UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

LICENCIATURA EN TURISMO

CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO

TEMA

“PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA LA COMUNIDAD PUCUNO DE LA PARROQUIA SAN VICENTE DE HUATICOCHA-PROVINCIA DE ORELLANA”

AUTORES:

MORENO YAGUANA MAYRA GISELY

AGUILAR SARAGURO TANIA ESTEFANIA

DIRECTOR DEL PROYECTO:

MS.C. TANIA CEVALLOS

PUYO - ECUADOR

2021- 2021

DECLARATORIA Y AUTORÍA DE CESIÓN DE DERECHOS

Quienes suscriben Mayra Gisely Moreno Yaguana con C.I. 0750890543, Tania Estefania Aguilar Saraguro con C.I. 0706116373 hacen constar que son autoras del Proyecto de Integración Curricular titulado "PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA LA COMUNIDAD PUCUNO DE LA PARROQUIA SAN VICENTE DE HUATICOCHA-PROVINCIA DE ORELLANA", el cual constituye una elaboración personal realizada únicamente con la dirección del Tutor de dicho trabajo, Msc. Tania Cevallos Punguil. En tal sentido, manifestamos 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.





Mayra Gisely Moreno Yaguana

C.I: 0750890543

Tania Estefania Aguilar Saraguro

C.I: 0706116373

CERTIFICADO DE APROBACIÓN POR EL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN.

El tribunal de sustentación del proyecto de investigación y desarrollo aprueba el proyecto de Investigación/Trabajo de Integración Curricular titulado: “PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA LA COMUNIDAD PUCUNO DE LA PARROQUIA SAN VICENTE DE HUATICOCHA-PROVINCIA DE ORELLANA”.

Firmado electrónicamente por:
LUIS OSWALDO MANOSALVAS VACA

Dr. Luis Manosalvas, PhD.
Presidente del Tribunal

Firmado electrónicamente por:
ITALO MARCELO

Ing. Italo Lara Ms.C
Miembro del Tribunal

Firmado electrónicamente por:
VICTOR HUGO DEL CORRAL VILLARROEL

Lic. Víctor Del Corral Ms.C
Miembro del Tribunal

CERTIFICADO DE PORCENTAJE DE SIMILITUD OBTENIDO EN EL SISTEMA ANTI PLAGIO

Quien suscribe la presente **Ms.C. TANIA CRISTINA CEVALLOS PUNGIL** con **C.I 1600394140** certifica que el Proyecto de Investigación titulado: **"PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA LA COMUNIDAD PUCUNO DE LA PARROQUIA SAN VICENTE DE HUATICOCHA-PROVINCIA DE ORELLANA**", ha sido examinado a través del sistema Antiplagio URKUND y presenta un porcentaje de similitud del 3%.

En el cantón Pastaza, a los 18 días del mes de julio del 2021.

Firmado electrónicamente por:
TANIA CRISTINA CEVALLOS PUNGUIL

_____

Ms.C. Tania Cristina Cevallos Pungil
Directora del Proyecto de Investigación
1600394140

DERECHOS DE AUTOR

©2021, Mayra Gisely Moreno Yaguana y Tania Estefania Aguilar Saraguro

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca derecho de autor.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotras, Mayra Gisely Moreno Yaguana y Tania Estefania Aguilar Saraguro, declaramos que el presente proyecto de investigación, es de nuestra autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que proviene de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autoras, asumimos la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Integración Curricular.



Mayra Gisely Moreno Yaguana

C.I: 0750890543



Tania Estefania Aguilar Saraguro

C.I: 0706116373

DEDICATORIA

Dedico primeramente este trabajo a Dios, porque supo cómo darme sabiduría y fortaleza para culminar con éxito mi carrera, a mis padres y abuela Dolores Campoverde porque son parte primordial en mi vida, confiaron en mí y me dieron su apoyo para seguir adelante y cumplir un sueño tan anhelado, seguido a mi hijo porque es mi fuente de inspiración para cumplir mis metas, a los docentes de la Universidad Estatal Amazónica quienes supieron compartir sus conocimientos y experiencias para poder formarme como profesional y por ultimo a mis amigos (as) y compañeros (as) más cercanos por estar siempre presente compartiendo sus conocimientos, apoyándome y ayudándome en los peores y mejores momentos.

Mayra Moreno

AGRADECIMIENTO

Agradecida infinitamente con Dios y mis padres por haberme dado la vida, darme una oportunidad para poder estudiar, culminar mi carrera con éxito, y darme la fortaleza para no rendirme en el camino, y poder alcanzar una meta más en mi vida, a mis familiares y en especial a mi abuela Dolores Campoverde que me apoyo desde el inicio y confió en mi en cada momento de mi formación profesional, a los docentes de la Universidad Estatal Amazónica por haberme compartido sus conocimientos y ser parte importante en mi desarrollo para ser una buena profesional, a la Ing. Tania Cevallos por la asesoría y el apoyo brindado en el desarrollo de la investigación, a los líderes de la comunidad Pucuno porque me brindaron información para el desarrollo de mi investigación, a mi compañera y amiga del trabajo de integración curricular Tania Aguilar por haber sido mi dúo para realizar esta investigación con éxito y por último a mis amigos (as), compañeros (as) que compartieron conmigo en el trascurso de la carrera y fueron los que Dios puso en mi camino de manera indicada para brindarme su apoyo, alegría y aliento para alcanzar esta meta.

Mayra Moreno

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico con mucho amor y cariño a mi madre Carmen Saraguro y a mi tía Hilda Aguilar por ser el pilar y apoyo fundamental en mi formación académica; por haberme forjado como la persona que soy hoy en día; por ser fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día más; por estar siempre a mi lado en todos los buenos y malos momentos, todos mis logros se los debo a ustedes entre los que se incluye este.

Tania Aguilar

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme dado la vida, la voluntad y la oportunidad de estudiar, a mi familia por apoyarme en cada paso que doy, especialmente a mi madre Carmen Saraguro y mi tía Hilda Aguilar quienes, con su apoyo incondicional, confianza y su amor me han brindado las mejores palabras de aliento para no declinar, gracias no solo por estar conmigo en esta etapa muy importante en mi vida, sino por contar con su presencia en todo momento ofreciéndome lo mejor para mi persona. A los docentes de la Universidad Estatal Amazónica que me han guiado para ser un buen profesional, a la Ing. Tania Cevallos por compartir sus conocimientos, su apoyo ha sido de gran importancia para el cumplimiento de esta investigación. A la amistad, confianza y aprecio que me han ofrecido cada uno de mis compañeros de clase, a mi compañera y amiga de investigación Mayra Moreno que con su apoyo moral siempre me ha motivado a seguir adelante.

Tania Aguilar

RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo diseñar un plan de promoción turístico para la comunidad Pucuno de la parroquia San Vicente de Huaticocha ubicada en la provincia de Orellana para mejorar el posicionamiento y competitividad en el mercado turístico ecuatoriano, sin embargo, no ha podido posesionarse como un lugar turístico de importancia dentro de la parroquia, por motivos de carencia de infraestructura, información, servicios turísticos, fichas de inventarios, etc., por lo que se diseñó un plan de promoción para mejorar la comunidad Pucuno y que haya afluencia de turistas, además de hacer un diagnóstico situacional, determinar el perfil de turista que visita la comunidad Pucuno y elaborar estrategias de marketing y promoción para la difusión del mismo por medio de la Matriz de evaluación de Factores Externos (MEFE), Matriz de evaluación de Factores Internos (MEFI), Análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) y Matriz Analítica de Formación de Estrategias (MAFE), para realizar la investigación se aplicó una metodología mixta: exploratoria cualitativa de estudio de caso por lo que hubo que recabar información a través de una entrevista estructurada, diagnóstico situacional con la ficha de Carla Ricaurte y cuantitativo con características de diseño descriptivo simple para lograr identificar los principales atractivos turísticos y preferencias turísticas de los consumidores, lo que dio como resultado que el perfil de turista que visita la comunidad Pucuno es local y se hace turismo interno, además de no conocer al lugar por medio de plataformas digitales lo que hace que se realice con más razón una propuesta de plan de promoción para dar a conocer al mercado potencial y permita realizar la promoción adecuada. Se concluye que la comunidad Pucuno posee 3 atractivos con jerarquía II los cuales son: mirador natural Pucuno, saladero de loros y río Pucuno, además se realizó las estrategias de marketing y promoción con su respectivo cronograma, presupuesto para el desarrollo y ejecución del mismo.

Palabras claves: COMUNIDAD PUCUNO, PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICO, MARKETING TURÍSTICO, ESTRATEGIAS, TURISMO.

ABSTRACT

This research aimed to design a tourism promotion plan for the Pucuno community of the San Vicente de Huaticocha parish located in the province of Orellana to improve the positioning and competitiveness in the Ecuadorian tourism market, however, it has not been able to take over as a place tourism of importance within the parish, for reasons of lack of infrastructure, information, tourist services, inventory files, etc., so a promotion plan was designed to improve the Pucuno community and that there is an influx of tourists, in addition to make a situational diagnosis, determine the profile of tourists visiting the Pucuno community and develop marketing and promotion strategies for its dissemination through the External Factors Assessment Matrix (MEFE), Internal Factors Assessment Matrix (MEFI) , Analysis of Strengths, Opportunities, Weaknesses and Threats (SWOT) and Analytical Matrix of Strategy Formation (MAFE), to carry out the research a mixed methodology was applied: qualitative exploratory case study, for which information had to be collected through a structured interview, situational diagnosis with Carla Ricaurte's file and quantitative with simple descriptive design characteristics. to be able to identify the main tourist attractions and tourist preferences of consumers, which resulted in the profile of tourists visiting the Pucuno community being local and doing internal tourism, in addition to not knowing the place through digital platforms which makes a promotion plan proposal to be made all the more reason to make the potential market known and allow adequate promotion to be carried out. It is concluded that the Pucuno community has 3 attractions with hierarchy II which are: Pucuno natural viewpoint, parrot saladero and Pucuno river, in addition, the marketing and promotion strategies were carried out with their respective schedule, budget for its development and execution.

Keywords: PUCUNO COMMUNITY, TOURIST PROMOTION PLAN, TOURIST MARKETING, STRATEGIES, TOURISM.

TABLA DE CONTENIDOS

RESUMEN VI

ABSTRACT VII

CAPÍTULO I 1

1. INTRODUCCION 1

1.1 Planteamiento del problema 1

1.2. Objetivos 2

1.2.1 Objetivo General 2

1.2.2 Objetivos específicos 2

1.3 Justificación 3

CAPÍTULO II 4

2. FUNDAMENTACIÓN TEORÍCA 4

2.1 Turismo 4

2.1.1 Turista 4

2.1.2 Visitante 5

2.2 Marketing turístico 5

2.2.1 Promoción turística 6

CAPÍTULO III 8

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN 8

3.1 Localización 8

3.2 Tipo o diseño de investigación 8

3.3 Métodos de investigación 9

CAPITULO IV 11

4. RESULTADOS 11

4.1 Diagnóstico Situacional de La Comunidad Pucuno 11

4.1.1 Entrevista al presidente de la comunidad Pucuno 17

4.1.2 Inventario de atractivos turísticos 18

4.1.3 Matriz FODA 25

4.2 Análisis del perfil del turista 25

4.2.1 Análisis e interpretación de resultados 27

4.3 Estrategias de promoción turística 36

4.3.1 Matriz de evaluación de factores externos (MEFE) 36

4.3.2 Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI) 37

4.3.3 Matriz MAFE de la comunidad Pucuno 38

4.3.4 Propuesta 39

4.3.5. Estrategias de marketing 40

5. CONCLUSIONES 49

6. RECOMENDACIONES 50

7. REFERENCIAS 51

8. ANEXOS 54

INDÍCE DE TABLAS

Tabla 1 Establecimientos de alojamiento del Cantón Loreto.....12
Tabla 2 Establecimientos de alimentos y bebidas en el cantón Loreto.....13
Tabla 3 Establecimientos de Recreación, diversión y esparcimiento de Loreto.....13
Tabla 4 Locales prestadores de servicio y turismo de la parroquia Huaticocha 13
Tabla 5 Compañías de Transporte.....14
Tabla 6 Resultados evaluación critica atractivo natural Mirador natural Pucuno.....20
Tabla 7 Resultados de la evaluación técnica del atractivo natural Saladero de loros 22
Tabla 8 Resultados de la evaluación técnica del atractivo natural Rio Pucuno 24
Tabla 9 Matriz FODA de la comunidad Pucuno.....25
Tabla 10 Determinación del universo 25
Tabla 11 Matriz de evaluación de factores externos.....36
Tabla 12 Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI).....37
Tabla 13 Matriz MAFE de la comunidad Pucuno 38
Tabla 14 Itinerario "Ruta un mundo verde por descubrir".....43
Tabla 15 Cronograma plan de promoción turístico de la comunidad Pucuno 47
Tabla 16 Presupuesto plan de promoción turística de la comunidad Pucuno 48

INDÍCE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa de ubicación de la comunidad de Pucuno 8
Figura 2. Mirador natural Pucuno 18
Figura 3. Saladero de loros 21
Figura 4. Río Pucuno 23
Figura 5. Género 27
Figura 6. Edad 27
Figura 7. Lugar de procedencia 28
Figura 8. Nivel de educación 28
Figura 9. Ocupación 29
Figura 10. Información turística de la comunidad 29
Figura 11. Medios de información 30
Figura 12. Medios de transporte 31
Figura 13. Actividades de turismo 31
Figura 14. Son atractivos los sitios turísticos de la comunidad 32
Figura 15. Frecuencia de visita a la comunidad 33
Figura 16. Gasto promedio al visitar la comunidad 33
Figura 17. Atractivo que más le llamó la atención 34
Figura 18. Promoción de los atractivos en plataformas digitales 35
Figura 19. Recomendaría visitar la comunidad 35
Figura 20. Logo de la comunidad Pucuno 40
Figura 21. Fan page comunidad Pucuno 45
Figura 22. Instagram comunidad Pucuno 45
Figura 23. Twitter comunidad Pucuno 46
Figura 24. Entrevista al presidente de la comunidad Pucuno 56
Figura 25. Entrevista al presidente de la comunidad Pucuno 56
Figura 26. Ficha del atractivo turístico Mirador natural Pucuno 57
Figura 27. Ficha del atractivo turístico saladero de aves 57
Figura 28. Ficha del atractivo turístico río Pucuno 58

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCION

La presente investigación tiene como finalidad diseñar un plan de promoción turística para la comunidad Pucuno en la parroquia san Vicente de Huaticocha provincia de Orellana, con el propósito de que esta comunidad se promocione y se posesione como uno de los lugares que llamen la atención y ofrecer atractivos turísticos de calidad tanto para el cantón Loreto como para la provincia de Orellana.

