuar Chuwitayu se basó en la recopilación de información durante el trabajo de campo realizado en los semestres anteriores a fines al proyecto turístico, se ha logrado caracterizar el perfil de la demanda turística mediante la encuesta de un total de 180 turistas que visitaron durante segundo semestre del año 2019 a los destinos turísticos: jardín botánico Jintim, Cueva de los Tayos y Cavernas Mayai Jee de la comunidad shuar Chuwitayu. A continuación, se puede visualizar los resultados.

Tabla 5. Rango etario

RANGO ETARIO		
EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18-25	45	25%
26-35	60	33%
36-45	40	22%
46-55	35	20%
TOTAL	180	100%

Fuente: Trabajo en territorio
Elaborado por: Cachumba, Johana (2021).

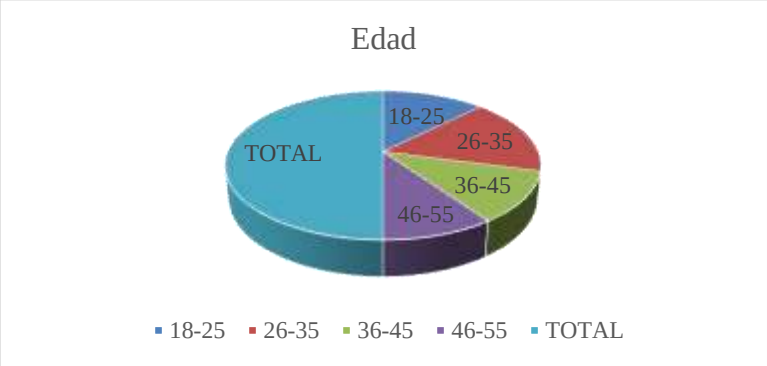


Figura 8: Edad de los turistas

La edad de los turistas que visitan los sitios turísticos de la comunidad Chuwitayu mayormente son adultos jóvenes, el 33% están entre 26 y 35 años, el 25% entre 18 y 25 años, el 22% entre 36 y 45 años y por último el 20% entre 46 y 55 años respectivamente. En relación con los resultados obtenidos el producto a ofertar será diseñado con las actividades adaptadas a gente joven, sin dejar de lado el diseño de las actividades de adulto mayor.

Tabla 6. Género de turistas que visitaron a los tres destinos turísticos de Chuwitayu

GENERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	105	58%
Femenino	75	42%
Total	180	100%

Fuente: Trabajo en territorio
Elaborado por: Cachumba, Johana (2021).

Figura 10: Procedencia

Elaborado por: Cachumba, Johana (2021)

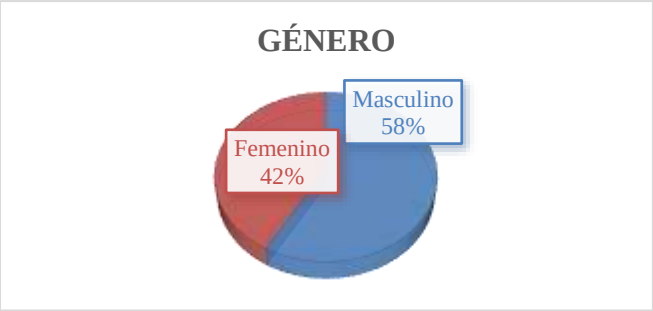


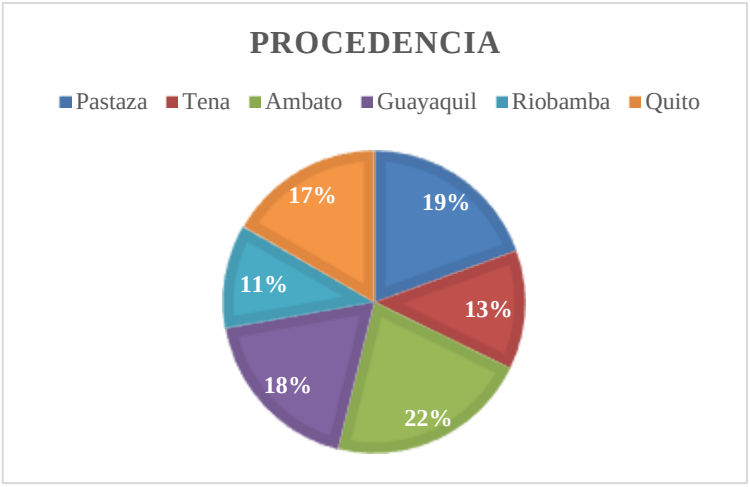
Figura 9: Género

El 58% corresponde a masculino y un 42% a femenino del total de personas registradas en el primer trimestre del 2021.

Tabla 7. Lugar de procedencia de turistas que visitaron Chuwitayu

Procedencia	Frecuencia	Porcentaje
Pastaza	35	19%
Tena	23	13%
Ambato	39	22%
Guayaquil	33	18%
Riobamba	20	11%
Quito	30	17%
Total	180	100%

Fuente: Trabajo en territorio
Elaborado por: Cachumba, Johana (2021).



La procedencia de los turistas que visitan los atractivos turísticos de la comunidad shuar Chuwitayu son en su mayoría nacionales, liderando con mayor porcentaje de visita los que provienen de la ciudad de Ambato con un 22% seguidamente de cantón Pastaza con un 19% respectivamente de los demás. Normalmente los turistas que suelen visitar son extranjeros, pero debido a la emergencia sanitaria a nivel mundial la ausencia de turistas internacionales ha sido notable.

Tabla 8. Ocupación de los turistas

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje
Profesional	65	36%
Estudiante	58	32%
Otros	57	32%
Total	180	100%

Fuente: Trabajo en territorio
Elaborado por: Cachumba, Johana (2021).



Figura 11: Ocupación

Elaborado por: Cachumba, Johanna (2021).

La mayoría de los turistas que visitan los atractivos son profesionales con un 36%, seguidamente con un 32% los que se dedican a otra actividad y por último los estudiantes con un 32% que realizan diversas actividades, lo que nos indica es que se debe ofertar productos de acuerdo con las exigencias de la demanda.

Pregunta 1. ¿Considera usted que es necesario diseñar un nuevo producto turístico en la comunidad shuar Chuwitayu?

Tabla 9. Aceptación de producto turístico

Aceptación de producto turístico	frecuencia	porcentaje
Si	180	100%
No	0	
Total	180	100%



Elaborado por: Cachumba, Johana (2021)

Figura 12: Aceptación del producto

Elaborado por: Cachumba, Johana (2021).

En su mayoría están de acuerdo que oferten nuevos productos turísticos en la zona y que cumpla con las exigencias del demandante para que pueda ser exitoso el atractivo.

Pregunta 2. ¿Qué tipo de producto turístico le gustaría que implemente?

Tabla 10. Tipo de producto turístico

Tipo de producto	Frecuencia	Porcentaje
Lodge cosmovisión shuar	50	28%
Turismo Educativo	45	25%

Restaurante temático cosmovisión shuar	38	21%
Cabañas mixtas	47	26%

Elaborado por: Cachumba, Johana (2021).

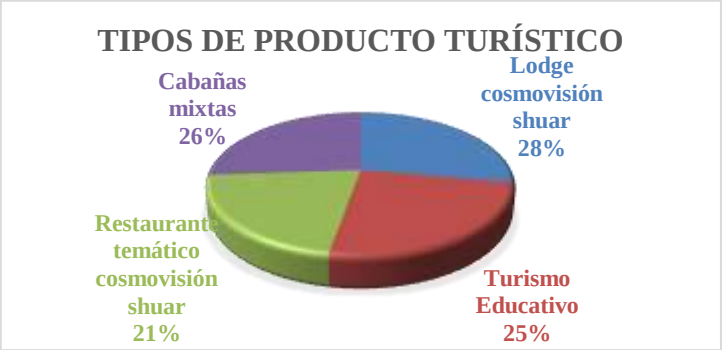


Figura 13: Tipo de producto

Elaborado por: Cachumba, Johana (2021).

El 28% corresponde al producto de un lodge con diseño arquitectónico shuar, el 26% corresponde a la cabaña mixta, el 25% corresponde a una torre de avistamiento de aves y un 21% corresponde a un restaurante temático con cosmovisión shuar.

Pregunta 3. ¿Cuáles son los motivos de viaje a la comunidad shuar Chuwitayu?

Tabla 11. Motivos de viajes

Motivo de viaje	Frecuencia	Porcentaje
Turismo	73	41%
Vacaciones	35	19%
Negocio	18	10%
Trabajo	24	13%
Otros	30	17%
Total	180	100%

Elaborado por: Cachumba, Johana (2021).



Figura 14: Motivos de viaje

Elaborado por: Cachumba, Johana (2021)

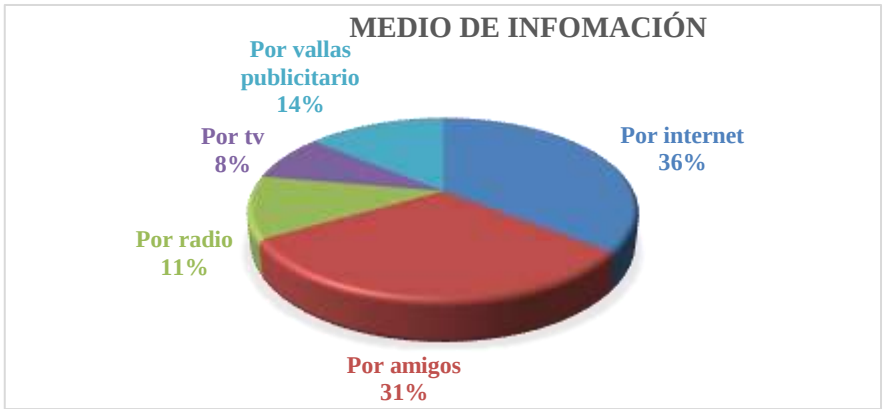
Según los resultados la mayoría viaja por motivo de turismo con un 41%, un 19% por vacaciones y el 17% por otros motivos respectivamente de los demás. Lo que significa que los motivos de viaje por turismo son altas dando una factibilidad viable al diseño de un nuevo producto turístico dirigido a un segmento específico de turistas.

Pregunta 4. ¿Por qué medio obtuvo la información del destino turístico de Chuwitayu?