Esta comunidad posee una extensa riqueza natural conformada por flora y fauna, así como el mirador natural Pucuno, donde se puede observar la selva, el saladero de loros, formado por la erosión del suelo y el río Pucuno, que se extiende hasta llegar al río Napo ofreciendo sus aguas cristalinas en donde se puede hacer diferente actividades turísticas y deportes extremos.

La investigación desarrollada con respecto a esta problemática se focaliza en hallar soluciones estratégicas y de promoción turística para la comunidad Pucuno, así como también responder al interés académico y profesional en el ámbito turístico, además al realizar esta investigación se brindará más información para las personas, para un mejor desarrollo económico turístico del lugar y que sirva como una especie de modelo y guía para diseñar planes estratégicos para otras organizaciones dedicadas a esta actividad dentro de la parroquia San Vicente de Huaticocha, cantón Loreto y provincia de Orellana.

1.1 Planteamiento del problema

El Ecuador es uno de los países con mayor biodiversidad del planeta, y que ha mantenido durante los últimos años un incremento en la llegada de turistas debido a sus maravillas naturales; el Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, establece que el turismo es uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera, siempre y cuando no desplace las iniciativas locales y en concordancia con la Constitución de la República se establezcan propuestas que reconozcan los derechos de la naturaleza y las bases para un desarrollo sostenible, según el Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR, 2015).

La comunidad de Pucuno ubicada en el cantón Loreto, cuenta con varios atractivos naturales de gran índole como son el río Pucuno, el mirador de Pucuno, Saladero de loros o

(llawkana urku), así como variedad de flora y fauna en el bosque siempre verde que se encuentra en la comunidad todo esto según el plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia san Vicente de Huaticocha (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Urbano de San Vicente de Huaticocha, 2016).

Durante estos últimos años, la comunidad muestra interés en desarrollarse turísticamente, sin embargo, la escasa información por ausencia de un inventario y catastro turístico, la falta de infraestructura y facilidades turísticas, así como también la carencia de un plan de promoción turístico hacen que la comunidad no se desarrolle en el ámbito del turismo, todas estas causas hacen que la comunidad no sea reconocida y que exista poca afluencia de turistas en la comunidad, además de no contar con estrategias de promoción y publicidad para captar la atención de los turistas o visitantes (Tanguila, 2020).

Por tanto, se considera que el plan de promoción define "las acciones para lograr la comunicación persuasiva de la población objetivo a la que va dirigido, de modo que facilite su interacción entre la estructura de investigación" (Universidad Politécnica de Valencia, 2007, p. 1)., este plan debe seguir una serie de pasos en la que al final se espera lograr cumplir los objetivos planteados y así dar lugar a que exista afluencia de turistas hacia esta comunidad y que la parroquia San Vicente de Huaticocha se desarrolle en el sector turístico.

Formulación del problema

¿Qué efectos causaría elaborar un plan de promoción turístico para el desarrollo de la comunidad de Pucuno de la parroquia san Vicente de Huaticocha?

1.2. Objetivos

1.2.1 Objetivo General

- Diseñar un plan de promoción turístico para la comunidad de Pucuno de la parroquia San Vicente de Huaticocha de la provincia de Orellana.

1.2.2 Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico de la situación actual de la comunidad de Pucuno.
- Analizar el tipo del perfil de turista que recibe la comunidad de Pucuno.
- Elaborar estrategias de promoción turísticas para la comunidad de Pucuno.

1.3 Justificación

El turismo es una actividad que se practica diariamente “en algunos lugares que tienen potencial turístico y es un factor que genera ingresos económicos al crear puestos de trabajo, negocios y/o emprendimientos, oferta de servicios especializada y otros beneficios para los habitantes del sector que es visitado por turistas” (Segura, 2015, p. 43).

La ejecución de este proyecto está enfocada principalmente en mejorar la calidad de vida de la comunidad, aprovechando los recursos naturales y el potencial turístico que tiene como son: el rio Pucuno, el mirador, el saladero de loros y el bosque siempre verde donde se podrá observar la diversidad biológica que posee dicho ecosistema, con la promoción de estos atractivos se espera contar con afluencia de visitantes, y a largo plazo tener una corriente turística, elemento esencial para el surgimiento y desarrollo del turismo, puede concebirse en su “forma potencial como el conjunto de personas que tienen una actitud de disposición para realizar un viaje” (Ibáñez y Cabrera, 2011, p. 144)., esta corriente turística permitirá que la comunidad y la parroquia generen el desarrollo local, sustentos económicos, oportunidades de empleo, además permite conocer la estacionalidad de la demanda, oferta turística y la más importante ser un destino turístico destacado.

Los beneficiarios directos de este proyecto de investigación serán los habitantes de la comunidad de Pucuno que se inserten en el desarrollo de la actividad turística con la implementación de negocios, mientras que los beneficiarios indirectos será la parroquia San Vicente de Huaticocha, que es la puerta de entrada a la provincia de Orellana y el cantón Loreto.

La utilidad de esta investigación radica en mejorar y promover la economía de la comunidad de Pucuno a un nivel turístico, para a futuro posesionarlo en el mercado como uno de los sitios de interés turísticos de la provincia de Orellana, la promoción y publicidad se desarrollará a través de la los medios digitales más utilizados actualmente, creando e insertando información turísticamente necesaria de la comunidad dentro de las redes sociales como (fan page en Facebook, Twitter e Instagram) permitiendo producir más ingresos, captar turistas y optar por estrategias que permitan operar mejor en el mercado.

CAPÍTULO II

2. FUNDAMENTACIÓN TEORÍCA

2.1 Turismo

"Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos" (MINTUR, 2014, p. 1).

El concepto de turismo por la (OMT, 2019) menciona que:

> Es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios, estas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca actividades de las cuales algunas suponen un gasto turístico.

Nos encontramos totalmente de acuerdo con los dos autores en cuanto que el turismo es el desplazamiento de personas hacia otros lugares, así mismo su diferencia se sitúa en que la OMT lo describe de manera más detallada en quienes pueden realizar esta actividad turística de manera personal profesional o simplemente ocio, existe un pequeño detalle a recalcar que dichos autores no mencionan el tiempo de establecido para que sea considerado como turismo.

2.1.1 Turista

OMT, 2019 meciona que el termino "Turista (o visitante que pernocta); un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta) si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista)".

The Shorter Oxford English Dictionary menciona que turista, "es la persona que hace una o más excursiones, especialmente alguien que hace esto por recreación, alguien que viaja por placer o cultura, visitando varios lugares por sus objetos de interés, paisaje, etcétera" (Ibáñez & Cabrera, 2011, p. 36).

Es importante aclarar que un turista puede ser cualquier persona que decida salir de su lugar habitual a visitar, conocer, explorar, descubrir distintos lugares que incluya una pernoctación como lo menciona la OMT, también nos menciona que un turista puede ser un

visitante o excursionista, su diferencia se encuentra en que este no incluye la pernoctación como tal, es decir regresa a su lugar habitual en el mismo día.

2.1.2 Visitante

El término visitante según la OMT designa a:

> Toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a doce meses, y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado (OMT, 2000, p. 9).

> Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal ya sea: ocio, negocios u otro motivo personal, que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados (Entorno turistico, 2020).

Visitante es la persona que también llamamos excursionista consistiendo en que estos visitan un lugar turístico de su agrado y regresan en el mismo día, estos dos autores se encuentran totalmente rígidos a un mismo concepto.

2.2 Marketing turístico

> El marketing turístico según philip Kotler es el proceso social y de gestión a través del cual los distintos grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean, creando, ofreciendo e intercambiando productos con valor para otros. El marketing consiste en satisfacer las necesidades de los clientes, obteniendo un beneficio a cambio de ello, el objetivo es conocer y comprender tan bien al consumidor que el producto se ajuste por completo a sus necesidades (Mikel, 2015).

> Actualmente no sé debe conocer al marketing en el viejo sentido de lograr una venta ya sea esta de comunicar o vender, sino bajo el razonamiento de satisfacer las necesidades del cliente. El profesional de marketing debe comprender y entender las necesidades del consumidor, debe desarrollar productos y servicios que proporcionan un valor superior para el cliente, fijar precios, distribuir y comunicar dichos productos y servicios de forma eficaz, para vender estos productos mejor al consumidor. Marketing es la ciencia y el arte de captar, mantener y hacer crecer el número de clientes rentables (kotler, et. al., 2011, p. 13)

En la actualidad el marketing ha evolucionado de manera significante, lo que se busca dentro de esta ciencia es conocer las emisiones, pensamientos, necesidades del cliente objetivo, para provocar interés y satisfacer sus necesidades, expectativas con el producto o servicio que se esté ofertando.

2.2.1 Promoción turística

> La promoción plasma la función de proporcionar todos los medios posibles para dar a conocer, a nacionales y extranjeros, los atractivos turísticos de los más diversos lugares, la cultura y el espíritu de hospitalidad de los que en ellos habitan; y no solo eso, sino informar sobre la seguridad vigente en los sitios a donde se va a viajar, lo que tiene que ver con la estabilidad económica, política, y social, y hasta con la naturaleza misma (Arboleda, 2015, p. 26).

> La promoción se entiende como las actividades que comunican los atributos del producto y persuaden a los consumidores a su adquisición, mientras tanto Middleton afirma que son todas las formas que se utilizan para hacer que los clientes se den cuenta de los productos, que agudizan sus deseos y estimulen la demanda (Castillo Palacio & Castaño Molina, 2015, p. 757).

La promoción turística básicamente se encarga de dar a conocer el lugar turístico de manera general, sin entrar en detalles específicos, por ejemplo, la ubicación, seguridad, estatus económico y político, vías en buen estado y gente cálida, gastronomía variada, etc. La Promoción turística se trata de difundir el lugar y a su vez provocar curiosidad e interés en el turista y así lograr vender sus productos o servicios ya sea a través de medios digitales o tradicionales como la radio televisión, boletines, etc.

2.2.1.1 Proceso de planeación de la promoción turística

El proceso de planeación de la promoción turística son las siguientes según la (Escuela de Turismo, 2017):

- Establecer metas específicas y bien definidas sobre lo que pretende lograr el programa de promoción.
- Qué mercados (posibles consumidores) debe alcanzar el programa.
- Qué medios publicitarios se utilizarán.
- Con que presupuesto económico se cuenta.
- Como se medirán los resultados del programa

Planificar de manera correcta una promoción turística ayuda directamente a alcanzar a un mayor número de personas que a futuro pueden ser clientes, cada proceso de la promoción turística tiene que llevarse a cabo de manera exitosa puesto que depende de este proceso sucede a lo que llamamos la comercialización.

2.2.1.2 Elementos del plan de promoción turístico

Escuela de Turismo, 2017 menciona que los elementos del plan de promoción turístico deben considerarse como un todo, con una mezcla proporcional en la medida de lo que se pretenda lograr; y deberá ajustarse un presupuesto

- **Publicidad:** Anuncios, periódicos, revistas especializadas y revistas de viajes, Artículos, reportajes y noticias de interés general o particular, Publicaciones especiales, libros y guías, Radio, televisión y videos.
- **Materiales de apoyo:** Carteles, folletos, literatura de servicios y literatura de lugares y eventos. Diapositivas. Displays y calcomanías.
- **Relaciones públicas:** Viajes de familiarización, Ferias y exposiciones turísticas, Representaciones en el extranjero, Oficinas de turismo, Asociaciones empresariales, Oficinas de convenciones y visitantes, Centros de reservaciones.

Un plan ayuda a direccionar a definir de qué manera o que acciones una empresa debe desarrollar para cumplir sus objetivos principales. La interacción entre publicidad, materiales de apoyo y relaciones públicas son fundamentales para la promoción turística, cada componente ayuda a que se llegue a obtener un público o cliente potencial.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Localización

"La comunidad Pucuno de la parroquia San Vicente de Huaticocha está ubicada en el cantón Loreto, provincia de Orellana, al occidente del mismo cantón y al nor-este de la república del Ecuador, a 3/5km de la cabecera parroquial" (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Urbano de San Vicente de Huaticocha, 2016).



Figura 1. Mapa de ubicación de la comunidad de Pucuno
Fuente: (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Urbano de San Vicente de Huaticocha, 2016)

3.2 Tipo o diseño de investigación

El objetivo de la investigación se ha abordado con una metodología exploratoria cualitativa de estudio de caso y cuantitativo con características de diseño descriptivo simple.

Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes.

Los estudios descriptivos se buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (Hernandez Sampieri, Fernandez Collado, y Baptista Lucio, 2014, pp. 91-92).

3.3 Métodos de investigación

La presente investigación aplica un método de investigación mixto que representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Sampieri y Mendoza, 2016).

Para el cumplimiento del objetivo 1: se realizó el diagnóstico situacional de la comunidad Pucuno, se consideró lo planteado al Manual para Diagnóstico Turístico Local de Carla Ricaurte(2009) y se recogió datos descriptivos a través del instrumento de investigación: entrevista estructurada con preguntas abiertas, dirigidas a actores claves de la comunidad, en este caso al presidente de la comunidad Pucuno, además se realizó el respectivo inventario de atractivos turísticos aplicando las fichas para levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos del MINTUR (2018). Finalmente se realizó la matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA), que según (Ponce Talancón, 2007) "consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir las oportunidades y amenazas".

Para el cumplimiento del objetivo 2. Se analizó el perfil de los turistas que visitan la comunidad Pucuno, a través de la herramienta; encuesta de preguntas cerradas y opción múltiple, se aplicó la fórmula de población finita usando los datos del cantón Loreto, provincia de Orellana, haciendo usó los datos del GEOVIT 2018, para cumplir con el objetivo.

Tamaño de la muestra de la población de turistas nacionales.

$$\boldsymbol{n} = \frac{N.z^2\ p * q}{(N-1).e^2 + z^2\ p * q}$$

Datos:

P = 50%
q = 50%
E = 0,1
Z = 95% (1,96)
N = 50.544 turistas

$$\boldsymbol{n} = \frac{N.z^2\, p * q}{(N-1)\, e^2 + z^2\, p * q}$$

$$\boldsymbol{n} = \frac{50544(1{,}96)^2 * 0{,}5 * 0{,}5}{(50544-1)(0{,}1)^2 + (1{,}96)^2 * 0{,}5 * 0{,}5}$$

$$\boldsymbol{n} = \frac{\mathbf{48.542{,}4576}}{\mathbf{127{,}3179}}$$

$$\boldsymbol{n} = \mathbf{382}$$

Se determinó que el tamaño de la muestra para realizar nuestro estudio corresponde a 382 turistas nacionales. Las encuestas fueron realizadas de forma online, con la ayuda de la página Google Forms.

Para el cumplimiento objetivo 3. se realizó un modelo de gestión estratégica aplicando la Matriz de Evaluación de los Factores Externos (MEFE), que es un instrumento de diagnóstico (ponderado) que permite hacer un estudio de campo, donde se pueden identificar y evaluar distintos aspectos externos que pueden afectar o influir en la expansión y crecimiento de una marca, empresa, organización o negocio, y la matriz de factores internos (MEFI) que evalúa la información interna de la empresa y sirve para presentar una aproximación de cómo están afectando los factores internos el desarrollo y crecimiento de nuestra empresa.. (Ruíz Barroeta , 2019), una vez realizadas estas matrices se hizo la denominada MAFE (amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas), desarrollando cuatro tipos de estrategias que se muestran a continuación:

- Estrategias FO: Se aplican a las fuerzas internas de la empresa
- para aprovechar la ventaja de las oportunidades externas.
- Estrategias DO: Pretenden superar las debilidades internas aprovechando las oportunidades externas.
- Estrategias FA: Aprovechan las fuerzas de la empresa para evitar o disminuir las repercusiones de las amenazas externas.
- Estrategias DA: Son tácticas defensivas que pretenden disminuir las debilidades internas y evitar las amenazas del entorno (Ponce Talancón, 2007, p. 121).

Finalmente se realizó la propuesta del plan de promocion turistico para la comunidad Pucuno, definiendo estrategias de marketing para cumplir con el objetivo planteado.

CAPITULO IV

4. RESULTADOS

4.1 Diagnóstico Situacional de La Comunidad Pucuno

Para realizar el respectivo diagnóstico de la comunidad de Pucuno de la parroquia San Vicente de Huaticocha ubicada en el cantón Loreto provincia de Orellana, se realizó el diagnóstico de la situación actual de la comunidad a través del Manual de Diagnóstico Turístico de (Ricaurte, 2009) enfocándonos en la ficha 1 de Caracterización Turística de la Comunidad, tomando información de un Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia San Vicente de Huaticocha 2019, haciendo revisión bibliográfica en documentos y con el instrumento de investigación: entrevista dirigida al presidente de la comunidad Pucuno de la parroquia San Vicente de Huaticocha. Para el respectivo inventario de atractivos turísticos se aplicó las fichas para levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos del MINTUR (2018), y se realizó la matriz FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas) de la comunidad Pucuno.

Caracterización turística de comunidades

1. Datos generales

La siguiente información obtenida es del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Urbano de San Vicente de Huaticocha (2016). Y del catastro turístico 2018 (MINTUR, 2018).

1.2. Ubicación de la comunidad

La comunidad Pucuno está ubicada en la parroquia San Vicente de Huaticocha del cantón Loreto, provincia de Orellana, al occidente del mismo cantón y al nor-este e la república del Ecuador. El número aproximado de habitantes en la comunidad Pucuno es de aproximadamente 90 habitantes divididos en 30 familias.

2. Oferta de servicios

Dentro de la comunidad Pucuno no existe planta turística como alojamiento, alimentación y bebidas, recreación, diversión y esparcimiento por lo que la comunidad ha optado por ofertarlos de manera propia, es decir, solo cuando ingresan turistas a visitar lo atractivos, los

organizadores ofrecen alimentación en el momento bajo pedido y de ser el caso existe una zona estratégica para realizar camping. A continuación, detallamos según el catastro turístico 2018 que existe planta turística de alojamiento, alimentación y bebidas y de recreación, diversión y esparcimientos más cercanos en la parroquia Loreto a una distancia de 22,3 km aproximadamente de 20 a 25min.

Tabla 1

Establecimientos de alojamiento del Cantón Loreto

Establecimientos	Actividad	Subactividad	Categoría	Habitaciones	Plazas
Ebenezer	Alojamiento	Hotel	Segunda	30	78
Ojo de Agua		Hostería	Primera	6	12
Imperial		Pensión	Tercera	10	24
Las Palmas		Cabaña	Segunda	10	40
Campamento Victoria			Tercera	15	60
San miguel		Hostal	1 Estrella	15	35
Wuami			1 estrella	14	30
Yellowstone			1Estrellas	10	19
Monte azul			1Estrellas	28	46
San José de Loreto			1Estrellas	12	33
Gran Loreto			2 estrellas	15	24
Isla del Suno			1Estrellas	10	33
Marcelo’s			2 estrellas	24	40
Imperial Loreto			1Estrellas	9	15
El Dorado			Tercera	14	20
El Dorado			Tercera	13	18
El Cisne		Hostal Residencia	Tercera	21	48
Don Manuel			Tercera	12	19
5 de Agosto			Tercera	21	25

Fuente: (MINTUR, 2018)
Realizado por: Aguilar Tania, Moreno Mayra

Tabla 2

Establecimientos de alimentos y bebidas en el cantón Loreto.

Establecimientos	Actividad	Subactividad	Categoría	Mesas	Plazas
El Boulevar de las frutas 2	Alimentos y Bebidas	Fuentes de Soda	Tercera	7	28
El Turista		Restaurante	Tercera	12	48
Blueberrys Fresh			Cuarta	10	40
Parrilladas Samantha			Cuarta	8	32
Mayto Oriental			Cuarta	4	16

Fuente (MINTUR, 2018)
Realizado por: Aguilar Tania, Moreno Mayra

Tabla 3

Establecimientos de Recreación, diversión y esparcimiento del cantón Loreto.

Establecimientos	Actividad	Subactividad	Categoría	Mesas	Plazas
Carachupa Pakcha	Recreación, Diversión, Esparcimiento	Centro de turismo comunitario	Única	12	48
Copacabana Dance		Discoteca	Segunda	40	160
Ibiza		Discoteca	Segunda	21	84
Isla del Cacao		Termas y Balnearios	Segunda	10	40

Fuente: (MINTUR, 2018)
Realizado por: Aguilar Tania, Moreno Mayra

Tabla 4

Locales prestadores de servicio y turismo de la parroquia San Vicente de Huaticocha

Categoría	tipo	Nombre comercial	Localización	Representante
Hospedaje	Hostal	Hostal el dorado	Huaticocha, vía principal	Tacury Paucay Manuel Jacinto
Centro comunitario	Turismo comunitario	Flor de Pasohurco	Comunidad Pasohurco Km. 6 desde Cabecera Parroquial vía al Tena.	No registrado en el MINTUR
Centro comunitario	Turismo comunitario	Centro turístico encanto natural	Comunidad Nueva Esperanza, vía estatal desde Huaticocha	No registrado en el MINTUR

	Km. 4 a Nueva Esperanza.
Comedor	Centro Poblado/ Huaticocha
Comedor	Centro Poblado/ Huaticocha

Fuente: (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Urbano de San Vicente de Huaticocha, 2016)
Realizado por: Aguilar Tania, Moreno Mayra

3. Infraestructura de servicios básicos

3.1 Transporte y Accesibilidad

La comunidad Pucuno está ubicada a 2,314km desde la cabecera parroquial San Vicente de Huaticocha y 25km desde la cabecera cantonal de Loreto, las principales vías de acceso a la comunidad son de tierra (carrozable), desde la parroquia San Vicente de Huaticocha, hasta el puente del río Pucuno, después hay que caminar por un sendero aproximadamente 30 minutos para llegar a la comunidad, no existe ningún tipo de señalización vial y turística hacia y dentro la comunidad Pucuno, por ahora no existe ningún medio de transporte público que ingrese hacia la comunidad Pucuno desde la cabecera cantonal de Loreto o de la parroquia San Vicente de Huaticocha, únicamente hay como ingresar por medio de camioneta, motocicleta y bicicleta. En la siguiente tabla encontramos las diferentes compañías de transporte interprovinciales que pasan por la vía principal Huaticocha-Loreto.

Tabla 5
Compañías de Transporte

Compañía de Transporte	Ruta
Baños	Quito – Coca
Trans. Esmeraldas	Quito – Coca
Loja Internacional	Quito – Coca
Putumayo	Quito – Coca
Ciudad del Coca	Tena – Coca
Jumandy	Tena – Coca
Gran Sumaco.	Coca - Huaticocha.
Transportes Unidos.	Riobamba - Coca.
Dorado.	Riobamba - Coca.
San Francisco	Puyo - Coca.

Fuente: (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Urbano de San Vicente de Huaticocha, 2016)
Realizado por: Aguilar Tania, Moreno Mayra

3.2 Comunicaciones

La comunidad Pucuno no cuenta con servicio telefónico ni oficina de correos, la oficina más cercana se encuentra a 25km desde la comunidad Pucuno hasta la cabecera cantonal de Loreto, la empresa que presta servicios telefónicos celulares es la empresa Claro. La comunidad Pucuno no cuenta con servicio telefónico ni oficina de correos, la oficina más cercana es CNT que se encuentra a 25km desde la comunidad Pucuno hasta la cabecera cantonal de Loreto, la empresa que presta servicios telefónicos celulares es la empresa claro.

3.3 Sanidad

La comunidad Pucuno no cuenta con red de agua entubada o alcantarillado, actualmente las autoridades principales de la comunidad Pucuno conjuntamente con el GAD parroquial San Vicente de Huaticocha están trabajando para implementar un plan de desarrollo que permita obtener alcantarillado en la comunidad Pucuno, la fuente principal de basto de agua se consume del agua lluvia y de una vertiente de agua que sale del río Pucuno.

La población de la comunidad Pucuno elimina las excretas en pozo ciego que ellos construyeron para que se puedan depositar allí, la basura inorgánica la eliminan quemando y la orgánica la usan para abono, ya puede ser para plantas o la votan en el suelo para que poco a poco se vaya descomponiendo.

La comunidad Pucuno no cuenta con un centro de salud, por lo que los habitantes tienen que asistir al centro de salud más cercano que es el centro de salud tipo A San Vicente de Huaticocha que está a 2,314km desde la comunidad hasta la cabecera parroquial, existen 2 curanderos tradicionales y un shaman.

3.4 Energía

La comunidad Pucuno si cuenta con el servicio de energía eléctrica, el lugar más cercano con este servicio es la cabecera parroquial San Vicente de Huaticocha, el porcentaje que recibe este servicio es el 83%, no existen gasolineras la más cercana es en la cabecera cantonal de Loreto a 25km desde la comunidad Pucuno.

4. Gobernanza

4.1. Actor social

Junta Parroquial de San Vicente de Huaticocha las actividades que realiza son Coordinación con GAD´s de acuerdo a las competencias y con Instituciones Sectoriales Desconcentradas.
Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Loreto las actividades que realiza son Cumplir con las competencias descritas en la Constitución principalmente sobre la prestación de servicios básicos.
Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Orellana realiza Actividades de Fomento Productivo, Agropecuario, Vialidad Rural, Gestión Ambiental.

Organizaciones de Territorio

Comunas realiza la Agrupación y organización de habitantes en territorio
Comunidades de igual manera Agrupación y organización de habitantes en territorio
Grupo de Mujeres Pucuno (Caja de Ahorros) realiza las Actividades de Microfinanzas

Instituciones Desconcentradas Educativa

Llawkana urku comunidad Pucuno

4.2. Planes de desarrollo

Conformación de redes de autogestión productiva para lograr la construcción de puentes, apertura de vía, lastrado de vía, con el objetivo de aprovechar la vocación productiva del territorio que en la totalidad de los actores apunta a un modelo de desarrollo sostenido donde las bondades naturales, culturales, ambientales y paleontológicas se juntan como elementos disparadores para una economía social basada en el turismo comunitario.

4.3. Tipos de organizaciones

La comunidad Pucuno se organiza de la siguiente manera; trabajan por medio de directiva comunitaria, organización de mujeres de Pucuno y comité de padres de familia de la comunidad Pucuno.

5. Comunidad receptora

La población de la comunidad Pucuno se dedica a las siguientes actividades económicas:

Agricultura, caza, pesca, avicultura, ganadería, que son las principales, seguido por otro lado con las artesanías que realizan las mujeres de Pucuno y los servicios comunales, sociales y personales.

Las 3 actividades más productivas en la comunidad Pucuno son café, cacao y maíz, las personas de la comunidad se dedican al trabajo en minga y han trabajado en conjunto con el municipio de Loreto y el Gad de Orellana en planes estratégicos.

En cuanto a las destrezas para el turismo en la comunidad Pucuno no encontramos personas con las destrezas mencionadas en el diagnóstico, por lo que existen personas de la comunidad que se hacen pasar por guías y llevan a los visitantes a los atractivos dándoles las explicaciones debidas, en parte de la cocina la mujeres de la comunidad se unen para hacer esta labor cuando hay un grupo grande que quiera adquirir el servicio de alimentación, por otro lado en cuanto a la actitud frente al turismo el presidente de la comunidad Pucuno menciona que desde años atrás querían promocionar sus atractivos pero no se da la oportunidad de hacerlo, pues el turismo en la comunidad Pucuno es una actividad alterna y la realizan cuando llegan visitantes.