Tabla 12. Medio de información

Medio de información	Frecuencia	Porcentaje
Por internet	64	36%
Por amigos	56	31%
Por radio	20	11%
Por tv	15	8%
Por vallas publicitario	25	14%
Total	180	100%

Elaborado por: Cachumba, Johana (2021).



Elaborado por: Cachumba, Johana (2021).

La mayoría responde que obtuvieron la información de actividad turística de Chuwitayu por internet con un 36% y un 31% por medio de los amigos, lo que significa que hay que enfocarse en la promoción y marketing digital al presentar un nuevo producto turístico para captar turistas a nivel nacional e internacional.

Pregunta 5. ¿Cuál es el tiempo de permanecía durante el viaje a los sitios turísticos de la comunidad Chuwitayu?

Tabla 13. Tiempo de estadía

Tiempo	Frecuencia	Porcentaje
horas	25	14%
un día	47	26%
2días	88	49%
3 días	12	7%
4días o más	8	4%
Total	180	100%

Elaborado por: Cachumba, Johana (2021).



Figura 16: Tiempo de permanencia

Elaborado por: Cachumba, Johana (2021)

El tiempo de permanencia en los destinos turísticos de la comunidad shuar Chuwitayu con un 49% es de dos días, seguidamente con un 26% de un día y por último con un 14% por horas, lo que indica que al construir una cabaña se puede tener rentabilidad por el hospedaje.

Pregunta 6. Usted viaja a través de:

Tabla 14. Viaja a través de:

viaja a través de:	Frecuencia	Porcentaje
Agencia de viaje	60	33%
De forma independiente	120	67%
Total	180	100%

Elaborado por: Cachumba, Johana (2021).

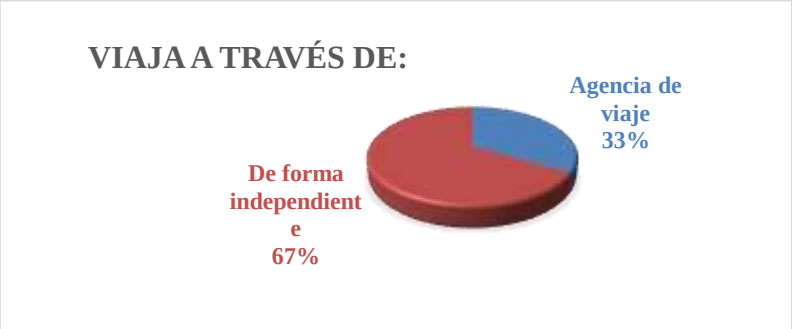


Figura 17: Viaja a través de:

Elaborado por: Cachumba, Johana (2021)

El 67% manifiestan que viajan de forma independiente a los destinos turísticos y un 33% suele ocupar los servicios de agencias de viaje.

Pregunta 7. ¿Qué tipo de actividades le gustaría que incluya en un nuevo producto?

Tabla 15. Actividad turística

Actividad	Frecuencia	Porcentaje
Avistamiento de aves	25	14%
sitio natural (cascada, cuevas, ríos)	45	25%
Turismo comunitario (convivencia cultural)	35	19%
Observación de flora y fauna	30	17%
Degustación culinaria	25	14%
Agroturismo	20	11%
Total	**180**	**100%**

Elaborado por: Cachumba, Johana (2021).



Figura 18: Actividad turística a desarrollar

Elaborado por: Cachumba, Johana (2021)

Las actividades turísticas con mayor afluencia de visita son sitios naturales con un 25%, seguidamente con un 19% turismo comunitario y por último con un 17% observación de flora y fauna relativamente a los de más atractivos. Los turistas prefieren visitar y conocer los atractivos naturales y las costumbres y tradiciones de una cultura lo que hace factible desarrollar un nuevo producto turístico basando en estos parámetros.

Pregunta 8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete turístico día/persona?

Tabla 16. Precios

Precios	Frecuencia	Porcentaje
15 a 20 dólares	70	39%
25 a 30 dólares	66	36%
35 a 40 dólares	30	17%
45 a 50 dólares	14	8%
Total	180	100%

Elaborado por: Cachumba, Johana (2021).



Figura 19: Precios por paquete turístico

Elaborado por: Cachumba, Johana (2021)

La mayoría de los turistas desean pagar por los servicios turísticos de 15 a 20 dólares, un 36% desea pagar de 25 a 30 dólares y por último un 17% desea pagar de 35 a 40 dólares por persona. Lo que indica que se debe tomar en cuenta al momento de establecer precios fijos los resultados obtenidos.

Pregunta 9. ¿En qué época del año suele viajar?

Tabla 17. Periodo de viajes

Periodo	Frecuencia	Porcentaje
Inicio del año	35	20%
A mediados de año	60	33%
A finales del año	85	47%
Total	180	100%

Elaborado por: Cachumba, Johana (2021).



Figura 20: Periodo de viajes

Elaborado por: Cachumba, Johana (2021)

La mayoría de los turistas no tienen estacionalidad, pero se puede ver que un 47% suele viajar a finales del año mientras el 33% a mediados del año y por último un 20% al inicio del año. Se puede decir que la mayoría viaja al finalizar el año debido al trabajo, negocio y estudio.

Perfil de turistas nacionales

Según estudios realizados con anterioridad, se puede determinar que los turistas que llegan a la comunidad shuar Chuwitayu a visitar los 3 sitios turísticos, tienen una edad promedio de 26 a 35 años de edad y en su mayoría son de género masculino. Según los lugares de procedencia de los turistas mayoritariamente llegan quienes proceden de la ciudad de Ambato, seguidamente los provenientes de Pastaza y por último los residentes de la ciudad de Guayaquil. Un 36% de turistas que visitan los atractivos turísticos que se encuentran ubicados en la comunidad Chuwitayu son profesionales mientras el 32% se dedican a otras actividades. El 100% turistas que han visitado los atractivos turísticos de la comunidad dicen que sería factible crear un nuevo producto turístico con variedad de actividades identificando al segmento de turistas que desee captar. Los motivos de viajes de turistas en su mayoría con un 41% es el turismo, seguidamente las vacaciones del año con un 19%. La información que obtuvieron los turistas acerca de las actividades turísticas de la comunidad Shuar Chuwitayu con un 36% es del internet y un 31% por medio de los amigos y otros por la radio y vallas publicitarias. Un 49% de turistas desean permanecer 2 días en el lugar y un 26% durante un día. El 67 % de turistas nacionales viajan de forma independiente a los sitios turísticos, mientras 33% realizan planificación de viaje por medio de agencias de viajes para poder visitar los sitios turísticos de su interés. Las actividades con mayor demanda con un 25% son los sitios naturales, seguidamente con un 19% turismo comunitario y respectivamente con un 19% la observación de flora y fauna de la zona. El 39% de turistas desean pagar un monto de 15 a 20 dólares, mientras con un 36% desea pagar de 25 a 30 dólares y el 17% desea pagar 35 a 40 dólares respectivamente por los servicios turísticos brindados. Los turistas con un 47% suelen viajar a finales del año, mientras un 33% a mediados del año y por último un 20% al inicio del año. En resumen, el perfil de turista nacional que visita los sitios turísticos ubicados en la comunidad shuar Chuwitayu es de un segmento juvenil, en su mayoría profesional que están dispuestos a pagar un monto promedio de 25 a 30 dólares por persona por los servicios turísticos ofertados durante su estadía. La estacionalidad de

visitas a sitios naturales es durante todo el año, por ende es viable diseñar un nuevo producto turístico cumpliendo las necesidades de la demanda del turista.

Luego de este levantamiento se información se aplicó una encuesta dirigida a los pobladores, para determinar el interés de la participación local en el desarrollo turístico de la comunidad, cuyos resultados se muestran a continuación:

Análisis de datos de la encuesta aplicada a la población involucrada

Para definir el interés de la población local en participar en el proceso de desarrollo de un nuevo producto turístico en la localidad se verificó a través de la recolección de información en territorio (comunidad Chuwitayu), los siguientes datos:

- Número de socios:800
- Número de restaurantes: 2
- Número de tiendas: 7
- Número de actividad turística: 3

Los datos obtenidos en la encuesta, indican que la población beneficiaria que conforma la comunidad se conforma de la siguiente manera:

Tabla 18. Rango etario

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18-25	85	33%
26-35	75	29%
36-45	60	23%
46-55	40	15%
TOTAL	260	100%

Elaborado por: Celin, Denis (2021).

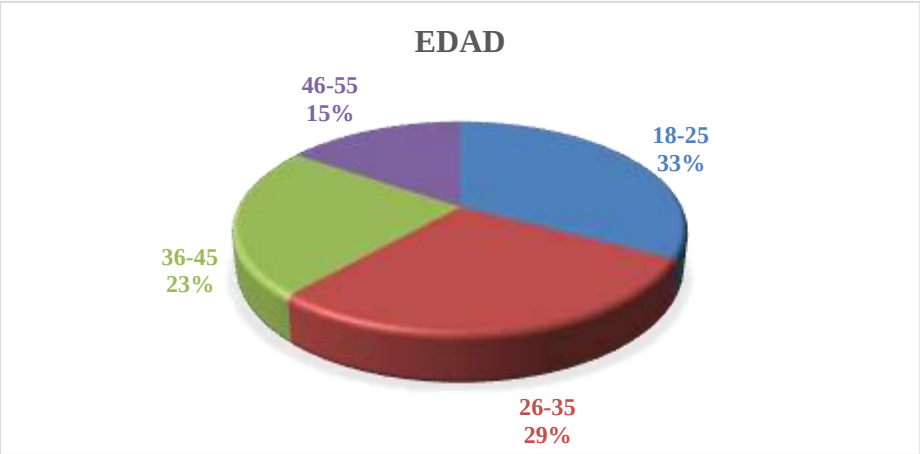


Figura 21: Edad

Elaborado por: Celin, Denis (2021).

La edad de la población Chuwitayu está conformada de la siguiente manera: con un 33% son jóvenes de 18 a 25 años, con un 29% son jóvenes adultos de 26 a 35 años, con un 23% son adultos de 36 a 45 años, se denomina población joven.

Tabla 19. Género de los habitantes de la comunidad

Genero	Frecuencia	Porcentaje
Mujer	123	47%
Hombre	137	53%
Total	260	100%

Elaborado por: Celin, D.