4.1.1 Entrevista al presidente de la comunidad Pucuno

Se recogió información base a través de una entrevista estructurada dirigida hacia el Sr. Vicente Tanguila, presidente de la comunidad Pucuno quien nos menciona:

La comunidad Pucuno la conforma alrededor de 30 familias de nacionalidad Kichwa, quienes trabajan en conjunto dispuestas a implementar al desarrollo turístico dentro de su comunidad. La comunidad Pucuno cuenta con 3 atractivos turísticos los cuales son el saladero de loros a 1km de distancia desde la comunidad, el río Pucuno y el mirador Pucuno, nos comenta que el interés de integrar su comunidad en el turismo empezó desde hace 10-15 años aproximadamente cuando encontraron el primer atractivo; saladero de loros por el Sr. Vasillajon quien tuvo la idea de querer promocionar los atractivos a fines de que la comunidad sea reconocida y visitada por turistas nacionales y extranjeras ya que han considerado que la afluencia de turistas ayudaría a mejorar los ingresos de la comunidad y esto directamente ayuda a mejorar su calidad de vida.

Una de las preguntas a entrevistar a Don Vicente Tanguila fue que ¿Estaría dispuesto a participar en un convenio con otras empresas para impulsar el turismo en su comunidad y para ofrecer sus productos en un paquete turístico? Su respuesta fue la siguiente: totalmente estaría dispuesto a trabajar en convenio con empresas turísticas para que los atractivos formen parte de alguna ruta, circuito o paquete turístico, pero para ello nos comenta que necesita apoyo del Gad Parroquial San Vicente de Huaticocha ya que, si ha apoyado a la comunidad en cuestiones de servicios básicos, etc., sin embargo, no exclusivamente para la actividad turística, nos comenta que su comunidad estarían gustosos de participar y tener conocimiento en capacitaciones destinadas al turismo y actualmente en relación a medidas preventivas contra el covid-19. Otra ayuda que también les agradaría por parte del Gad parroquial y el Gad provincial es que a través de sus sitios webs y paginas oficiales ya sea Facebook, Instagram, Twitter promocionen sus atractivos turísticos.

4.1.2 Inventario de atractivos turísticos

Se procedió a realizar el respectivo inventario, evaluación y jerarquización de atractivos turísticos de la comunidad Pucuno utilizando las fichas respectivas para el correcto levantamiento de información, dando como resultado que la comunidad Pucuno ofrece 3 atractivos turísticos con categoría de Sitio Naturales.

Atractivo No. 1



Figura 2. Mirador natural Pucuno
Realizado por: Aguilar Tania, Moreno Mayra

Nombre del atractivo: Mirador natural Pucuno

Categoría: Sitio natural

Tipo: Montaña

Subtipo: Baja montaña

Ubicación: vía a la comunidad Pucuno, a 1,100km desde la parroquia San Vicente de Huaticocha, y 24km aproximadamente desde el cantón Loreto, a una latitud -0.762475,-77.474201, se puede llegar al atractivo en medio de transporte en un tiempo de 3 a 5 minutos aproximadamente, y caminando en un tiempo de 10 minutos.

Descripción del atractivo: el mirador natural Pucuno es una montaña natural que se encuentra en la comunidad Pucuno, tiene una altura aproximada de 800 a 1000 msnm, en este atractivo podemos hacer caminata ya que se encuentra junto a la vía que nos lleva hacia la comunidad Pucuno, aún no ha sido intervenido, es decir no tiene una infraestructura, hace algunos años se dañó la base, pero actualmente igual podemos ir caminando y observando todo nuestro alrededor, las montañas, el paisaje verde natural, y algunas especies de flora y fauna que existen en este atractivo.

Tabla 6

Resultados evaluación critica atractivo natural Mirador natural Pucuno

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA				
	CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A	ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	7
B	PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	5,7
C	ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	12
D	HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	5
E	POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	3
F	ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	3
G	DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	2
H	REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	0
I	RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	0
TOTAL			100	37,7

Fuente: (MINTUR, 2018)
Realizado por: Aguilar Tania, Moreno Mayra

Los resultados de la evaluación técnica del mirador natural Pucuno en coordenadas geográficas -0.762475,-77.474201, obtuvo un puntaje de 37.7 de 100 colocándose en una jerarquización II, que es tu contexto define: "Atractivo con rasgo llamativo que presenta condiciones básicas para la generación de productos turísticos capaz de interesar a visitantes nacionales" (MINTUR, 2018).

Atractivo No. 2



Figura 3. Saladero de loros
Realizado por: Aguilar Tania, Moreno Mayra

Nombre del atractivo: Saladero de loros (llawkana urku)

Categoría: Sitio Natural

Tipo: ambiente lacustre

Subtipo: vado

Ubicación: Se encuentra ubicado a aproximadamente 2,500km desde la comunidad Pucuno, a 4,314km desde la parroquia San Vicente de Huaticocha y a 25km aproximante desde el cantón Loreto, a una latitud -0.785653, -77.462043, se puede llegar al atractivo en transporte hasta el puente del rio Pucuno y de allí caminar aproximadamente 1:30h hasta llegar al atractivo.

Descripción del atractivo: el saladero de loros o (llawkana urku) es una formación natural causada por la erosión en la base del paredón situado en la ladera de la colina dentro del bosque, a unos 7 metros de altura aproximadamente, ubicado en la comunidad Pucuno de la parroquia San Vicente de Huaticocha, bandadas de loros, pericos y guacamayos llegan al saladero, en el cual estas aves acuden a comer los minerales de la tierra para mejorarla digestión de los alimentos (frutos y semillas), a manera de un antiácido y digestivo natural, además en este atractivo se puede observar diversidad de flora, entre ellas balsa, plantas de chonta, uva de monte, sangre de drago, entre otros, y fauna como roedores, guantas, guatusas, sajinos, ardillas entre otros.

Tabla 7
Resultados de la evaluación técnica del atractivo natural Saladero de loros

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA				
	CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A	ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	4,5
B	PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	5,1
C	ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	15
D	HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	4
E	POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	3
F	ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	3
G	DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	2
H	REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen Intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	0
I	RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	0
	TOTAL		100	36,6

Fuente: (MINTUR, 2018)
Realizado por: Aguilar Tania, Moreno Mayra

Los resultados de la evaluación técnica del saladero de loros en coordenadas geográficas -0.785653, -77.462043, obtuvo un puntaje de 36.6 de 100 colocándose en una jerarquización II, que es tu contexto define: "Atractivo con rasgo llamativo que presenta condiciones básicas para la generación de productos turísticos capaz de interesar a visitantes nacionales" (MINTUR, 2018).

Atractivo No. 3



Figura 4. Río Pucuno
Realizado por: Aguilar Tania, Moreno Mayra

Nombre del atractivo: Río Pucuno

Categoría: Sitio Natural

Tipo: Ríos

Subtipo: Rápido

Ubicación: Se encuentra ubicado en la comunidad Pucuno a 2,314km desde la parroquia San Vicente de Huaticocha y a 25km aproximante desde el cantón Loreto, a una latitud -0.770285,-77.474244, se puede llegar al atractivo por medio de transporte en un tiempo de 7 a 10 minutos aproximadamente y también se puede ir caminando en un tiempo de 30 minutos hasta llegar al atractivo.

Descripción del atractivo

El Río Pucuno desciende por la inclinación oriental de los Andes y se puede convertir en el principal atractivo turístico de la zona, rodeado de bosques que se extienden hasta la extensa reserva de biosfera Napo Galeras, que alberga una diversidad de orquídeas, y especies de pájaros, mariposas exóticas, anfibios y reptiles.

En el sitio del Puente de la vía Pucuno; el río tiene un ancho de 60 metros aproximado, la laguna del puente tiene una profundidad de 0.80 m y otras de 5 m de profundidad, en la cual se incrementa en el invierno. El clima propicio para realizar kayak, Tubbing, nadar o simplemente bañarse bajo las frescas aguas.

Tabla 8

Resultados de la evaluación técnica del atractivo natural Rio Pucuno

RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN TÉCNICA				
	CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
A	ACCESIBILIDAD y CONECTIVIDAD	Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica.	18	**7**
B	PLANTA TURÍSTICA / SERVICIOS	Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo.	18	**5,1**
C	ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos patrimoniales físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del sitio y su entorno.	14	**10**
D	HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de dispositivos para recolección de basura, procedencia del agua, presencia de actos vandálicos, limpieza e iluminación del atractivo.	14	**6,5**
E	POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la Planificación territorial turística cantonal y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10	**8**
F	ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Constatación de actividades que se practican en el atractivo, mismas que le dan valor agregado.	9	**6**
G	DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación.	7	**2**
H	REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Registro del tipo de visitantes, perfil de consumo, volumen intensidad de uso. Estimación de demanda potencial.	5	**0**
I	RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo.	5	**0**
TOTAL			100	**44,6**

Fuente: (MINTUR, 2018)
Realizado por: Aguilar Tania, Moreno Mayra

Los resultados de la evaluación técnica del rio Pucuno en coordenadas geográficas -0.770285,-77.474244, obtuvo un puntaje de 44.6 de 100 colocándose en una jerarquización II, que es tu contexto define: "Atractivo con rasgo llamativo que presenta condiciones básicas para la generación de productos turísticos capaz de interesar a visitantes nacionales" (MINTUR, 2018).

4.1.3 Matriz FODA

Tabla 9
Matriz FODA de la comunidad Pucuno

MATRIZ FODA			
	FORTALEZAS		**DEBILIDADES**
F1	Recursos naturales de interés	**D1**	Atractivo ubicado un poco lejos de la comunidad
F2	Práctica de actividades turísticas	**D2**	Deficiente acceso a la tecnología
F3	Organización comunitaria	**D3**	Alta competencia comunitaria
F4	Elaboración de artesanías	**D4**	Escasa publicidad de la comunidad
F5	Guías nativos	**D5**	Carencia de infraestructura turística
	OPOTUNIDADES		**AMENAZAS**
O1	Incremento de práctica de actividades turísticas	**A1**	Desastres Naturales
O2	Propuesta a ser Turismo comunitario	**A2**	Enfermedades
O3	Apoyo económico y promocional	**A3**	Crisis económica
O4	Crecimiento del sector turístico	**A4**	Competencia con mayor publicidad y mejor posesionados
O5	Asociación con Instituciones Públicas y privadas	**A5**	Deficiente capacitación en el desarrollo de emprendimientos turísticos

Realizado por: Aguilar Tania, Moreno Mayra

4.2 Análisis del perfil del turista

Para determinar la respectiva demanda existente, la información fue tomada en base de los datos del MINTUR 2018, de la cuenta satélite de Turismo del portal GEOVIT, donde se encontraron el respectivo número de ingreso de los turistas a la provincia de Orellana, Cantón Loreto, permitiéndonos determinar el número exacto a cuantos usuarios se puede aplicar la respectiva encuesta de manera online por medio de la herramienta Google Forms.

Universo

Tabla 10
Determinación del universo

DETALLE	**POBLACIÓN**
NACIONALES (MINTUR, 2018).	50.544
Total	50.544

Fuente: (MINTUR, 2018)
Realizado por: Aguilar Tania, Moreno Mayra

En 2018 visitaron 50.544 turistas al Cantón Loreto

Muestra

La muestra se calcula con la fórmula propuesta por Richard L. Scheaffer, 1987.

$$\boldsymbol{n} = \frac{N.z^2\ p * q}{(N-1).e^2 + z^2\ p * q}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Universo o población en estudio

e = Error (según el porcentaje al que sé que se desee trabaja)

p = 0,5

q = 0,5

z = La confianza (según el porcentaje).

Las muestras se pueden calcular empleando diferentes niveles de error y confianza, a continuación, presentamos los diferentes valores de z y e, más comunes.

Tamaño de la muestra de la población de turistas nacionales.

$$\boldsymbol{n} = \frac{N.z^2\ p * q}{(N-1).e^2 + z^2\ p * q}$$

Datos:

P = 50%
q = 50%
E = 0,1
Z = 95% (1,96)
N = 50.544 turistas

$$\boldsymbol{n} = \frac{N.z^2\ p * q}{(N-1)\ e^2 + z^2\ p * q}$$

$$\boldsymbol{n} = \frac{50544(1{,}96)^2 * 0{,}5 * 0{,}5}{(50544-1)(0{,}1)^2 + (1{,}96)^2 * 0{,}5 * 0{,}5}$$

$$\boldsymbol{n} = \frac{\mathbf{48.542{,}4576}}{\mathbf{127{,}3179}}$$

$$\boldsymbol{n} = \mathbf{382}$$

Se determina que el tamaño de la muestra para realizar nuestro estudio corresponde a 382 turistas nacionales.

4.2.1 Análisis e interpretación de resultados

Datos informativos

1. Género

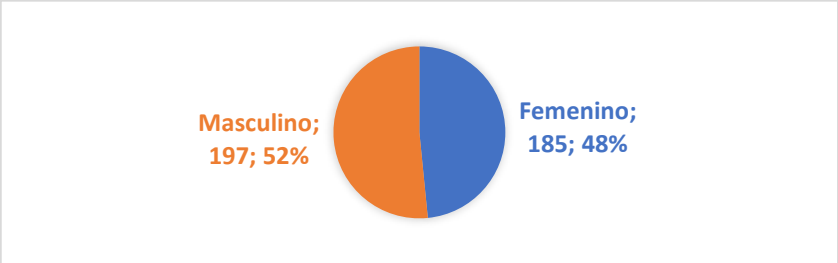


Figura 5. Género

Análisis e interpretación: En la comunidad Pucuno de los 382 turistas encuestados el género masculino representa el 52% y el género femenino con un 48%.

Lo que quiere decir que el género masculino tiene mayor relevancia en esta encuesta, pero que hay diversificación de actividades para distintos géneros.

2. Edad

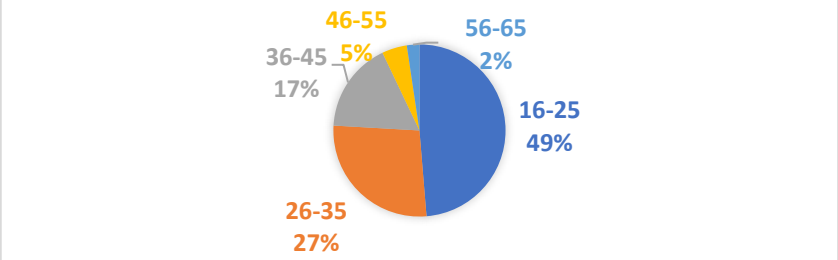


Figura 6. Edad

Análisis e interpretación: La edad de los usuarios encuestados se encuentra de 16 a 25 años con un 49%, de 25 a 35 años con un 27%, de 36 a 45 años con un 17%, de 46 a 55 años con un 5% y de 56 a 65 años con un 2%.

Se puede observar que la mayor cantidad de visitantes hacia la comunidad son jóvenes que oscilan entre 16 a 35 años, por tanto, este grupo de jóvenes les gusta disfrutar de la naturaleza y aventurarse dentro de ella, siendo esto beneficiario para la elaboración de productos y paquetes turísticos diversificados enfocándose en las diferentes edades.

3. Lugar de procedencia

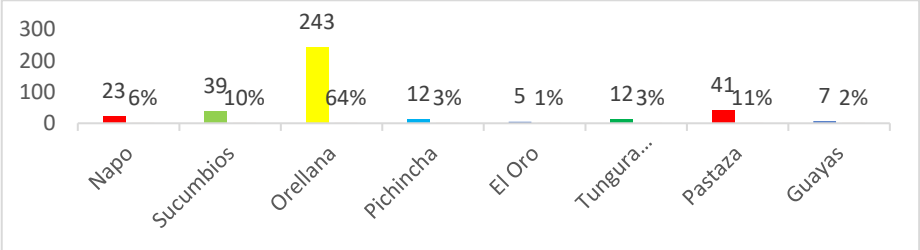


Figura 7. Lugar de procedencia

Con respecto al lugar de procedencia de los turistas que visitaron la comunidad Pucuno, se pudo observar que el 64% de los encuestados pertenecen a la provincia de Orellana, seguido de las provincias vecinas como son Sucumbíos con el (10%), Pastaza (11%), Napo (6%), y con menos procedencia las provincias de Pichincha (3%), Guayas (2%) y el Oro (1%).

Al haber interpretado los resultados acerca de la procedencia de los turistas se puede observar que el turismo que se hace en la comunidad Pucuno es un turismo interno, ya que las personas que más visitan son turistas locales, pero se puede hacer publicidad o marketing para que la comunidad Pucuno se sea conocida a nivel de otras regiones del país.

4. Nivel de educación

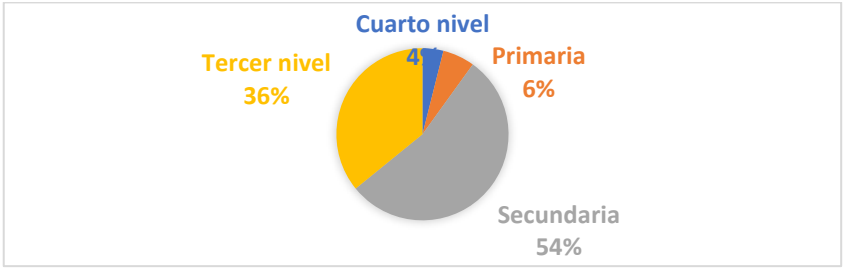


Figura 8. Nivel de educación

Análisis e interpretación: Los usuarios encuestados tienen los siguientes niveles de instrucción educativa primaria con un 6%, secundaria con un 54%, tercer nivel con un 36% y cuarto nivel con un 4%.

Según los datos obtenidos se puede observar que de las 382 encuestas efectuadas quienes representan el mayor nivel de instrucción son los de secundaria y tercer nivel,

siendo estos jóvenes y adultos se puede deducir que su mayor tiempo libre para visitar atractivos turísticos naturales son los fines de semana. Algo muy importante que tomar en cuenta es que para la creación de paquetes turísticos se considera el tiempo disponible de nuestros turistas, en este caso si se puede realizar un paquete turístico de un día y una noche.

5. Ocupación

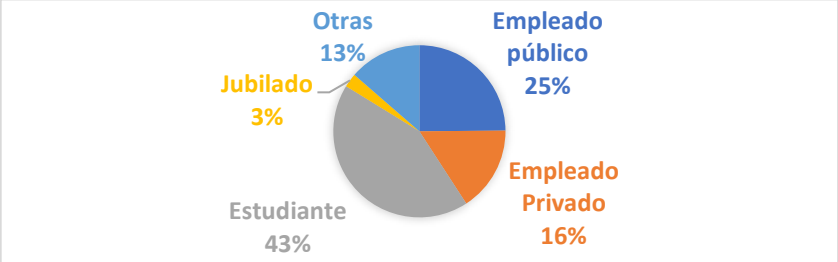


Figura 9. Ocupación

Análisis e interpretación: La ocupación de los usuarios encuestados se representan de la siguiente manera: empleado público con un 25%, empleado privado con un 16%, estudiante con un 43%, jubilados 3% y otras con un 14%.

Los datos obtenidos nos dan a conocer que la mayoría de visitantes son estudiantes lo que nos permite identificar que pocos no cuentan con un sustento económico seguro, sin embargo, se incentivan a realizar turismo de manera económica, para ello la creación de un paquete turístico seria a consideración del sustento económico con un precio cómodo y flexible.

6. ¿Ha recibido usted alguna información turística de la comunidad de Pucuno?

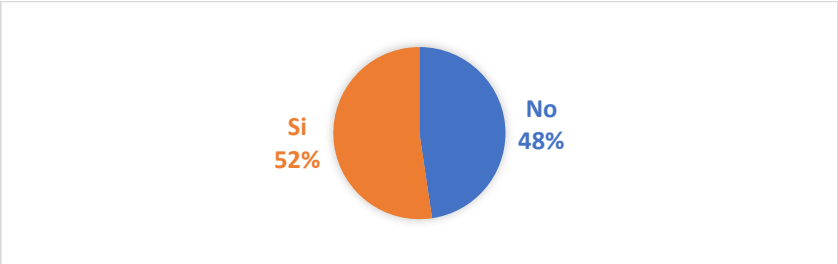


Figura 10. Información turística de la comunidad

Análisis e interpretación: De acuerdo a la encuesta realizada en la comunidad Pucuno los siguientes datos se encuentran representados de la siguiente manera: el 52% de usuarios si ha recibido algún tipo de información turística, mientras que 48% de usuarios no han recibido alguna información turística.

Los resultados obtenidos nos permiten identificar que los visitantes de la comunidad Pucuno en su mayoría si han recibido información turística, evidenciando claramente que son los mismos habitantes de la comunidad quienes transmiten de manera verbal esta información. Dándonos a entender que el Gad parroquial San Vicente de Huaticocha no cuenta con un espacio donde se pueda obtener información turística de las comunidades.

7. ¿A través de qué medio se informó sobre los atractivos turísticos de la comunidad de Pucuno

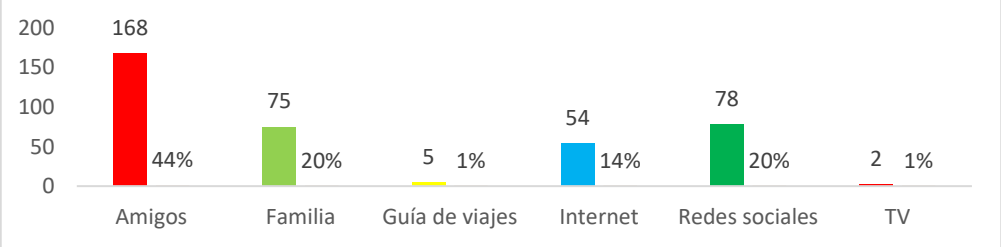


Figura 11. Medios de información

Análisis e interpretación: las encuestas efectuadas sobre los medios por los cuales se informaron los usuarios sobre los atractivos turísticos de la comunidad Pucuno nos muestran que por medio de internet representa un 14%, redes sociales con un 20%, amigos un 44%, familia con un 20% TV con un 1% y guías de viajes con un 1%.

El medio de información más utilizado por los usuarios es a través de sus amistades y familiares más cercanos, lo que deja en evidencia la falta de publicidad y esto se puede aprovechar para la implementación de promoción turística relevante a través de medios digitales que es la manera en la que actualmente más se difunde.

8. ¿En qué medio de transporte viajó a la comunidad de Pucuno?

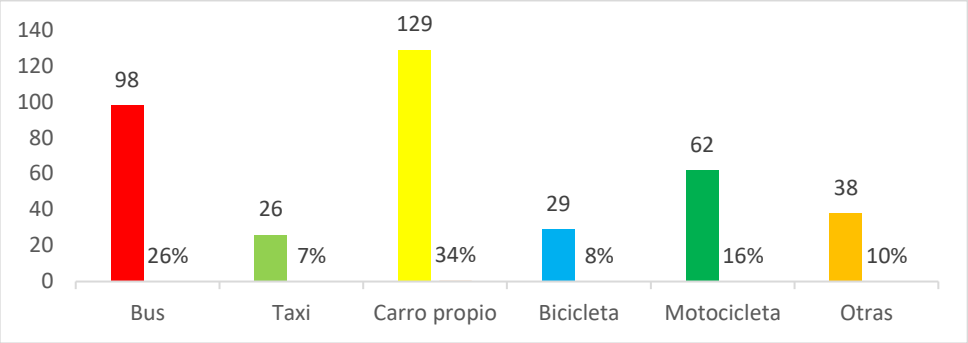


Figura 12. Medios de transporte

Análisis e interpretación: las encuestas realizadas sobre el medio de transporte con el que él usuarios viajó a la comunidad de Pucuno se encuentran representados de la siguiente manera, bus con un 26%, taxi con un 7%, carro propio con un 34% bicicleta con un 8%, motocicleta con un 16%.

Claramente el transporte más utilizado por los visitantes es el vehículo propio, puesto que son visitantes locales y conocen que el trayecto hacia la comunidad es largo, a continuación, suelen usar los buses interprovinciales, debido a los visitantes de las provincias cercanas como son Napo, Pastaza.

9. ¿Qué actividades de turismo ha realizado en la comunidad de Pucuno?

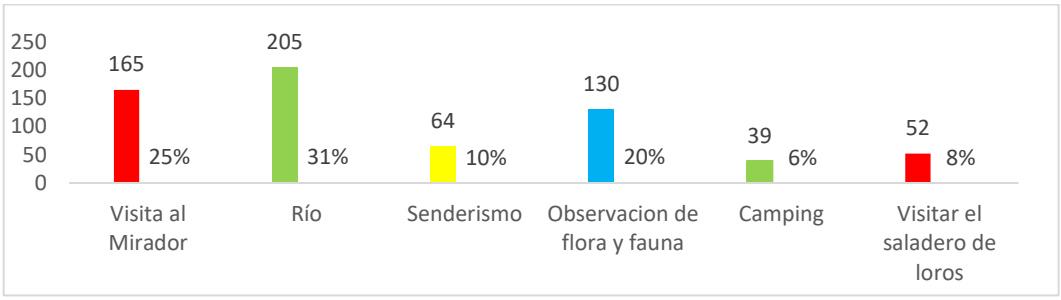


Figura 13. Actividades de turismo

Análisis e interpretación: Las actividades turísticas realizadas por los turistas se encuentran representadas de la siguiente manera: visita al mirador con un 25%, uso del rio con un 31%, senderismo con un 10% observación de flora y fauna con un 20%, camping con un 6% y vivita al saladero de loros con un 8%.

El atractivo más visitado es la de disfrutar las cálidas aguas del rio Pucuno, claramente se aprovecha del clima cálido que la parroquia posee, seguidamente visitan el mirador Pucuno lo cual les permite directamente realizar la observación del paisaje y de flora y fauna, algo que destacar es que muy poco visitan el saladero de loros, lo que nos hace pensar que no les gusta los atractivos muy alejados o que impliquen caminatas largas evidentemente porque solo han realizado una excursión de un día en la comunidad y el tiempo no es suficiente.

10. ¿Considera usted que son atractivos los sitios turísticos que posee la comunidad de Pucuno?



Figura 14. Son atractivos los sitios turísticos de la comunidad

Análisis e interpretación: la encuesta realizada sobre que, si los usuarios consideran que los sitios turísticos antes ya mencionados son realmente atractivos o no y estos son los resultados: el si considera un 85%, el no considera con un 1% y el tal vez considera con un 14%.

Existe un gran porcentaje significativo de los visitantes que consideran atractivos los sitios turísticos de la comunidad, de tal manera que nos permite directamente a seguir con nuestro plan de promoción turística e incluirlos en un paquete turístico.

11. ¿Con que frecuencia visitaría la comunidad de Pucuno?

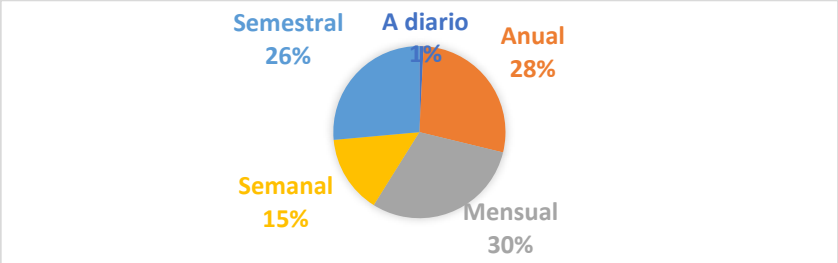


Figura 15. Frecuencia de visita a la comunidad

Análisis e interpretación: La frecuencia con la que los usuarios estarían dispuestos a visitar los atractivos turísticos que posee la comunidad se representan de la siguiente manera: a diario con 1%, semanalmente con un 15%, mensualmente con un 30%, semestralmente con un 26% y anualmente con un 28%**.**

Los visitantes organizan su tiempo de visita acorde a sus ocupaciones, por ser turistas locales de preferencia visitan los atractivos de manera mensual. Existe la posibilidad de aprovechar esta información para la creación de paquetes turísticos que estén destinados a fechas específicas como meses en temporadas bajas donde se puede ofertar los productos y servicios de mejor manera. Otros visitantes han seleccionado la opción de visitar los atractivos anualmente, lo que indica que son turistas de las provincias cercanas y para ellos la oferta de productos y servicios todavía no es suficiente.