Figura 22: Género

Elaborado por: Celin, Denis (2021)

El 53% son masculino y un 47% corresponde a femenino del total de población Chuwitayu

Tabla 20. Ocupación

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje
Profesional	12	5%
Agricultor	87	33%
Ama de casa	65	25%
Estudiantes	66	25%
Otros	30	12%
Total	260	100%

Elaborado por: Celin, Denis (2021)



Figura 23: Ocupación

Elaborado por: Celin, Denis (2021).

El 33% corresponde a los agricultores, 25% corresponde a ama de casa, el 25% corresponde a estudiantes y el 12% se dedican a otra actividad.

Pregunta 1 ¿Considera usted que es necesario la oferta turística en la comunidad?

Tabla 21. Aceptación del producto

Aceptación del producto turístico	Frecuencia	Porcentaje
Si	255	98%
No	5	2%
Total	260	100%

Elaborado por: Celin, Denis (2021)



Figura 24: Aceptación de un nuevo producto

Elaborado por: Celin, Denis (2021)

El 98% de la población de Chuwitayu considera que es necesario la oferta turística en la comunidad y un 2% cree que no es necesario.

Pregunta 2. ¿Qué actividades le gustaría que se implemente en el atractivo turístico?

Tabla 22. Actividad turística

Actividad	Frecuencia	porcentaje
Avistamiento de ave	98	38%
Mirador	49	29%
Deporte extremo	37	14%
Pesca deportiva	76	19%
Total	260	100%

Elaborado por: Celin, Denis (2021).



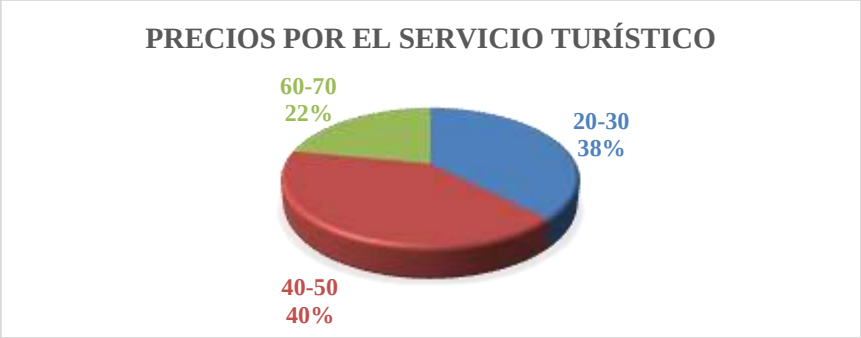
El 38% le corresponde a la actividad de avistamiento de ave, el 29% le corresponde a pesca deportiva, el 19% a la actividad de mirador y un 14% a deportes extremos.

Pregunta 3. ¿Qué precio debería cobrar por los paquetes de servicios ofertados?

Precio por servicio turístico	Frecuencia	Porcentaje
20-30	98	38%
40-50	105	40%
60-70	57	22%
Total	260	100%

Tabla 23. Precios por servicios turísticos

Elaborado por: Celin, Denis (2021).



Elaborado por: Celin, D.
Figura 26: Precios del servicio turístico

El 40% corresponde a 40-50 dólares por paquetes turísticos, el 38% le corresponde a 20-30 dólares por paquete turístico y un 22% le corresponde a 60-70 dólares por paquete turístico.

Pregunta 4. ¿Qué servicio le gustaría que ofrezca el atractivo?

Tabla 24. Servicios turísticos

Servicio turístico	Frecuencia	Porcentaje
Alojamiento	105	40%

Alimentación	120	46%
Entre otros	35	14%
Total	260	100%

Elaborado por: Celin, Denis (2021)



Figura 27: Servicios turístico

Elaborado por: Denis, D.

El 46% corresponde al servicio de alimentación, el 40% le corresponde al servicio de alojamiento y un 14 % a otros servicios complementarios.

Análisis de los habitantes de Chuwitayu

La población de Chuwitayu en su mayoría es joven el 33% corresponde a 20 y 25 años, un 29% corresponde a los jóvenes adultos de 26 y 35 años de edad, que viven en la comunidad, promedio de hombres es de un 53% y mujeres un 47% de la población y el 33% son agricultores, 25% ama de casa y estudiantes y un 12% se dedica a otra ocupación y un 5% son profesionales del total de la población Chuwitayu. Según los resultados obtenidos de la encuesta, es una buena opción desarrollar un nuevo producto en el sector ya que todos son parte del beneficio de forma directa o indirecta.

Finalmente, se consideró oportuno realizar una entrevista a los emprendimientos turísticos existente en la comunidad, para conocer su expectativa para involucrarse de forma conjunta y participativa en el desarrollo del turismo en esta zona, cuyos resultados se muestran a continuación:

5.3.2. Datos de la entrevista

Tabla 25. Entrevista a los propietarios de los destinos turísticos comunidad

Chuwitayu.

Entrevista realizada a los propietarios de los tres atractivos turísticos	
¿UD. Cree que hay potencialidad turística y que se puede crear más actividades turísticas en el sector?	Sí, hay mucha potencialidad turística en el sector, pero para mantener es muy difícil si no tienes el segmento de turistas a quien va dirigido sus productos, si se crea un nuevo atractivo debe identificar cual va a ser su producto estrella.
¿Cómo ha sido el proceso de desarrollo de su emprendimiento turístico?	Nace de la necesidad de trabajar y aprovechar los sitios naturales, dar a conocer nuestra cultura y costumbre a los demás y en la actualidad estamos en el mercado turístico. Ofreciendo nuestro producto principal que son las cuevas y medicinas naturales desde la cosmovisión ancestral shuar y otros servicios complementarios.
¿Cuál es la temporada alta de visita de los turistas?	Durante todo el año tenemos vistas al atractivo, vienen los estudiantes universitarios a realizar sus investigaciones y el mes con más afluencia son julio, agosto y septiembre.
¿Cuál es la ventaja y desventaja de crear un nuevo emprendimiento turístico?	La ventaja es que puedes tener su propia empresa y generar fuentes de empleo a la población y la desventaja es que ganar espacio en el mercado turístico lleva tiempo se necesita un bue marketing.
Crear un nuevo atractivo turístico en el sector, ¿UD. cree que es una competencia?	Sí, es una competencia directa, pero nos ayuda a mejorar de alguna forma.

Elaborado por: Celin, Denis (2021).

Según los resultados de la entrevista indica que es factible diseñar un nuevo producto turístico tomando en cuenta los riegos que podría generar durante el desarrollo de esta, pero es muy alta la probabilidad de éxito de un nuevo atractivo.

Tabla 26. Entrevista a los socios de la comunidad Chuwitayu

Entrevista realizada a la comunidad Chuwitayu	
Preguntas	Respuestas
¿Considera que en la comunidad Chuwitayu hay mucha o poca afluencia de turistas, y a que se debe?	Hay mucha afluencia de turistas extranjeros que vistan a los atractivos que se encuentran ubicados dentro de nuestra comunidad, pero en sí, la comunidad no es muy visitado ya que esta al paso.
¿Qué productos turísticos debería implementar para atraer la atención de los	Hay tres actividades turísticas en la comunidad, pero todos ofertan lo mismo, lo que debería implementar es una variedad de servicios y actividades diferentes a los demás

turistas locales y nacionales en la comunidad Chuwitayu?	
¿Las infraestructuras turísticas de las comunidades que se dedican al turismo comunitario son adecuadas?	Si son buenas las infraestructuras, pero le falta diseñar para que se vea elegante llamativo las cabañas.
¿Qué tipo de actividad turística es la que con frecuencia se practica en la comunidad Chuwitayu?	Las actividades turísticas más practicadas por los turistas son las visitas a las cuevas, cascadas, ritual ancestral y la degustación de la gastronomía local.
¿Conoce de algún medio que promocione las actividades turísticas existentes en la comunidad?	Las redes sociales que los dueños de cada actividad crean y ofertan sus productos, el GAD provincial de Pastaza que es otro medio de publicidad que da a los atractivos de la comunidad
¿Ud. tiene conocimiento en que mes del año hay la afluencia de turistas en la comunidad Chuwitayu?	Hemos visto que durante todo el año hay visitas especialmente extranjeras, pero el mes con más turistas son agosto y septiembre donde hay turistas locales nacionales y también visitan estudiantes universitarios.
¿Considera usted si crean un nuevo atractivo turístico le beneficiara?	Sí creo, porque podríamos trabajar, los que tienen negocio podrían tener más venta de sus productos y así todos nos beneficiamos de laguna manera.
¿Ud. cree que para brindar un mejor servicio es necesario realizar talleres de capacitación y cursos que mejoren la atención al cliente?	Sí, porque a través de cursos de capacitación, talleres hemos ido mejorando, por ejemplo; cursos de guía, cursos de manipulación de alimentos entre otros. Todos los cursos son pagados por cuenta propia ya que la entidad pública no apoya mucho a este sector.
¿En que han innovado en la infraestructura turística en los últimos años?	Se ha ido innovando las cabañas y aumentando actividades como, por ejemplo: antes no había hospedaje hoy en día si ofrecemos cabañas y lugar de campin según la comunidad de turista para que se pernocte.
¿UD. Cree que las autoridades deberían incentivar más al turismo?	Sí, Porque sería una buena opción para los nuevos emprendimientos que pueden ser una oportunidad de trabajo, pero lo que incentivan las autoridades competentes es a la producción agrícola para ese sector hay mucho apoyo.

Elaborado por: Celin, Denis (2021).

Según los resultados de análisis de información de la comunidad beneficiaria, indican que es factible la creación de un nuevo producto turístico en el sector, ya que cuenta con recursos naturales potenciales, recursos culturales de la nacionalidad shuar y entre otros factores complementarios en el entorno a desarrollar la actividad turística. Por ende, la población receptora que tiene algún negocio se beneficiaria de forma directa o indirecta con la propuesta de diseñar un nuevo producto turístico en el sector.

Conforme a los resultados obtenidos en la encuesta y entrevista, aplicadas a la población de Chuwitayu de la parroquia Simón Bolívar, cantón Pastaza, provincia Pastaza. Se identifica los factores complementarios, los beneficios a la población receptora y la viabilidad de desarrollar un nuevo producto turístico con éxito. Donde se va a realizar lo siguiente:

- Análisis de matriz marco lógico (Swisscontact)
- Características del diseño producto turístico
- Análisis de costos

5.3.3. Análisis de matriz marco lógico

Análisis de los involucrados

Según la investigación recopilada a través de la encuesta y entrevista realizada a los moradores de la comunidad shuar Chuwitayu se ha logrado identificar algunos factores, necesidades y beneficio en proceso de toma de decisión de diseñar un nuevo producto en la zona, a continuación, los siguientes detalles:

5.3.3.1. Matriz de involucrados

Tabla 27. Matriz de los involucrados

MATRIZ DE INVOLUCRADOS									
Involucrados	**Interés**	**Problemas percibidos**	**Conflictos**	**Estrategia**	**Acuerdos y compromisos**	**Impacto**	**Peso de importancia**	**Recursos**	**Actividad**
a. socios	fuentes de empleo	falta de empresas que generen empleo en el sector	falta de conocimiento en área turística	apoyar al compañero socio en su emprendimiento	apoyar en el proceso de desarrollo de la actividad turística	2	1. f	humano	involucrar en la actividad turística y dar a conocer su beneficio
b. turistas	innovación de atractivos	mejorar la infraestructura	no hay información turística	Obtiene información turística por los amigos	visitar al nuevo atractivo	3	2.b	económico	visitar al atractivo turístico kakaram Tayu
c. trasporte	utilizar el transporte público bus	los turistas no conocen el lugar	incremento de cooperativas de transporte publico	brindar una buena atención al cliente	mejorar los horarios de circulación a la comunidad	2	3.a	humano	mantener el precio fijo sin elevar el coste
d. GADs	incentivar al emprendimiento	falta de presupuesto	no hay apoyo la comunidad	buscar proyectos directos al desarrollo turístico local	apoyar con el mantenimiento de las vías de acceso para que este en un buen estado para la circulación de vehículos	2	4.c	económico	parte del desarrollo de la actividad turística
e. MINTUR	promocionar al atractivo	desinterés de la entidad	ineficiencia de funciones	apoyar con publicidad	ser parte del proceso de desarrollo de la actividad turística	1	5. d	intelectual	inspeccionar el atractivo para dar respectiva legalidad del lugar
f. propietario	emprender su propio negocio	no hay apoyo ni incentivo por parte de las autoridades competentes	adquirir capital inicial para la construcción	buscar apoyo de inversión en la ONG y realizar un préstamo para la construcción	dar empleo a la comunidad (socios)	3	6. e	económico	construir el complejo turístico kakaram Tayu y promocionarlos

Elaborado por Denis Celin (2021)

Análisis del árbol de problemas

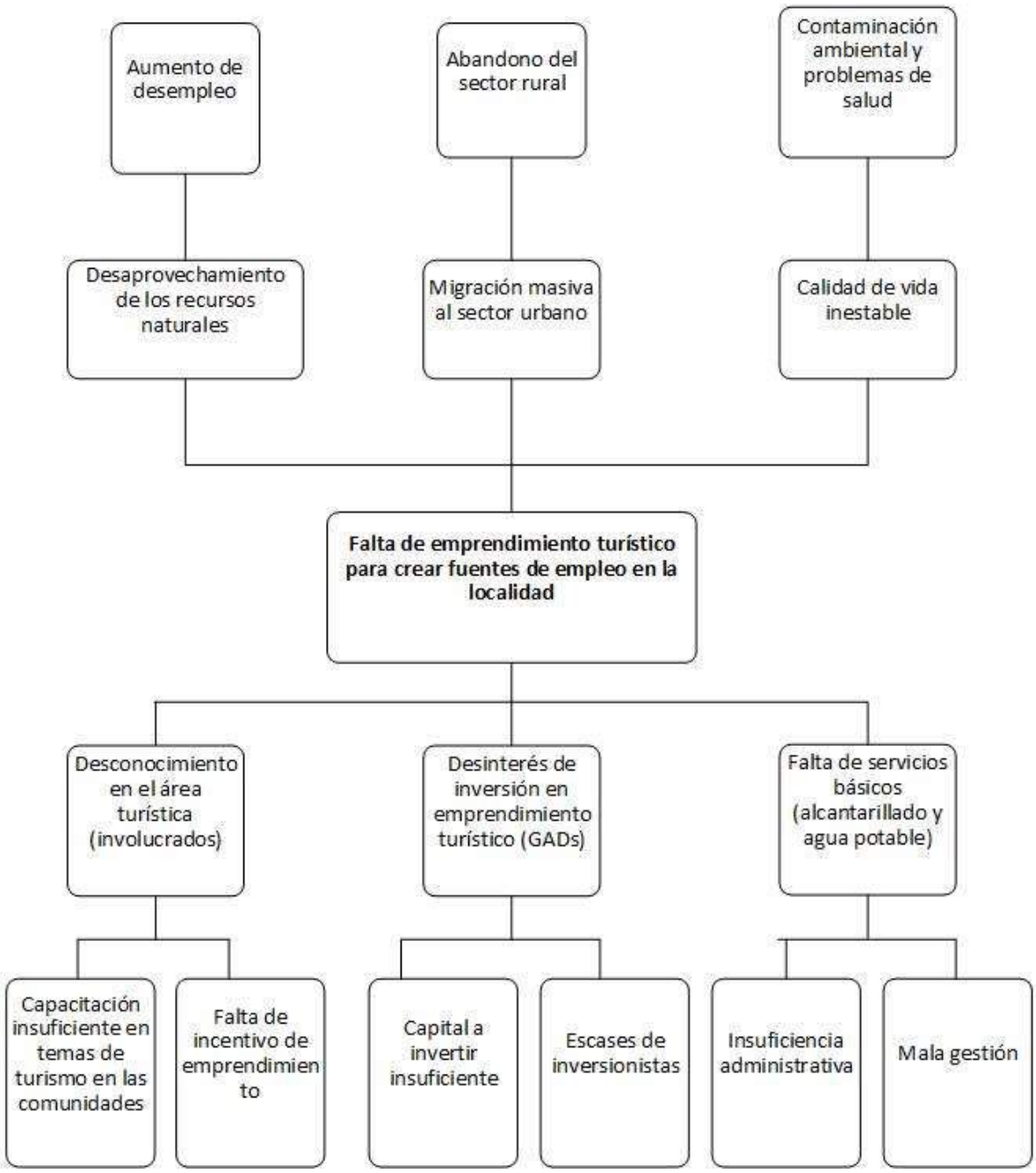


Figura 28: Árbol de problemas

Elaborado por: Celín, Denis (2021).

Análisis de árbol de objetivo

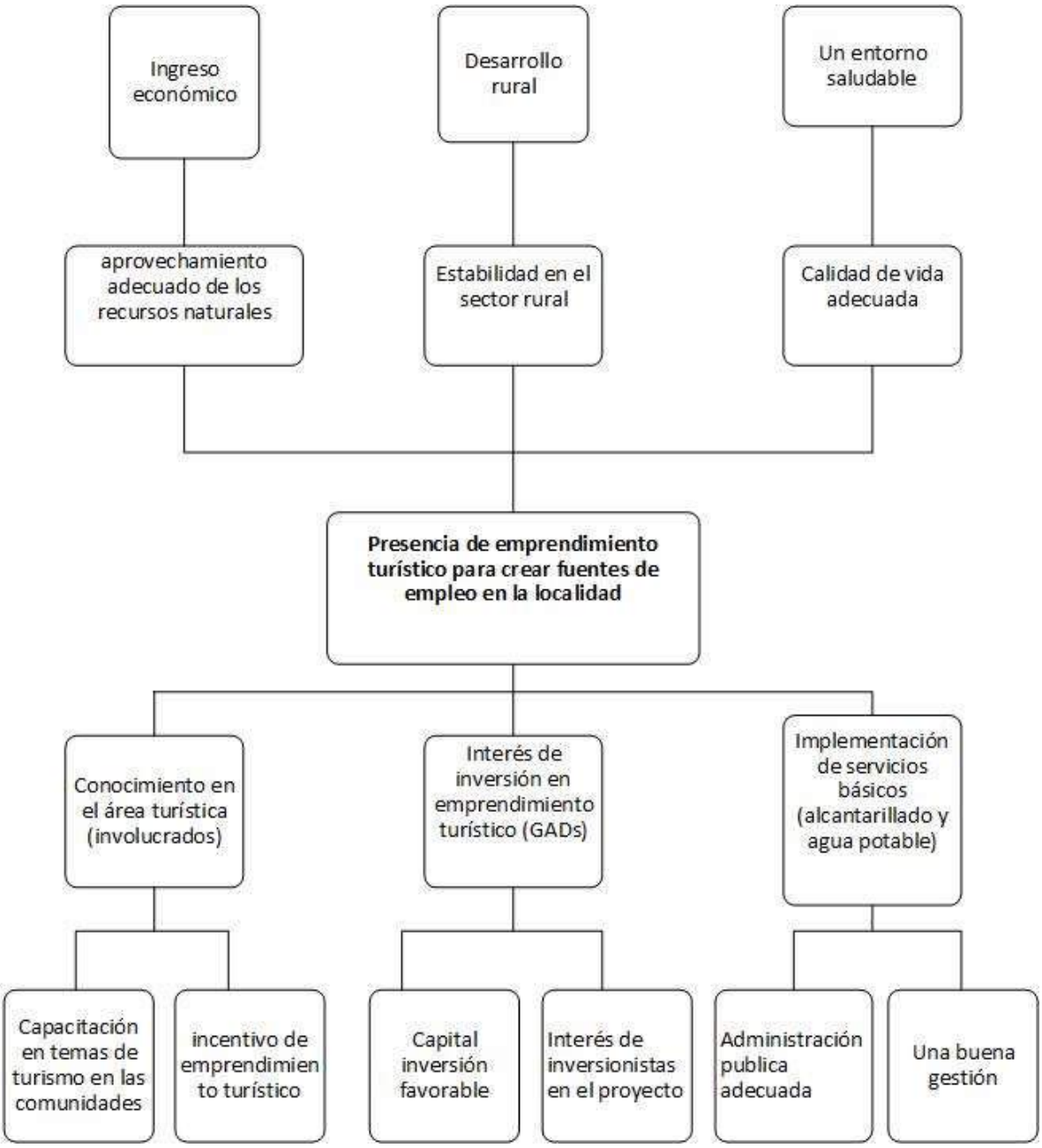


Figura 29: Análisis de árbol de objetivos

5.3.3.2. Cuadro análisis alternativa

Según el análisis de árbol de objetivos se realizó algunas alternativas para cumplir con el objetivo propuesto.