12. ¿Cuánto gastó en promedio al visitar la comunidad de Pucuno?

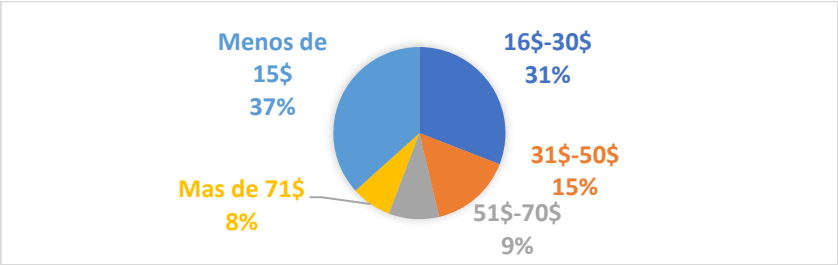


Figura 16. Gasto promedio al visitar la comunidad

Análisis e interpretación: El gasto promedio que los usuarios han tenido mientras visitaron la comunidad Pucuno se encuentra representado de la siguiente manera: menos de $15,00 con un 37%, entre $16,00 y $30,00 con un 31%, entre $31 y $50 con un 15%, entre $51 y $70 con un 9% y más de $71 con un 8%.

Los turistas de forma generalizada buscan llegar a lugares turísticos donde el gasto no exceda de $15,00 permitiendo identificar que se encuentra muy accesible el gasto para poder visitar la comunidad, sin duda es por motivos económicos y porque la comunidad no oferta exclusivamente un plus llamativo que motive al turista a costear un buen precio por un buen producto o servicio.

13. ¿Cuál es el atractivo que más le llamó la atención de la comunidad de Pucuno?

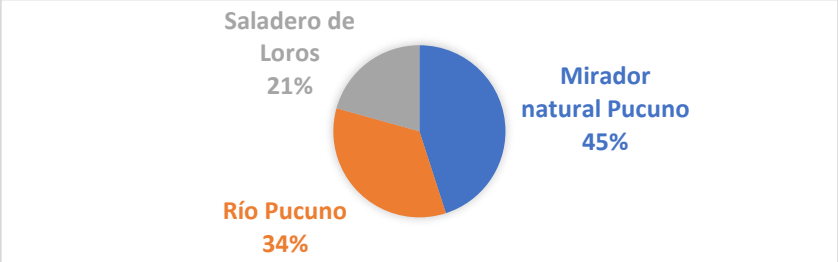


Figura 17. Atractivo que más le llamó la atención

Análisis e interpretación: Los atractivos que más les llamó la atención a los turistas que visitaron la comunidad Pucuno se encuentra representado de la siguiente manera: saladero de loros con un 21%, mirador natural Pucuno con un 45% y el río Pucuno con un 34%.

Los atractivos que más se repiten en esta encuesta son el mirador natural Pucuno y el rio Pucuno, sus motivos están encaminados al disfrute del aire puro, la vista panorámica de selva virgen, la observación de la flora y fauna, sus aguas cálidas y cristalinas, además por ser atractivos muy cercanos, por otro lado, hay que tener en cuenta que el saladero de loros no les llama la atención por la misma razón de la distancia.

14. ¿Está usted de acuerdo que se promocionen los atractivos turísticos de la comunidad de Pucuno por medio de plataformas digitales?

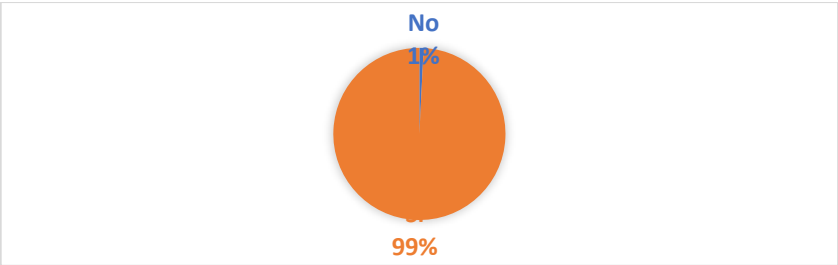


Figura 18. Promoción de los atractivos en plataformas digitales

Análisis e interpretación: en cuanto a si los visitantes se encuentran de acuerdo en promocionar los atractivos turísticos a través de plataformas digitales nos demuestran que: el 99% de visitantes están totalmente de acuerdo y tan solo un 1% no lo está.

Actualmente debido al alto consumo de tecnología y el uso de medios digitales la información compartida en ella es mucha más rápida para llegar a miles de personas en tan solo un momento, es por ello que nuestros visitantes han recomendado que este medio de promoción es mejor que cualquier otro medio de promoción.

15. ¿Estaría dispuesto a recomendar y visitar nuevamente la comunidad de Pucuno?

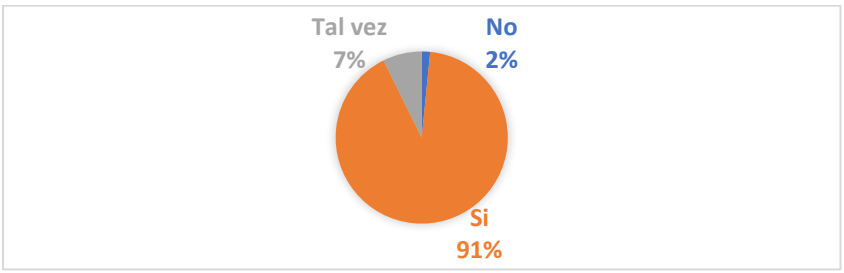


Figura 19. Recomendaría visitar la comunidad

Análisis e interpretación: en la comunidad Pucuno los visitantes detallan que el 91% si recomendaría, el 2% no recomendaría y el 7% tal vez recomendaría visitar a la comunidad.

Casi todos los encuestados recomendarían volver a visitar los atractivos de la comunidad Pucuno, considerándonos como un lugar de alto interés y que puede a llegar a ser un destino turístico a nivel provincial, si se adecua y mejora la infraestructura, facilidades turísticas y con la promoción y difusión correcta se lograría ofertar aún más a los atractivos así los visitantes que tal vez nos recomendarían lo juzgarían de mejor manera.

Al haber culminado con el análisis e interpretación de los resultados de las encuestas se llegó al análisis de que los turistas que más visitan la comunidad Pucuno son turistas locales, ya que la mayoría de los encuestados son de la parroquia San Vicente de Huaticocha, sitios aledaños y la provincia de Orellana en general.

4.3 Estrategias de promoción turística

Se realizó la matriz de factores internos, externos, y la matriz MAFE para con estas desarrollar las estrategias de promoción y la propuesta del plan de promoción turístico para la comunidad Pucuno.

4.3.1 Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)

Tabla 11
Matriz de evaluación de factores externos

	Factores críticos de éxito	Peso	Valor	Ponderación
	Oportunidades			
1	Incremento de práctica de actividades turísticas	0.10	4	0.40
2	Propuesta a ser Turismo comunitario	0.09	3	0.27
3	Apoyo económico y promocional	0.08	3	0.24
4	Crecimiento del sector turístico	0.08	3	0.24
5	Asociación con Instituciones Públicas y privadas	0.10	4	0.40
	Subtotal Oportunidades			1.55
	Amenazas			
1	Desastres Naturales	0.08	1	0.08
2	Enfermedades	0.10	2	0.20
3	Competencia con mayor publicidad y mejor posesionados	0.12	1	0.12
4	Crisis Económica	0.15	2	0.30
5	Deficiente capacitación en el desarrollo de emprendimientos	0.10	2	0.20
	Subtotal Amenazas			0.90
	Total	**1.00**		**2,45**
	valor ponderado			**2,45**

Realizado por: Aguilar Tania, Moreno Mayra

Resultados MEFE

La comunidad Pucuno desde años atrás se ha interesado en la actividad turística por ello al haber analizado los factores críticos de éxito mediante las oportunidades y amenazas de la comunidad se llega al resultado de que el valor del peso ponderado total de las oportunidades sea mayor al peso ponderado total de las amenazas. En este caso el peso ponderado total de

las oportunidades es de 1.55 y el de las amenazas es 0.90, lo que conlleva a un promedio ponderado de 2.45 lo cual establece que el ambiente externo es favorable para la comunidad Pucuno.

4.3.2 Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI)

Tabla 12
Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI)

	Factores críticos de éxito	peso	valor	ponderación
	Debilidades			
1	Atractivo ubicado un poco lejos de la comunidad	0.10	1	0.10
2	Deficiente acceso a la tecnología	0.10	1	0.10
3	Alta competencia comunitaria	0.06	2	0.12
4	Escasa publicidad de la comunidad	0.12	1	0.12
5	Carencia de infraestructura turística	0.15	1	0.15
	Subtotal Debilidades			0.59
	Fortalezas			
1	Recursos naturales de interés	0.15	4	0.60
2	Práctica de actividades turísticas	0.15	4	0.60
3	Organización comunitaria	0.05	4	0.20
4	Elaboración de artesanías	0.07	3	0.21
5	Guías nativos	0.05	3	0.15
	Subtotal Fortalezas			1,76
	Total	**1.00**		**2.35**
	valor ponderado			**2,35**

Realizado por: Aguilar Tania, Moreno Mayra

Resultados MEFI

La comunidad Pucuno se ha destacado por tener algunas fortalezas que conllevan a que se haga promoción para hacer conocer sus atractivos y que haya mayor movilización de turistas en la comunidad, no obstante hay que destacar que el valor promedio para que se cumplan los factores de éxito es de 2, 5, sin embargo al haber analizado la matriz de factores internos se ha obtenido una ponderación de 0,59 de debilidades y 1,76 de fortalezas, llegando a obtener un valor ponderado de 2,35 , lo que llega a la conclusión que está por debajo del valor promedio, es decir la comunidad tiene fortalezas, pero por el valor total indica que la comunidad es débil en cuanto al factor interno.

4.3.3 Matriz MAFE de la comunidad Pucuno

Tabla 13

Matriz MAFE de la comunidad Pucuno

MATRIZ MAFE			
		INTERNO	
		FORTALEZAS	**DEBILIDADES**
		Recursos naturales de interés Práctica de actividades turísticas Organización comunitaria Elaboración de artesanías Guías nativos	Atractivo ubicado un poco lejos de la comunidad Deficiente acceso a la tecnología Alta competencia comunitaria Escasa publicidad de la comunidad Carencia de infraestructura turística
EXTERNO	**OPORTUNIDADES**	**Estrategia (FO)**	**Estrategia (DO)**
	Incremento de práctica de actividades turísticas	Dar a conocer los atractivos turísticos y actividades que se pueden realizar en ellos, a través de plataformas digitales, y en las páginas web de los GADs. (F1, F2, F4, O1)	
	Propuesta a ser Turismo comunitario	Motivar a la comunidad a registrarse a cumplir parámetros para hacer de su comunidad Turismo Comunitario. (F3, O2)	Crear convenios con establecimientos de alojamiento más cercanos. (D1, D3, O1, O2)
	Apoyo económico y promocional	Diseñar un logotipo para la comunidad Pucuno (F3, O3)	Potenciar el uso de las herramientas tecnológicas e internet mediante un plan de marketing mix, para promocionar la marca, productos y servicios turísticos de la comunidad Pucuno. (D2, D3, D4, O1, O3, O4)
	Crecimiento del sector turístico	Crear paquetes turísticos para que sean ofertados por agencias u operadoras de turismo. (F1, F2, F5, O4)	Mejorar continuamente la infraestructura de atractivos y servicios que se ofertan. (D5, O5)
	Asociación con Instituciones Públicas y privadas	Asociarse con otras empresas públicas y privadas para una mayor inversión. (F1, F2, F3, O5)	
	AMENAZAS	**Estrategia (FA)**	**Estrategia (DA)**
	Desastres Naturales	Realizar planes de contingencia junto con el GAD parroquial para hacer frente a desastre naturales. (F3, A1)	
	Enfermedades Crisis económica	Realizar planes de bioseguridad con la información otorgada por las entidades correspondientes de la salud para los turistas que visitan la comunidad Pucuno y sus atractivos. (F3, A2, A3)	Capacitar a los organizadores de la comunidad turística sobre temas de turismo en general y guianza turística. (D2, D4, A5)
	Competencia con mayor publicidad y mejor posesionados Deficiente capacitación en el desarrollo de emprendimientos turísticos	Mejorar la publicidad de la comunidad a través de un plan promocional, para una mejor posesión en el mercado turístico. (F1, F2, F4, F5, A4, A5)	

Realizado por: Aguilar Tania, Moreno Mayra

4.3.4 Propuesta

4.3.4.1 Plan de promoción turística para la comunidad Pucuno de la parroquia San Vicente de Huaticocha- provincia de Orellana

Este plan de promoción turística se elabora con la finalidad de poder ofertar los atractivos turísticos que se encuentran en la comunidad Pucuno de la parroquia San Vicente de Huaticocha, el mismo que ayudara a publicitar más los atractivos mediante plataformas digitales, según el diagnóstico de la comunidad Pucuno los atractivos mencionados aun no son conocidos a nivel regional o nacional , por lo que mediante este plan publicitario se hará mayor publicidad para poder atraer turistas nacionales, y si se puede llegar a conocerse a nivel internacional.

La comunidad Pucuno posee 3 atractivos turísticos, en los cuales se pueden realizar algunas actividades turísticas dentro de ellos, además de disfrutar del cálido clima y de la variedad de flora y fauna que se encuentra en la comunidad ya mencionada.

El objetivo principal de este plan de promoción turística es proponer estrategias de publicidad y marketing para los atractivos turísticos de la comunidad Pucuno de la parroquia San Vicente de Huaticocha que contribuya al desarrollo turístico de la comunidad.