Tabla 28. Análisis de alternativas

Selección de alternativas		Beneficio económico		Objetivo de impacto ambiental positivo		Gasto costo		Desarrollo de construcción puntaje de la alternativa		puntaje de la alternativa total
Ponderado		35%		20%		30%		15%		100%
Emprendimiento turístico	3	1,08	0	0	3	1,09	3	0,48		2,65
Utilizar estrategias de marketing	3	1,09	0	0	3	1,09	3	0,46		2,63
Realizar capacitación a los socios	2	0,8	0	0	2	0,7	2	0,7		2,2
Garantizar seguridad a los turistas	3	1,08	0	0	3	0,8	3	0,43		2,31
Variedad de actividad turística	2	0,9	0	0	2	0,9	3	0,48		2,28

Elaborado por: Celin, Denis (2021).

5.3.3.3. Diseño de la matriz marco lógico

Tabla 29. Matriz marco lógico

MATRIZ MARCO LÓGICO			
Resumen narrativo	**Indicadores**	**Medios de verificación**	**Supuestos**
Fin Emprender un diseño de producto turístico que ayude a desarrollar económicamente a la comunidad Chuwitayu	Desarrollo rural a través de emprendimientos turísticos	Mediante el índice de empleos generados en la localidad	Generación de empleos para la comunidad receptora
Propósito Reactivar económicamente a la comunidad Chuwitayu con los emprendimientos turísticos a largo plazo	Legalizaciones de los atractivos en el misterio del turismo de Pastaza	Integración a las asociaciones de sector turístico de la parroquia Simón Bolívar	Convenio con el departamento de turismo municipal y provincial de Pastaza
Componentes a, talleres de capacitación en el área de turismo b, cursos de atención al cliente y manipulación de alimentos c, cursos de guía para brindar un excelente servicio d, curso de capacitación en formación de lideres e, talleres técnicos de emprendimiento turístico para generar productos de calidad y comodidad del usurario turístico.	a, convenios con las autoridades competentes en el sector público b, presentar proyectos con las organizaciones no gubernamental conjuntamente con la asociación de líderes indígenas de Pastaza c, inversión propia para adquirir conocimiento en área turística	Certificación otorgada por la institución calificada como es el Ministerio de Turismo del Ecuador, Certificado otorgado por la asociación de quías de ecuador, Diplomas otorgada por la institución autorizada de la actividad turística.	a, Institución autorizada para brindar cursos de capacitación. b, Aceptación de la comunidad shuar Chuwitayu en aprender sobre la actividad turística. c, Personal capacitado y polifuncional en el sector turístico
Actividades a, diseñar un nuevo producto turístico en la comunidad Chuwitayu. b, aprobación y factibilidad de un nuevo producto turístico. c, adquisición de terreno en donde se va diseñar el producto turístico. d, identificación de atractivos innovadoras e, legalización de un nuevo producto turístico en el sector. f. convenios con las organizaciones indígenas para talleres de capacitación.	a, coste del diseño profesional de un nuevo producto turístico, 15.000 dólares. b, proyecto de factibilidad. c, dos hectáreas coste, 10.000 dólares. d, diseños de senderos, piscinas de peces y mirador, 3.000 dólares. e, documentos legales, 2.000 dólares. f. COICA sin fines de lucro.	A través de: Facturas Recibos Recaudado durante el proceso de ejecución de un nuevo diseño turístico	Registros de costes y gastos por medio de la contabilidad realizada durante el proceso de producción de un nuevo diseño turístico

g, buscar inversionistas para la ejecución de un nuevo producto. h, evaluación financiera del coste de la producción de un nuevo diseño turístico en el sector	g, presentar proyecto a instituciones privadas. h. total de inversión a utilizar, 60.000 i, total inversión 81mil dólares americanos	

Elaborado por: Celin, Denis (2021)

Análisis de viabilidad de producto turístico.- Una vez estructurado el análisis del Marco lógico del diseño de un producto turístico en la comunidad Chuwitayu se puede afirmar que es factible crear un nuevo producto turístico denominado Lodge (kakaram Tayu) cumpliendo todas las medidas y disposiciones para la construcción de un lodge y la legalización del mismo.

5.3.4. Características del producto turístico a diseñar

5.3.4.1. Datos generales

Ubicación.- El lodge estará ubicado en la comunidad shuar Chuwitayu parroquia Simón Bolívar, cantón Pastaza, provincia Pastaza



Figura 30: Mapa de elaboración del producto turístico Lodge kakaram Tayu

Elaborado por: Celin, Denis (2021).

Limites

Norte: con la finca del Sr. Pablo Ampush

Sur: con la finca del Sr. Jhon Molina

Este: vía pública de los finqueros

Oeste: vía Puyo-Macas

5.3.4.2. Diseño técnico

Para proceder a diseñar el producto turístico, en este caso según los resultados obtenidos de la investigación sería un lodge con características arquitectónicas de la cosmovisión shuar.

Nombre de la empresa a diseñar: **Lodge Kakaram Tayu** (ave fuerte) será el nombre comercial e identificación única en el mercado turístico de la provincia de Pastaza.

Eslogan de la empresa: "El futuro de la naturaleza está en tus manos"

Logo de la empresa



Figura 31: Logo del Lodge Kakaram Tayu
Elaborado por: Celin, Denis (2021).

El diseño del lodge Kakaram Tayu está ubicado a 150m de la comunidad Chuwitayu, parroquia Simón Bolívar, cantón Pastaza, provincia Pastaza. En la vía Puyo-Macas a 63km. Para llegar al Lodge se debe dirigir hacia la terminal terrestre de la ciudad de Puyo, en las cooperativas de transporte que se dirigen hacia la ciudad Macas, para poder viajar desde la ciudad de Macas debe dirigir hacia la terminal terrestre de la ciudad de Macas en buses que viajan hacia la ciudad de Puyo y bajar del transporte en la comunidad Chuwitayu ya que está ubicado en la vía principal de la Troncal amazónica.

El terreno destinado para la construcción del lodge es de 2 hectáreas, dentro de ello se divide en 500 metros cuadrados para la construcción de cabañas, a 50m de distancia estará ubicado el mirador, a 40 metros de distancia desde la cabaña principal estará ubicada las piscinas de peces y desde la cabaña principal a 10 metros estará ubicado la cancha deportiva destinada como área de recreación y zona de camping. Las áreas del Lodge Kakaram Tayu está distribuido de la siguiente estructura física y dimensión:

- Constará de 4 cabañas destinado para hospedaje, cada cabaña tendrá 2 habitaciones matrimoniales, una triple con sus respectivos sala, baño privado y amobladas.
- La cabaña principal está estructurada de una recepción, sala de espera, 2 habitaciones matrimoniales, baños de dama y caballero.
- Una cabaña estará destinada para realizar eventos, rituales ancestrales, presentación de danza, música y una parte de ella estará destinada exclusivamente para área de venta de artesanías y medicina natural.
- Una cabaña estará destinada para área de uso exclusivo de alimentos y bebidas dando un total de 7 cabañas con sus respectivos usos.
- Hacia la parte izquierda de la entra principal estará ubicado el parqueadero
- Las cabañas serán construidas con material de la zona (paja toquilla, madera, y entre otros materiales)

Las medidas serán de 6m x 10m las cabañas destinadas para el hospedaje. La de sala de evento y restaurante será de 8m x 12m para que haya espacio y comodidad. La cabaña principal será de 6m x 8m de construcción. La capacidad máxima será de 20 personas, ya que las habitaciones de la cabaña principal serán destinadas a los trabajadores. Además, contará con área de camping para los amantes de la naturaleza con vista al río Pastaza. El

área destinada para el Lodge estará conectada por senderos previamente diseñados como senderos de orquídea conectando a las 3 principales actividades mirador, área de pesca deportiva y área de recreación.

Espacios destinados

Tabla 30. Fotografía del espacio de construcción del atractivo

Área destinada para el diseño de lodge Kakaram Tayu	
MIRADOR 	Estará ubicada a 50 metros del área de lodge conectado por el sendero ecológico orquídea
PISCINA DE PECES 	Se construirá 3 piscinas de peces de 8m x 10m, para el desarrollo de la actividad de pesca deportiva estará ubicado a 40 metros desde el área de construcción de la cabaña
ÁREA RECRATIVA 	En este espacio se construirá canchas deportivas juegos infantiles, estará ubicado a 10 metros de la cabaña
Area de costrucción de lodge 	Esta área será la parte principal del lodge ya se construirá las cabañas de hospedaje, restaurante, salón de eventos y recepción

Elaborado por: Celin, Denis (2021).

5.3.4.3. Diseño de lodge kakaram Tayu

Plano del diseño de la cabaña referencial

plano planta baja



Figura 32: Plano referencial



Figura 33: Modelo de cabaña referencial

Fuente: google.com

Estudio legal

El tipo de empresa con que constituirá el lodge "KAKARAM TAYU" es de personería jurídica, establecida como sociedad de economía popular y solidaria y su finalidad se rige por el impuesto de sociedades.

La superintendencia de economía popular y solidaria indica la forma de organización económica donde sus integrantes individual o colectivo, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios para satisfacer la necesidad y generar ingresos (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 2019).

Tabla 31. Sociedad

SOCIEDAD	CARÁCTER	RESPONSABILIDAD	OBJETO SOCIAL
Economía popular y solidaria	Economía	social	Turístico

Elaborado por Denis Celin, 2021

Para la constitución legal de esta sociedad se realizará la prestación de los siguientes documentos:

- Solicitud de reserva de denominación.
- Formulario único para la constitución asociaciones.
- Marco legal
- Reglamento general de la Ley de turismo
- Actividad turística y su categoría

Además de cumplir con el respectivo Registro único de turismo, conforme lo determina el Artículo 47.- Obligación del Registro Único de Turismo. - Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.

Deberá tramitarse la Licencia única anual de funcionamiento, en concordancia al Art. 55.- Requisito previo para la operación. - Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

Se observará lo que determina el Reglamento de alojamiento turístico, en cuanto al Procedimiento de registro, inspección e identificación, mismo que está tipificado en el Art. 7.- Requisitos previo al registro.- Las personas naturales o jurídicas previo a iniciar el proceso de registro del establecimiento de alojamiento turístico, deberán contar con los siguientes documentos:

a. En el caso de personas jurídicas, escritura de constitución, aumento de capital o reforma de estatutos, debidamente inscrita en el Registro Mercantil;
b. Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en el Registro Mercantil;
c. Registro Único de Contribuyentes (RUC), para persona natural o jurídica;
d. Cédula de identidad o ciudadanía y papeleta de votación, de la persona natural o representante legal de la compañía;
e. Certificado de gravámenes o contrato de arrendamiento del local de ser el caso, debidamente legalizado ante la Autoridad competente;
f. Inventario valorado de activos fijos de la empresa bajo la responsabilidad del propietario o representante legal;
g. Pago del uno por mil sobre el valor de los activos fijos;
h. Para el uso del nombre comercial, el establecimiento de alojamiento deberá cumplir con las disposiciones de la Ley de Propiedad Intelectual y la normativa aplicable en esta materia. Deberá verificarse el resultado de la búsqueda fonética

Requisitos legales para la construcción de un lodge.- Requisitos y obligaciones fiscales para crear la empresa

Tabla 32. Requisito para crear un lodge

REQUISITOS	COSTO(INVERSIÓN)
Inscribir un nombre en la superintendencia de compañías	$ 300,00
Elaborar estatuto jurídico mediante un abogado	$ 500,00
Cuenta inicial de capital	$ 71.000.00
Elevar a escritura publica	$ 200.00
Prueba el estatuto en la superintendencia de compañía	$ 30.00
Publicar en un diario	$ 100.00
Escribir la compañía en el registro mercantil	$ 120,00
Obtener RUC	$ 0,00
Registro de RUC	$ 0.00
Total	$ 72.250

Elaborado por: Celin, Denis (2021).

5.3.5. Análisis financiero

En esta etapa se evaluará el coste de producción (construcción del lodge) para ver la factibilidad económica.

Activo fijo

Tabla 32. Activo fijo

Tipo de inversión	Inversión (USD)
Terreno	$ 10.000,00
Construcción	$ 75.000.00
Maquinaria y equipos	$ 9.890
Muebles y enceres	-
Vehículo	-
Equipo de computo	$ 3.000
Subtotal	$ 97.890,00

Elaborado por: Celin, Denis (2021).

Capital de trabajo.- Se ponderará algunos montos de inversión en capital de trabajo necesario para el desarrollo de la actividad turística a diseñar.

Tabla 33. Capital de trabajo

Capital de trabajo	Gastos (USD)
Mano de obra directa	$ 15.869
Mano de obra calificada	$ 25.986
Materia prima	$ 48.785
Materiales y suministro	$ 35.821
Sueldos salarios	$ 24.543
Contingencias	$ 1.000,00
Subtotal	$77.776.00

Elaborado por: Celin, Denis (2021).

Total, de inversión.- Después de analizar los costos, se concluye que el monto total de la inversión en la construcción del lodge Kakaram Tayu es de:

Tabla 34. Total inversión

Total inversión	$ 247.916,00

Elaborado por: Celin, Denis (2021).

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Se realizó el estudio de situación actual de la comunidad Chuwitayu involucrando a todos los socios, propietarios de los destinos turísticos y negocios a fines, para recopilar información necesaria que nos ayude a tomar la decisión coherente, verídica factible en diseñar un producto turístico en la zona, con la finalidad de aprovechar los recursos naturales y culturales existente.

Se identificó los servicios, actividades y escenarios turísticos de la comunidad shuar Chuwitayu, donde se pudo analizar algunos factores relevantes y necesarios para el diseño de un producto. Los atractivos turísticos cercanos del área de diseño de un producto turístico ofrecen algunas actividades similares entre sí, dando una ventaja de escoger a los turistas que visitan los atractivos la actividad de su preferencia de Chuwitayu por los mismos la necesidad de crear nuevas y llamativas actividades según la necesidad y segmento de turista a quien se va a dirigir el producto.

Por último, se analizó el perfil de turistas dando como resultado que el 100% de turistas que visitan los atractivos sugieren que haya más actividades a realizar, por ende, es factible diseñar nuevo producto dirigido al segmento de turistas jóvenes adultos, en su mayoría profesional y que les gusta realizar la actividad turística. Otro factor importante es la opinión de la comunidad acerca de diseñar un nuevo producto, donde la población menciona su apoyo como los dueños de las actividades turísticas dando opiniones y consejos desde la visión turística. Por la cual se ha decidido realizar el diseño de un producto turístico, crear un lodge con la cosmovisión shuar con un monto de inversión total de 175.666 dólares americanos.

Recomendaciones

- Se recomienda a la comunidad shuar Chuwitayu de empoderarse sobre la importancia de los recursos naturales turísticos existentes y combinar con los recursos culturales para ofrecer un nuevo producto innovador, único y llamativo para quienes buscan nuevas experiencias y salir de su zona de confort. los atractivos naturales turísticos de la comunidad son una fortaleza para crear o diseñar un lodge, que pueda ayudar a preservar la flora y fauna, a la vez crear fuentes de empleo para la población receptora de forma directa o indirecta sea beneficiaria de los ingresos económicos que genera esta actividad turística.

  Recomendar a los jóvenes de esta comunidad a que sean parte de un nuevo comienzo para que sean emprendedores, empresarios en el sector turístico para fortalecer la identidad cultural y la conservación de los recursos verdes de la zona y vivir una vida digna gracias a un buen uso de los atractivos naturales turísticos y culturales. Donde se puede diseñar un producto turístico basándose en los resultados obtenidos de la investigación.

- Los actores principales deben enfocarse que el atractivo sea innovador, moderno, llamativo sobre todo que ofrezca toda la comodidad al usuario turístico y Trabajar en conjunto con los de más destinos, apoyarse entre sí, para que no haya conflicto externo entre actividades turísticas a ofertar, socializar sobre el producto turístico a desarrollar y de los temas de turismo a la comunidad donde se va a realizar el atractivo.
- Buscar financiamiento en la organización no gubernamental (ONG) para tener un apoyo adicional al capital de inversión, para la creación de un lodge rustica y de construcción mixta para no invertir en corto tiempo en la remodelación de lugar ya que en el ambiente es húmedo tropical por ende la infraestructura con materiales de la zona en su totalidad no es recomendable ni es viable.

REFERENCIAS

Acerenza, M. A. (2006). *CONCEPTUALIZACIÓN ORIGEN Y EVOLUCIÓN DEL TURISMO*. Mexico: TRILLAS.

Agualongo , S., & Poaquiza, L. (Febrero de 2020). *Estrategias de marketing digital*. Obtenido de www.repositorio.uta.edu.ec: https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/31120/1/766%20MKT.pdf

Amaiquema, L. (2015). *Recursos Turísticos* (Vol. 1). (J. M. Córdova, Ed.) Machala, EL Oro, Ecuador: UTMACH.

Arias, E. R. (2021). *ECONOMIPEDIA*. Obtenido de https://economipedia.com/definiciones/investigacion-explicativa.html

Benavides , G. (15 de Diciembre de 2019). Cadenas de valor y tendencias en innovación en actividades turísticas. *Universidad El Bosque*. Obtenido de https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v15i29.2872

Bonta, P., & Farber, M. (2020). *PromoNegocios.net*. Obtenido de https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/producto-definicion-concepto.html

Bravo, M., & Intriago, J. (Agosto de 2015). *DISEÑO DE UN PRODUCTO TURISTICO DE SOL Y PLAYA*. Obtenido de http://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/147/1/Mirna%20Bravo%20-%20Jenffer%20Intriago.pdf

BRAVO, O., & ZAMBRANO, P. (08 de Noviembre de 2017). Turismo comunitario desde la perspectiva del desarrollo local. *Espacios*, 28. Obtenido de https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/18390728.html

Canovas, V. (2017). *Analísis de la oferta y la demanta en el turismo de las practicas de actividades físicas de aventura en la naturaleza*. Obtenido de file:///C:/Users/PC/Downloads/VCP_TESI%20(2).pdf

GADs Parroquial de Simón Bolívar. (2015-2019). *PDOT*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1660011960001_PD%20Y%20OT%20GADPR%20SIM%C3%93N%20

Gobierno Provincial de Pastaza . (2019-2023). *Plan de Desarrollo de Ordenamiento Territorial*. Obtenido de https://pastaza.gob.ec/planificacion/pdot_pastaza_2019.pdf

Gonzáles, F. (Septiembre de 2012). *Destinos Turísticos. Concepto y Estructura* . Obtenido de www.openaccess.uoc.edu: http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/111546/7/Destinos%20tur%C3%ADsticos.Concepto%20y%20estructura.pdf

Granados , M., & Parra , M. (11 de Sepetimebre de 2018). *Diseño de un producto*

turistico. Obtenido de http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/11192/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-515.pdf

lópez, H. (14 de Diciembre de 2012). Obtenido de blogspot.com: http://inventarioturisticolopez.blogspot.com/2012/12/inventario-turistico.html

Mamani, W. (24 de Noviembre de 2016). *Demanda turistica* . Obtenido de https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/.

MCyP. (2020). *Hombres, mitos y leyenda del pueblo shuar de Chuwitayu*. Obtenido de https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/hombres-mitos-y-leyenda-del-pueblo-shuar-de-chuwitayu/#:~:text=Chuwitayu%20proviene%20de%20los%20vocablos,con%20aroma%20de%20la%20naturaleza.

Miniserio de Turismo del Ecuador. (2015). Obtenido de Ministerio de Turismo del Ecuador: https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/30-servicios-mintur/104-catastro-turistico

MINISTERIO DE TURISMO. (2016). *https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf*.

Ministerio de Turismo del Ecuador . (2019). *Plan Nacional de Turismo 2030*. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido_compressed.pdf

MINTUR. (2017). *MANUAL PARA LA REALIZACIÓN DE INVENTARIOS DE ATRACTIVOS Y GENERACIÓN DE ESPACIOS TURÍSTICOS DEL ECUADOR* . Obtenido de www.servicios.turismo.gob.ec: https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf

Morales, F. (19 de septiembre de 2012). *CREADESS*. Obtenido de http://www.creadess.org/index.php/informate/de-interes/temas-de-interes/17300-conozca-3-tipos-de-investigacion-descriptiva-exploratoria-y-explicativa

Morillo, M. (Enero-Junio de 2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Vision Gerencial*, 134. Obtenido de https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545890011

Nasimba, C., & Cejas, M. (1 de Diciembre de 2015). *DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS Y SUS FACILIDADES.* Obtenido de Indexada_Vol10_CNASIMBA_PRODUCTOS_TURISMO.pdf: file:///C:/Users/PC/Downloads/Indexada_Vol10_CNASIMBA_PRODUCTOS_TURISMO.pdf

Olivo, J. J. (2014). *Descubriendo Pastaza con Juan José Olivo*. Obtenido de Adventure, Amazon, Amazon Rainforest, Caves, Nature: https://www.thisisecuador.com/blog/descubriendo-pastaza-con-juan-jose-olivo/

Pastor1, B. F. (13 de enero de 2019). Población y muestra. (C. AL, Ed.) *PuebloCont. Vol. 30(1): 245-246, 2019*, pág. 3.

Raffino, M. (26 de mayo de 2020). *Conceptos de turismo.* Obtenido de https://concepto.de/turismo/

Ramírez, C. (Agosto de 2017). *SERVICIOS TURÍSTICOS I.*

Reyes, I. (febrero de 2018). *Diseño de un producto turístico.* Obtenido de https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/1071/1/ULEAM-HT-0003.pdf

Ricaurte , C. (JULIO de 2018). *MANUAL PARA EL DIAGNOSTICO TURISTICO LOCAL.*

Ricaute, C. (2009). *Manual para el diagnóstico turístico local.* En linea Spool.

Rivas , H. (Diciembre de 2016). *MANUA DE DESTINOS* . CHILE.

Sampieri, R. (2010). *Metodología de la Investigación 5ta edición - Roberto Hernández Sampieri.* Mexico.

SENPLADES. (2012). *Guía metodologica para la planificacion institucional.* Obtenido de https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/03/GUIA-DE-PLANIFICACION-INSTITUCIONAL.pdf

SERNATUR. (Diciembre de 2016). *MANUAL DE DESTINOS-Elementos para la Gestión de Destinos Turísticos.* Obtenido de www.sernatur.cl: https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2018/11/Manual-de-Destinos-Elementos-para-la-gestio%CC%81n-de-destinos-turisticos-1.pdf

Shaadi, R., & Rodríguez, P. (2017). El producto turístico en los Pueblos Mágicos de México. *Revista de Estudios Regionales*, 163. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/755/75551422005.pdf

SUPERINTENDENCIA DE ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA . (2019). *https://www.seps.gob.ec/.*

UNWT. (20 de Enero de 2020). *La Sostenibilidad, La Innovacion y la Accesibilidad Toman el Centro del Escenario OMT* . Obtenido de https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347#:~:text=El%20turismo%20mundial%20registr%C3%B3%20su,Mundial%20del%20Turismo%20(OMT).&text=La%20crisis%20ha%20puesto%20en,en%20peque%C3%B1as%20y%20medianas%20empresas.

unwto. (2019). UNWTO Tourism Definitions. *DOI,* 35.

unwto. (DOI). UNWTO Tourism Definitions. *2019*, 33.

Villalba , C. (2006). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION CIENTFICA.* Quito -Ecuador: Sureditores.

ANEXOS

Anexo 1 encuestas

UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

DEPARTAMENTO CIENCIAS DE LA VIDA
CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO

La presente encuesta tiene como objetivo de diseñar un producto turístico en la comunidad Chuwitayu, parroquia Simón Bolívar, provincia de Pastaza. Para poder a dar conocer a los turistas locales y nacionales. Por esta razón agradecemos su participación y el tiempo destinado para llenar esta encuesta

Datos informativos

Rango etario:

18 a 25 años…….

26 a 35 años…….

36 a 45 años…….

46 a 55 años…….

Más de 55 años ……

Género: Hombre…… Mujer…….

Lugar de procedencia(provincia)……

Ocupación; profesional () estudiante ( ) otros ( )

¿le gustaría conocer la parroquia Simón Bolívar y la comunidad Chuwitayu?

Si ( )

No ( )

¿considera usted que es necesario diseñar un producto turístico en la comunidad Chuwitayu parroquia Simón Bolívar?

Si ( )

No ( )

¿Cuáles serían los motivos de visita a la comunidad Chuwitayu parroquia Simón Bolívar?

Vacaciones ( ) trabajo ( ) turismo ( ) negocio ( ) deporte ( ) otros ( )

¿Por qué medio obtuvo la información de destino turístico de Chuwitayu?

Por Tv ( )

Por Radio ( )

Por Internet (redes sociales) ( )

Por vallas publicitarias ( )

Por amigos ( )

¿Ud. Viaja a través de?

Agencia de viajes ( )

Independiente ( )

¿Con quién viaja usted?

Solo ( ) en pareja ( ) con amigos ( ) con familiares ( )

¿Cuál es el tiempo de permanecía durante el viaje a la comunidad Chuwitayu?

Horas ( )

Un día ( )

2 días ( )

3 días ( )

4 días o más ( )

Semanas ( )

¿Qué tipo de actividad le gustaría que incluya en el producto turístico?

Avistamiento de aves ( )

Senderes botánicos ( )
Visita a sitios naturales (cascada, cuevas, cavernas, ríos) ( )
Degustación de comidas y bebidas típicas ( )
Convivencia ancestral y cultural ( )
Visita a turismo comunitario ( )
Observación de flora y fauna ( )

¿con que tipo de servicio turístico le gustaría que cuente el producto?

Hospedaje ( )
Alimentación ( )
Trasporte ( )
Guianza ( )
Centro de información local ( )

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por día/ persona?

$15-$20 ()
$25-$30()
$35-$40()
$45-$50()

¿En qué época del año suele viajar?

Inicio de año ( )
Medianos de año ( )
Finales de año ( )
Le agradezco su cooperación

Anexo 2 entrevista formulada

UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

DEPARTAMENTO CIENCIAS DE LA VIDA
CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO

La presente entrevista tiene como objetivo de diseñar un producto turístico en la comunidad Chuwitayu, parroquia Simón Bolívar, provincia de Pastaza. Para poder a dar conocer a los turistas locales y nacionales. Por esta razón agradecemos su participación y el tiempo destinado para la entrevista.

Preguntas para la entrevista para la comunidad

1. ¿Considera que en la comunidad Chuwitayu hay mucha o poca afluencia de turistas, y a que se debe?
2. ¿Qué productos turísticos debería implementar para atraer la atención de los turistas locales y nacionales en la comunidad Chuwitayu?
3. ¿Las infraestructuras turísticas de las comunidades que se dedican al turismo comunitario son adecuadas?
4. ¿Qué tipo de actividad turística es la que con frecuencia se practica en la comunidad Chuwitayu?
5. ¿Conoce de algún medio que promocione las actividades turísticas existentes en la comunidad?
6. ¿Ud. Cree que se beneficiara la comunidad con un nuevo producto turístico?

PREGUNTAS DE ENTREVISTA A LOS PROPIETARIOS TURÍSTICOS

1. ¿Ud., cree que las autoridades locales como GADs parroquial de Simón Bolívar, ayuda con algún proyecto de incentivo para el sector turístico
2. ¿Ud., cree que para brindar un mejor servicio es necesario realizar talleres de capacitación y cursos que mejoren la atención al cliente?
3. ¿Ud., tiene conocimiento en que mes del año hay la afluencia de turistas en la parroquia Simón Bolívar?
4. ¿Qué actividad turística es más visitada durante la estadía del turista?

que han innovado en la infraestructura turística en los últimos años?

Le agradezco su cooperación

Anexo 3 Fichas de levantamiento turística

DATOS GENERALES	
1.1 Elaborado por: Celin Grefa Denis Rafael Cachumba Yambay Johanna Aracely	**1.2** Ficha #: 1
1.3 Validado por: María Victoria Reyes Vargas, PhD	**1.4 Fecha: 4 de junio 2021**
1.5 Nombre del atractivo: jardín botánico Jintim	
1.6 Categoría : Manifestación cultural	
1.7 Tipo: Etnografía	
1.8 Subtipo: Etnografía particularista	
Fuente: 	**Foto: J**ardín botánico Jintim Celin Denis
UBICACIÓN DEL ATRACTIVO	
2.1 Provincia : Pastaza	**2.2 Cantón:** Pastaza
2.3 Parroquia: Simon Bolivar	**2.4 Cununidad:** Chuwitayu
2.5 Longuitud:	
2.1.1 Infromación del administrador:	
Tipo de administración: Familiar	**b. Nombre de la institución** : Jardín Botánico Jintim
c. Nombre del administrador: Felipe Wampash	**d. Cargo que ocupa :** Propietario
e, Telefono:	**f. Correo electrónico**
Observacion : atención amable, sociable y carismático	
CARACTERISTICAS DEL ATRACTIVO	
3.1 Carácterística climatológica: clima humdo tropical	
3.2 Linea de producto al que pertenece el atractivo: cultural y naturaleza	
3.3 Ecenario donde se localiza el atractivo: rural	
3.4 Ingreso al atractivo : 8am	
Precio ingreso al atractivo: $3.50ctv	
Forma de pago : efectivo	
Observación: presio acceblibe para el ingreso al atrativo sin contar los gastos por alimnetaico, hopedaje y entre otros.	
ACCECIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO	
Nombre de la ciudad más cercana: Cueva de los Tayos y Bosque protector ¨Arutam¨	
Distacia desde la ciudad más cercana : 6km y 7km	
Tiempo estimado en auto : 10 minutos	
4.1 Tipo de vía : troncal amazónica primer orden	
Servicio de transporte: bus, taxi	
Horario de bus: cada media hora	
Tarifa ; $2.50ctv puyo y $ 4 dólares Macas	
4.3 Accesiblilidad para personas con discapcidad: no es accecible	
Señalización: buena	
PLANTA TURISTICA / COMPLEMENTARIOS	
Alojamiento : cabañas	
Alojamiento cercano: Cueva de los Tayos turismo comunitario	
5.1 Alimentos y bevidas : restaurante	
5.2 Guía: Local y nacional	
ESTADO DE CONSERVACION E INTEGRACION DEL ATRACTIVO / ENTONO	
6.1 Atractivo: conservado	
6.2 Factor de alteración y deterioro: naturaleza	
Desantres naturales	
HIGIENE Y SEGURIDAD	
7.1 Servicios básicos : agua entubada , energia y posos septico	

7.2 Salud: subcentro de salud tipo 1 en el centro de la comunidad chuwitayu
7.3 Seguridad: policia nacional
7.4 Servicio de telecomunicación: teléfono en el atractivo y teléfono movil personal
POLÍTICAS Y REGULACIONES
¿El GADs cuenta con el plan de desarrollo turístico? No
¿El atractivo se encuentra en la planificación turística? Si Consta en el catastro tuirístico de la parroquia y de la provincia de Pastaza.
¿Existen normas que se apliquen para el desarrollo de las actividades turísticas en el atractivo? Si Cuidar y conservar la naturaleza para las futuras generaciones
ACTIVIDADES QUE SE PRACTIQUEN
9.1 Atractivos naturales: visitas a los atractivos naturales del lugar
9.2 Atractivos culturales: convivnecia cultural , danza, musica, leyendas y mitos
Promoción y comercialización del atractivo
10.1 Medios de promoción del atractivo: redes socilales
¿Existe un plan de pormoción cantonal? Si Porque esta dentro del catastro turístico del cantón Pastaza en promocionar atractivos turísticos de sus parroquias.
Medio de promoción: facebook , instagram
2 El atractivo forma parte de una oferta establecido(paquete turístico) si Porque las operadoras intermediarios venden paquetes establecidos del atractivo al igual en las redes sociales se promocionan paquetes turísticos establecidos a la elección del turista.
REGISTRO DE VISITANTES YAFLUENCIA
¿Posee un sistema de registro de visitantes? Si
Temporalidad de visita al atractivo: durante todo el año
Llegada de turistas: local, nacional e internacional
11.2 Frecuencia de visita según informe clave: de lunes a domingo
RECURSOS HUMANOS
Número de personas a cargo de la administracion y operativo del atractico: 10
Número de persona especialisada en turismo: 1
Número de persona que maneje otro idioma: 2

DATOS GENERALES	
1.1 Elaborado por: Celin Grefa Denis Rafael Cachumba Yambay Johanna Aracely	**1.2 Ficha #:** 2
1.3 Validado por: María Victoria Reyes Vargas, PhD	**1.4 Fecha:** 4 de junio 2021
1.5 Nombre del atractivo: Cueva de los Tayos	
1.6 Categoría : Sitio Natural	
1.7 Tipo: Fenómeno Espeleológico	
1.8 Subtipo: cuevas	
 **Foto:** Cueva de los Tayos **Fuente:** Celin Denis	
UBICACIÓN DEL ATRACTIVO	
2.1 Provincia : Pastaza	**2.2 Cantón:** Pastaza
2.3 Parroquia: Simon Bolivar	**2.4 Cununidad:** Chuwitayu
2.5 Longuitud:	
2.1.1 Información del administrador:	
Tipo de administración : Familiar	**b. Nombre de la institución** : Cueva de los Tayos
c. Nombre del administrador: Luis Kaniras	**d. Cargo que ocupa :** Propietario
e, Telefono:	**f. Correo electronico**
Observación : atención amable, sociable y carismático	
CARACTERISTICAS DEL ATRACTIVO	
3.1 Característica climatológica: clima humdo tropical	
3.2 Linea de producto al que pertenece el atractivo: cultural y naturaleza	
3.3 Ecenario donde se localiza el atractivo: rural	
3.4 Ingreso al atractivo : 8am	
Precio ingreso al atractivo: $ 37	
Forma de pago : efectivo	
Observación: el tour cuesta 37 dólares incluido la alimentación	
ACCECIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO	
Nombre de la ciudad más cercana: Cueva de Chuwitayu	
Distancia desde la ciudad más cercana : a 1km	
Tiempo estimado en auto : 0,5 minutos	
4.1 Tipo de vía : troncal amazónica primer orden	
4.2 Servicio de transporte: bus, taxi	
Horario de bus: cada media hora	
Tarifa ; $3.50ctv puyo y $ 4 dólares Macas	
4.3 Accesibilidad para personas con discapacidad: no es accecible	
4.4 Señalización: buena	
PLANTA TURISTICA / COMPLEMENTARIOS	
Alojamiento : cabañas	
Alojamiento cercano: cueva de Chuitayu turismo comunitario	
5.1 Alimentos y bevidas : restaurante	
5.2 Guía: Local y nacional	
ESTADO DE CONSERVACION E INTEGRACION DEL ATRACTIVO / ENTONO	
6.1 Atractivo: conservado	
6.2 Factor de alteración y deterioro: naturaleza	

Desastres naturales
HIGIENE Y SEGURIDAD
7.1 Servicios básicos : agua entubada , energía eléctrica y poso septico
7.2 Salud: subcentro de salud tipo 1 en el centro de la comunidad chuwitayu
7.3 Seguridad: policia nacional
7.4 Servicio de telecomunicación: teléfono en el atractivo y teléfono movil personal
POLÍTICAS Y REGULACIONES
¿El GADs cuenta con el plan de desarrollo turístico? No
¿El atractivo se encuentra en la planificación turística? Si Consta en el catastro turístico de la parroquia y de la provincia de Pastaza.
¿Existen normas que se apliquen para el desarrollo de las actividades turísticas en el atractivo? Si Cuidar y conservar la naturaleza para las futuras generaciones
ACTIVIDADES QUE SE PRACTIQUEN
9.1 Atractivos naturales: visitas a los atractivos naturales del lugar
9.2 Atractivos culturales: convivnecia cultural , danza, musica, leyendas y mitos
Promoción y comercialización del atractivo
1Medios de promoción del atractivo: redes socilales
¿Existe un plan de pormoción cantonal? Si Porque esta dentro del catastro turístico del cantón pastaza en promocionar atracticos turísticos de sus parroquias.
Medio de promoción: facebook , instagram
2El atractivo forma parte de una oferta establecido(paquete turístico) si Porque las operadoras intermediarios venden paquetes establecidos del atractivo al igual en las redes sociales se promocionan paquetes turísticos establecidos a la elección del turista.
REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA
¿Posee un sistema de registro de visitantes? Si
Temporalidad de visita al atractivo: durante todo el año
Llegada de turistas: local, nacional e internacional
11.1 Frecuencia de visita según informe clave: de lunes a domingo
RECURSOS HUMANOS
Número de personas a cargo de la administracion y operativo del atractico: 10
Número de persona especialisada en turismo: 1
Número de persona que maneje otro idioma: 2

DATOS GENERALES	
1.1 Elaborado por: Celin Grefa Denis Rafael Cachumba Yambay Johanna Aracely	**1.2 Ficha #:** 3
1.3 Validado por: María Victoria Reyes Vargas, PhD	**1.4 Fecha:** 4 de junio 2021
1.5 Nombre del atractivo: Turismo Comunitario Cavernas Mayai Jee	
1.6 Categoría : Manifestación cultural	
1.7 Tipo: Etnografía	
1.8 Subtipo: Etnografía particularista	
	
Foto: cavernas Mayai Jee **Fuente:** Celin Denis	
UBICACIÓN DEL ATRACTIVO	
2.1 Provincia : Pastaza	**2.2 Cantón:** Pastaza
2.3 Parroquia: Simon Bolivar	**2.4 Cununidad:** Chuwitayu
2.5 Longuitud:	
Información del administrador:	
Tipo de administración : comunitario	**b. Nombre de la institución** : Cuevas Mayai Jee
c. Nombre del administrador: Luis Antonio Kaniras	**d. Cargo que ocupa :** Propietario
e,Telefono: 0999627458	**f. Correo electronico**
Observación : atención amable, sociable y carismático	
CARACTERISTICAS DEL ATRACTIVO	
3.1 Característica climatológica: clima humdo tropical	
3.2 Linea de producto al que pertenece el atractivo: cultural y naturaleza	
3.3 Ecenario donde se localiza el atractivo: rural	
Ingreso al atractivo : 8am	
Precio ingreso al atractivo: $ 50.00	
Forma de pago : efectivo	
Observación: el tour cuesta 50 dolres incluido la alimentación	
ACCECIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO	
Nombre de la ciudad más cercana: Cueva de los Tayos	
Distancia desde la ciudad más cercana : a 1km	
Tiempo estimado en auto : 0,5 minutos	
4.1 Tipo de vía : troncal amazónica primer orden	
Servicio de transporte: bus, taxi	
Horario de bus: cada media hora	
4.4 Tarifa ; $3.50ctv puyo y $ 4 dólares Macas	
4.5 Accesibilidad para personas con discapacidad: no es accecible	
4.6 Señalización: buena	
PLANTA TURISTICA / COMPLEMENTARIOS	
Alojamiento : cabañas ,campamento	
Alojamiento cercano: cueva de los Tayos	
Alimentos y bevidas : restaurante	
5.2 Guía: Local y nacional	
ESTADO DE CONSERVACION E INTEGRACION DEL ATRACTIVO / ENTONO	
6.1 Atractivo: conservado	
Factor de alteración y deterioro: naturaleza	

Desastres naturales
HIGIENE Y SEGURIDAD
7.1 Servicios básicos : agua entubada , energía eléctrica y poso septico
7.2 Salud: subcentro de salud tipo 1 en el centro de la comunidad chuwitayu
7.3 Seguridad: policia nacional
Servicio de telecomunicación: teléfono en el atractivo y teléfono movil personal
POLÍTICAS Y REGULACIONES
¿El GADs cuenta con el plan de desarrollo turístico? No
¿El atractivo se encuentra en la planificación turística? Si Consta en el catastro turístico de la parroquia y de la provincia de Pastaza.
¿Existen normas que se apliquen para el desarrollo de las actividades turísticas en el atractivo? Si Cuidar y conservar la naturaleza para las futuras generaciones
ACTIVIDADES QUE SE PRACTIQUEN
9.1 Atractivos naturales: visitas a los atractivos naturales del lugar
9.2 Atractivos culturales: convivnecia cultural , danza, musica, leyendas y mitos
Promoción y comercialización del atractivo
1Medios de promoción del atractivo: redes socilales
¿Existe un plan de pormoción cantonal? Si Porque esta dentro del catastro turístico del cantón pastaza en promocionar atracticos turísticos de sus parroquias.
Medio de promoción: facebook , instagram
2El atractivo forma parte de una oferta establecido(paquete turístico) si Porque las operadoras intermediarios venden paquetes establecidos del atractivo al igual en las redes sociales se promocionan paquetes turísticos establecidos a la elección del turista.
REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA
¿Posee un sistema de registro de visitantes? Si
Temporalidad de visita al atractivo: durante todo el año
Llegada de turistas: local, nacional e internacional
11.1 Frecuencia de visita según informe clave: de lunes a domingo
RECURSOS HUMANOS
Número de personas a cargo de la administracion y operativo del atractico: 10
Número de persona especialisada en turismo: 1
Número de persona que maneje otro idioma: 2

Anexo 4. Fotografías de encuesta y entrevista en la comunidad Chuwitayu

	
Encuesta	Entrevista