Según las encuestas realizadas para analizar el perfil de turista que visita la comunidad de Pucuno, se determinó las siguientes características:

El género que predomina es el masculino con un 52% y femenino el 48%, un rango de edad de entre 16 y 45 años, el lugar de procedencia de los turistas son de la parroquia san Vicente de Huaticocha y en general de la provincia de Orellana, seguido por personas que se han trasladado a otros provincias como: Napo, Sucumbíos, Pastaza, que si conocen la comunidad y sus atractivos, el nivel de educación que predominó, la secundaria con un 54%, la motivación de visita a la comunidad Pucuno es por actividades turísticas como: visitar el mirador y saladero de loros, el rio Pucuno, observar la flora y fauna, hacer senderismo y camping, y los medios por lo cual se enteraron de la existencia de este lugar fue principalmente por medio de familiares, seguido de amigos.

4.3.5. Estrategias de marketing

4.3.5.1 Estrategia de producto

La promoción de la comunidad Pucuno y sus atractivos, brindaría al mercado turístico, agencias u operadoras de turismo de la provincia de Orellana una oportunidad para dar a conocer este lugar a los diferentes turistas locales, nacionales e internacionales.

En el caso de la comunidad Pucuno es necesario e imprescindible, crear un logo turístico que produzca identidad, marque la diferencia, aporte valor de la imagen que se requiere proyectar al visitante y/o turista, es así que para cumplir con el objetivo de promoción de los atractivos turísticos de la comunidad Pucuno, en los medios publicitarios digitales, se creó de manera provisional un logo para ayudar a fomentar la promoción de la comunidad, sin embargo es muy importante generar una marca turística que los represente.

Las diferentes actividades turísticas de naturaleza permitirán que la visita sea más agradable y placentera para las personas que visitan la comunidad Pucuno, dejando en la memoria del turista el anhelo de volver, los beneficios que tendrán:

Vivir nuevas experiencias, deleitarse se este lugar de manera tranquila, disfrutando de la naturaleza, realizar actividades turísticas, ya sea senderismo, caminata observación de flora y fauna o algunos deportes extremos en el rio Pucuno, ya sea rafting, Tubbing o kayak.

Identidad visual corporativa



Figura 20. Logo de la comunidad Pucuno

Isotipo: en la parte superior el nombre de la comunidad, en la parte inferior el slogan “un mundo verde por descubrir” por qué representa la naturaleza que tiene la comunidad, la imagen de la comunidad desde el mirador natural Pucuno, para que tengan un pequeño conocimiento acerca de la comunidad, y alrededor unas pequeñas imágenes que representa la naturaleza y el cuidado que debe tener.

Logotipo: el tipo de letra que se utilizó voga.
Slogan: “un mundo verde por descubrir”

Paquete turístico “Ruta un mundo verde por descubrir”

El turismo se ha posicionado como una de las actividades económicas más importantes a escala mundial; por ello hemos visto necesario proponer una ruta para la actividad turistica en la comunidad Pucuno de la parroquia San Vicente de Huaticocha, ya que nuestro propósito es compartir con personas de todas las edades, sus ideologias, sus formas de vida, su cosmovisión ancestral y mostrar la gran biodiversidad que se encuentra en el lugar, ofreciendo así una experiencia inolvidable para los vistantes es por esto que lo hemos llamado **”Ruta un mundo verde por descubrir”.**

Información del recorrido

La “ruta un mundo verde por descrubir” en la comunidad Pucuno de la parroquia San Vicente de Huaticocha cuanta con un dia una noche, en donde se combina lo mejor de la diversidad ecuatoriana, en donde se vivirá la experiencia de aventura, naturaleza y vida salvaje en todo el camino de nuestra ruta, incluye: transporte, alimentacion y guianza, además de prestacion de equipos para actividades en el rio Pucuno y por la noche se pernoctará en el área de camping para que vivian una experiencia diferente.
Los lugares a visitar son:

- Cafetería Witoca en la parroquia San Vicente de Huaticocha en donde se podra deleitar de una rica taza de café, chocolate, helados, o lo que este al alcance de su paladar.
- Mirador natural Pucuno en dondese podrá observar la selva verde en todo su esplendor que es con la que se caracteriza este mirador, ademas de una caminata desde el mirador hasta el rio Pucuno.
- Río Pucuno, aquí se podra hacer algunas actividades como: tubbing, rafting, kayak, eso depende de la actividad que el turista desee, además de bañarse y deleitarse de las aguas frescas y cristalinas que ofrece el río Pucuno.
- Comunidad Pucuno, en este sitio tendremos la cena, en la que se ofrecerá un maito de tilapia con chicha de chonta por parte de los comunitarios, ademas aquí se hará el camping para la noche.

- Saladero de loros, en este atractivo se podra hacer senderismo hasta llegar al lugar mencionado, se observara en horas de la mañana a los loros, pericos, y demas animales que llegan al lugar a comer la sal, podremos observar algunas plantas como palmas, uva d emonte, sangre de drago, etc.

Actividades

Las actividades turísticas que se van a realizar en esta ruta son:

- Caminatas en los atractivos
- Senderismo en los atractivos
- Río Pucuno donde se disfrutará de un baño en sus aguas cristalinas.
- Mirador natural Pucuno donde se podrá observar el paisaje
- Saladero de Loros

Recomendaciones del viaje

- Ropa comoda
- Poncho o ropa impermeable (por si llueve)
- Protector solar(por si hace sol)
- Gorra
- Agua
- Repelente de mosquitos

Servicios

Los servicios que se ofrecen en la “ruta un mundo verde por descubrir” son: alimentacion por parte de la comunidad Pucuno, camping, se prestrará equipos para actividades en el rio Pucuno, y para el transporte contaremos con una buseta que hara el traslado desde el canton Loreto hasta la entrada de la comunidad Pucuno exactamente en el puente del río Pucuno.

Itinerario o programa

Tabla 14

Itinerario "Ruta un mundo verde por descubrir"

HORA	ACIIVIDAD	LUGAR
	DIA 1	
	TARDE	
13:00 pm	Concentración en el cantón loreto para el respectivo traslado hacia la comunidad Pucuno.	Terminal del cantón Loreto
13:30 pm	Visita a la cafetería Witoca en la parroquia San Vicente de Huaticocha.	Cafetería Witoca
14:30pm	Traslado hacia el mirador natural Pucuno	Cafetería Witoca
14:45pm	Visita al mirador natural Pucuno	Mirador natural Pucuno
15:00pm	Caminata desde el mirador natural Pucuno hasta el Rio pucuno	Mirador natural Pucuno
15:20pm	Visita al río Pucuno	Río Pucuno
17:00pm	Traslado al centro de la comunidad Pucuno	Rio Pucuno
17:30pm	Visita a la comunidad Pucuno	Comunidad Pucuno
18:00pm	Merienda en la comunidad por parte de los lideres	Comunidad Pucuno
	NOCHE	
19:00pm	Noche cultural	Comunidad Pucuno
21:00pm	Camping	Comunidad Pucuno
	DIA 2	
	MAÑANA	
6:00am	Salida al saladero de loros	Comunidad Pucuno
7:30 am	Visita al saladero de loros	Saladero de loros
8:00am	Regreso a la comunidad Pucuno	Saladero de loros
9:30am	Desayuno en la comunidad Pucuno	Comunidad Pucuno
10:30am	Salida desde la comunidad Pucuno hasta la parroquia San Vicente de Huaticocha	Comunidad Pucuno

Realizado por: Aguilar Tania, Moreno Mayra

Precio del paquete turístico "ruta un mundo verde por descubrir": 357,80$ por grupos de 10 personas, e individual 35,78$.

Para que se efectivice este paquete turístico la comunidad Pucuno necesita implementar en señalética turística, adquisición de materiales y equipos para el alquiler de los mismos a la hora de que los turistas adquieran el paquete y necesiten de estos servicios para garantizar el disfrute de sus actividades.

4.3.5.2 Estrategia de precio

Se debe fijar por encima del coste total medio para obtener beneficios, sin embargo, existen limitaciones derivadas del entorno competitivo en que se encuentra la empresa y de la actitud del consumidor.

Precio

La comunidad Pucuno, tiene atractivos turísticos de libre acceso, lo que hace que sea una ventaja para el ámbito turístico, pero se ha creado un paquete turístico para la comunidad Pucuno el cual tiene el valor de 35,78 $ por persona el cual tiene un itinerario de dos días y una noche, con esto el visitante o turista podrá visitar la comunidad y vivir una nueva experiencia, el objetivo es que las personas de todas las clases sociales puedan visitar los atractivos y que ellos compartan las experiencias obtenidas de la visita a la comunidad Pucuno, con sus familias y conocidos, de esta manera la comunidad Pucuno y sus atractivos serán conocidos por su valor natural.

4.3.5.3 Estrategia de plaza o distribución

Los canales de distribución son todos los medios de los cuales se vale la mercadotecnia, para hacer llegar los productos hasta el consumidor, en las cantidades apropiadas, en el momento oportuno y a los precios más convenientes para ambos.

Plaza o distribución

El operador turístico o especialista turístico será el encargado de realizar tours o rutas turísticas en donde se incluya el paquete turístico “tura un mundo verde por descubrir” de la comunidad Pucuno, para de esta manera comercializar en las agencias de viajes y ofertarlos a través de páginas web.

1. Distribución intensiva: (a través de publicidad constante en redes sociales)
2. Distribución exclusiva: (productos y servicios especializados y únicos)
3. Distribución selectiva: (ofrecer productos y servicios a turistas seleccionados, enfocándose en el perfil del turista)

4.3.5.4. Estrategia de promoción

Difusión de publicidad y promoción a través de redes sociales, por estos medios se logrará que la información sobre los atractivos de la comunidad Pucuno lleguen a todas las personas nacionales e internacionales, de esta manera ellos tendrán el interés por visitar la comunidad

y sus atractivos, para así conseguir un aumento de afluencia de turistas y posesionarse en la mente del público objetivo.

Es por esto que se creó un fan page en Facebook de la comunidad Pucuno y se la anclo a Instagram y Twitter, para cumplir con esta estrategia.

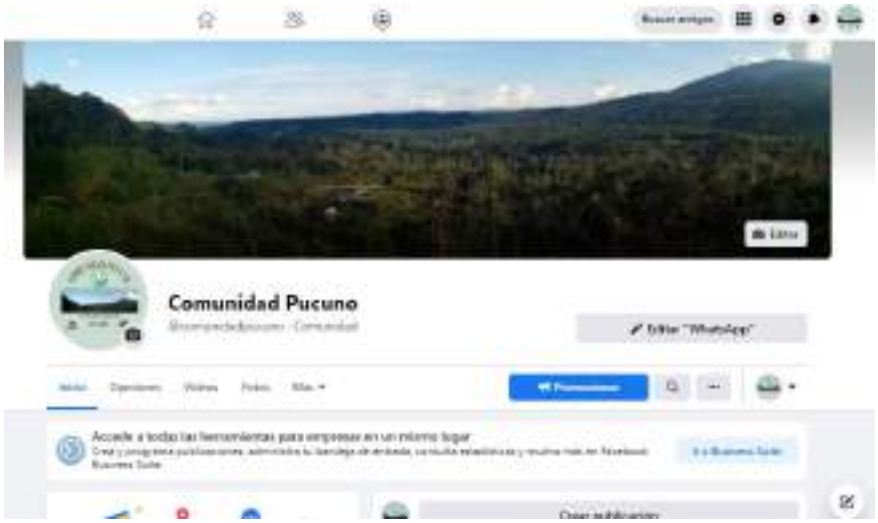


Figura 21. Fan page comunidad Pucuno

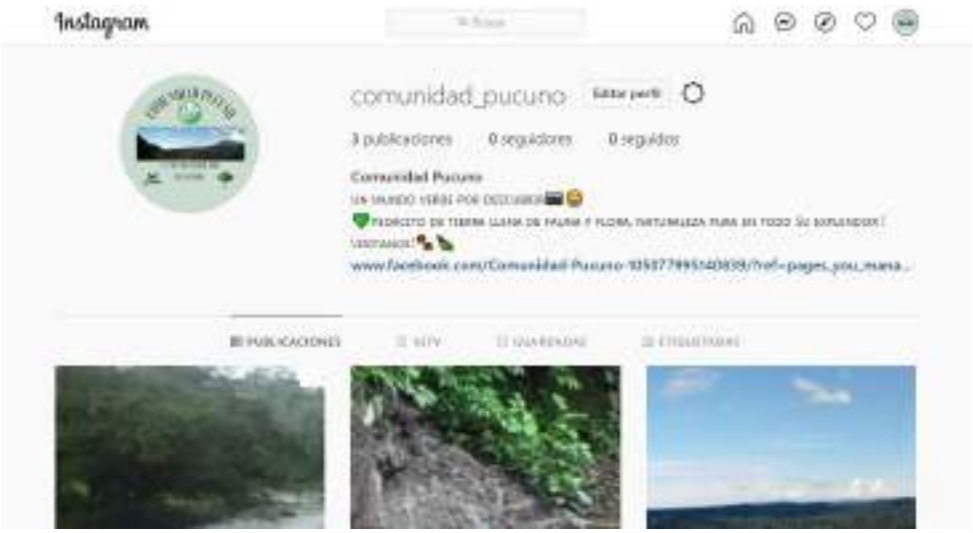


Figura 22. Instagram comunidad Pucuno



Figura 23. Twitter comunidad Pucuno

Tomando en cuenta la actual crisis sanitaria (covid 19), para llevar a cabo las estrategias, se hizo uso de las plataformas digitales para la implementación del plan de promoción turístico de la comunidad Pucuno, el cual detalla lo siguiente para su ejecución y desarrollo:
Creación de logo:

- Reconoce tu marca
- Define los objetivos claves
- Conoce tu público objetivo
- Define tu estrategia en redes sociales

Manejo de plataformas digitales:

- Capacitación de manejo de plataformas digitales usadas en el plan promocional (Facebook, Instagram, Twitter y páginas web del GAD Loreto y Orellana)

Promoción en plataformas digitales:

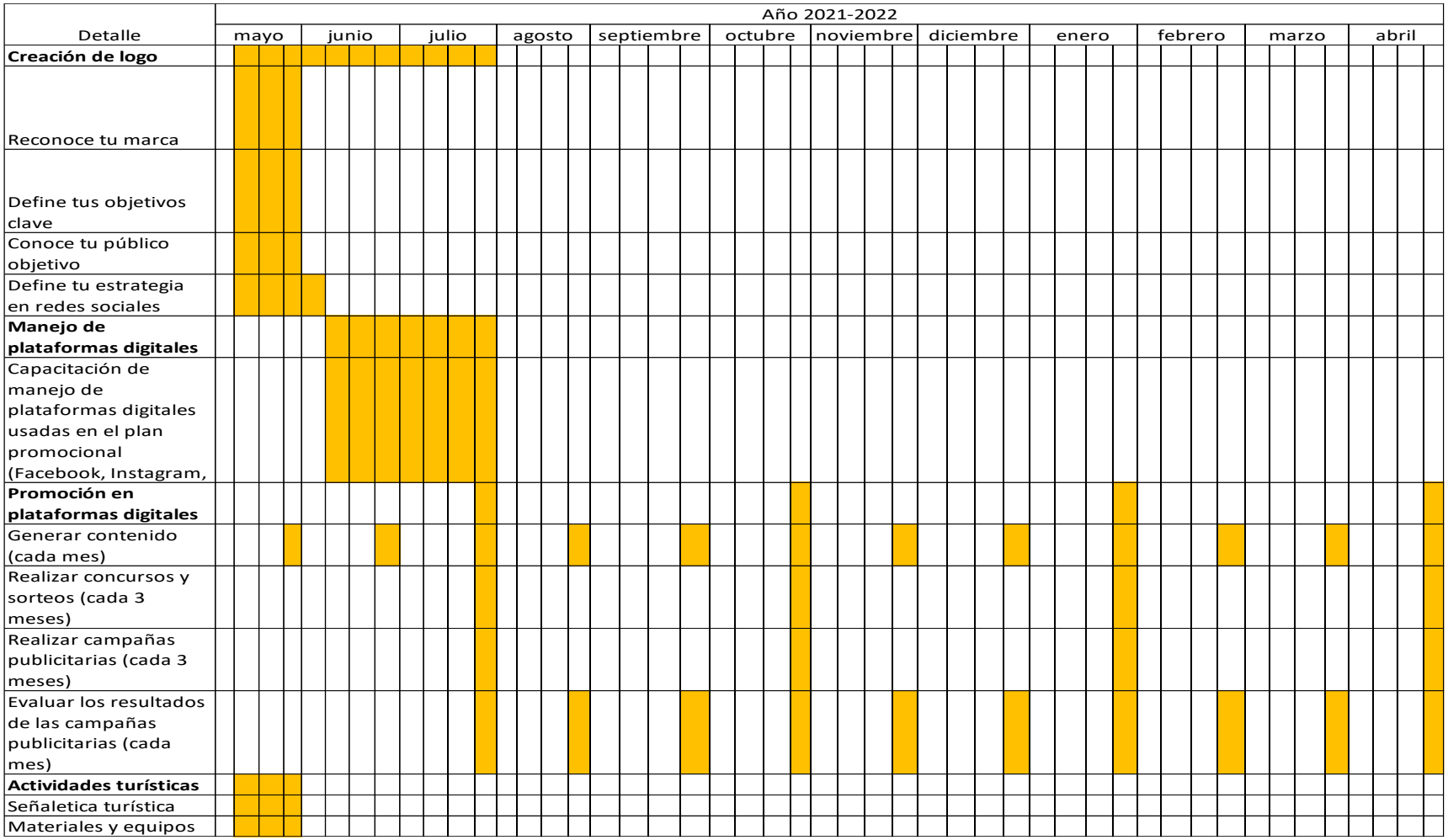
- Generar contenido
- Realizar concursos y sorteos
- Realizar campañas publicitarias
- Evaluar los resultados de las campañas publicitarias

Actividades turísticas

- Señalética turística
- Materiales y equipos

Tabla 15

Cronograma plan de promoción turístico de la comunidad Pucuno



Realizado por: Aguilar Tania, Moreno Mayra

Tabla 16

Presupuesto plan de promoción turística de la comunidad Pucuno

Presupuesto plan de promoción turístico comunidad Pucuno			
Detalle	Cantidad	Valor unitario	Subtotal
Creación logo	un logo	160,00$	160,00$
Manejo de plataformas digitales	por 7 semanas en el mes de junio y julio	20,00$	140,00$
Promoción en plataformas digitales (Facebook, Instagram, Twitter)	Por 12 meses	Facebook (100,00$) Instagram (20,00$), Twitter (70,00$)	2.280,00$
Actividades turísticas	Señalética turística Materiales y equipos		80,00$ 1000,00$
	Total		3.660,00$

Realizado por: Aguilar Tania, Moreno Mayra

Para la implementación del plan de promoción turística se necesita $3.660,00$

5. CONCLUSIONES

En la caracterización de la comunidad de Pucuno, se registra 3 atractivos turísticos, que se describen en las fichas de inventario turístico del MINTUR (2018), que son categoría sitio natural con jerarquía II, debido a su puntaje se considera que son atractivos con rasgos llamativos para la creación de paquetes turísticos, con toda esta información recolectada se identificó que la comunidad tiene un ambiente externo favorable y un factor interno débil identificadas a través de la herramienta matriz de evaluación FODA.

En el perfil del turista se determinó que son visitantes locales que oscilan entre los 16 a 36 años de edad, con una motivación orientada al disfrute de la naturaleza como su mayor interés. A demás se identificó que la promoción y difusión de atractivos turísticos de la comunidad debe realizarse mediante plataformas digitales como Facebook, Instagram, Twitter, las que actualmente son más visitadas en el mundo ya que de esta manera se puede aumentar la afluencia de turistas nacionales e internacionales.

Finalmente las estrategias que se plantearon a través de la matriz Analítica de Formación de Estrategias (MAFE) derivada de la matriz FODA, mencionan el uso de plataformas digitales sociales y páginas webs de los GADs de la Provincia de Orellana y el cantón Loreto como una estrategia fuerte, adicional está crear un logo turístico que permita identificar a la comunidad Pucuno, también se elaboró un paquete turístico con una duración de dos días una noche con actividades de aventura y naturaleza, a un precio accesible para los turistas.

6. RECOMENDACIONES

Se recomienda a la entidad del Gad Parroquial actualicen el Plan Desarrollo y Ordenamiento Territorial, catastro turístico, realizar capacitaciones a los habitantes de la comunidad sobre los protocolos de contingencia ante desastres naturales e incentivar a los pequeños emprendimientos con pequeñas capacitaciones turísticas que ayuden a fomentar el conocimiento general sobre esta actividad.

Se recomienda a los jóvenes estudiantes de la comunidad a realizar un estudio de capacidad de carga, de vulnerabilidad y viabilidad para la comunidad Pucuno para que este sea explotado de la mejor manera sin destruir el medio ambiente, por último, se recomienda que la comunidad aproveche de las nuevas tecnologías para la difusión y promoción de sus atractivos turísticos.

7. REFERENCIAS

Arboleda, P. (14 de septiembre de 2015). *Repositoria de la Universidad Tecnica de Ambato.* Recuperado el Diciembre de 2020, de repositorio.uta.edu.ec web site: http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/12860/1/FCHE-THP-216.pdf

Castillo Palacio , M., & Castaño Molina, V. (2015). LA PROMOCIÓN TURÍSTICA A TRAVÉS DE TÉCNICAS TRADICIONALES Y NUEVAS. *Dialnet, 24*(3), 755-775. Recuperado el Diciembre de 2020, de La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5276637

Entorno turistico. (2020). *Entorno turistico*. Recuperado el Diciembre de 2020, de Entorno turistico web site: https://www.entornoturistico.com/glosario-de-turismo/

Escuela de Turismo. (29 de abril de 2017). *Entorno turistico*. Recuperado el diciembre de 2020, de Entorno turistico web site: https://www.entornoturistico.com/promocion-turistica-importancia-los-destinos-turisticos/

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Urbano de San Vicente de Huaticocha. (02 de abril de 2016). *Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Urbano de San Vicente de Huaticocha.* Recuperado el 14 de Enero de 2021, de Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Urbano de San Vicente de Huaticocha Web Site: http://www.huaticocha.gob.ec/index.php/transprencia/articulo-7-lotaip/literal-k/16-huaticocha-pdot2015/file

Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metdología de la Investigacion* (sexta ed.). (S. D. McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, Ed.) México: McGRAW-HILL. Recuperado el diciembre de 2020, de uca.ac.cr.

Ibáñez, R., & Cabrera, C. (2011). *Teoría general del turismo: un enfoque global y nacional* (primera ed.). (E. González Cruz, Ed.) Mexico: Serie Didáctica. Recuperado el Diciembre de 2020

kotler, P., Bowen, J., Makens, J., Garcia de Madariaga, J., & Flores Zamora, J. (2011). *Marketing Turístico* (Quinta ed.). (A. Cañizal, Ed.) Madrid: PEARSON EDUCACIÓN, S.A. Recuperado el 29 de diciembre de 2020

Mikel, L. A. (2015). *GRIN*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2020, de GRIN web site: https://www.grin.com/document/293806

MINTUR. (2014). *Ministerio de Turismo.* Recuperado el 20 de Enero de 2021, de Ministerio de Turismo Web Site: https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf

MINTUR. (mayo de 2015). *turismo.gob.ec.* Recuperado el Mayo de 2021, de turismo.gob.ec web site: https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Tur%C3%ADstica.pdf

MINTUR. (28 de Mayo de 2018). *Ministerio de Turismo del Ecuador.* Recuperado el 10 de Mayo de 2021, de Ministerio de Turismo del Ecuador Web Site: https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/30-servicios-mintur/104-catastro-turistico

MINTUR. (2018). *servicios.turismo.gob.ec.* Recuperado el 10 de Mayo de 2021, de Manual de atractivos turísticos: https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRACTIVOS-TURISTICOS.pdf

MINTUR. (19 de 09 de 2018). *servicios.turismo.gob.ec*. Recuperado el mayo de 2021, de servicios.turismo.gob.ec web site: https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internos-geovit

OMT. (16 de agosto de 2019). *Organización Mundial de Turismo.* Recuperado el 22 de diciembre de 2020, de Organización Mundial de Turismo web site: https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos

Organización Mundial de Turismo . (2000). *unstats.un.org.* (N. Unidas, Ed.) Recuperado el Diciembre de 2020, de unstats.un.org web site: https://unstats.un.org/unsd/statcom/doc00/m83-s.pdf

Philip Kotler, G. A. (s.f.). *repositorio.espe.edu.ec.* Recuperado el Mayo de 2021, de repositorio.espe.edu.ec web site: http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1154/5/T-ESPE-021513-5.pdf

Ponce Talancón, H. (2007). La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas. *ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN EN PSICOLOGÍA, 12*(1), 113-130. Recuperado el junio de 2021, de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29212108

Ricaurte Quijano, C. V. (2009). *dspace.espol.* Recuperado el 21 de 02 de 2021, de dspace.espol web site: http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/8300/4/Manual%20de%20diagn%c3%b3stico%20tur%c3%adstico%20local.pdf

Ruíz Barroeta , M. (2019). *milagrosruizbarroeta*. Recuperado el Junio de 2021, de milagrosruizbarroeta.com web site: https://milagrosruizbarroeta.com/mefe-y-mefi-herramientas-para-analisis-estrategico/

Sampieri, H. (17 de febrero de 2016). *portaprodti.wordpress.com*. Recuperado el diciembre de 2020, de portaprodti.wordpress.com web site: https://portaprodti.wordpress.com/enfoque-cualitativo-y-cuantitativo-segun-hernandez-sampieri/

Segura, S. (Septiembre de 22 de 2015). El aporte de la actividad turística y el ingreso de divisas para el Ecuador. (UCSG, Ed.) *Revista Empresarial, ICE-FEE-UCSG, 9*(35), 35-43. Recuperado el Diciembre de 2020, de http://editorial.ucsg.edu.ec/ojs-empresarial/index.php/empresarial-ucsg/article/download/23/19

Tanguila, V. (07 de Diciembre de 2020). Plan de promoción turístico para la comunidad de Pucuno. (M. Moreno, Entrevistador)

Universidad Politécnica de Valencia. (octubre de 2007). *Guión para la elaboración de un Plan de Promoción de la Estructura de Investigación*, 2. Valencia, España. Recuperado el Diciembre de 2020, de http://i2t.webs.upv.es/documentos/PlanPromocion.doc

8. ANEXOS

Anexo A. Ficha de diagnóstico turístico local (Ricaurte 2009)

FICHA 1

CARACTERIZACIÓN TURÍSTICA DE COMUNIDADES

1. DATOS GENERALES

1.1 Ubicación de la comunidad

NOMBRE DE PROVINCIA
NOMBRE DE CANTÓN
NOMBRE DE PARROQUIA
NOMBRE DE COMUNIDAD

1.2 Número aproximado de habitantes en el conglomerado urbano.
(Esta información la puede encontrar en la página Web del INEC)
_____.
Fuente _____.

2. OFERTA DE SERVICIOS

2.1 Alojamiento

Identifique el tipo y número de establecimientos de alojamiento existentes en la comunidad (Una vez identificados los establecimientos de alojamiento, sírvase llenar el Apéndice No. 1).

		#			#
1.	HOTELES		5.	MOTELES	
2.	HOSTERIAS		6.	HOSPEDERIAS COMUNITARIAS	
3.	HOSTALES		7.	CAMPING	
4.	PENSIONES		8.	OTRO_____	

Anexo B. entrevista estructurada dirigida al presidente de la comunidad Pucuno y presidente de la Junta Parroquial San Vicente de Huaticocha.



UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA
FACULTAD CIENCIAS DE LA VIDA
LICENCIATURA EN TURISMO

Entrevista para el presidente de la comunidad Pucuno para obtener más información acerca del turismo en su comunidad.

Datos:

Nombre de la autoridad: Vicente Tanguila

Representación que ocupa: Líder de la Comunidad Pucuno

Fecha de aplicación de la entrevista: 01/05/2021

Preguntas:

1. ¿Cuántas familias conforman la comunidad de Pucuno?
2. ¿Las familias están dispuestas apoyar al desarrollo del turismo en la comunidad de Pucuno?
3. ¿Desde cuándo usted se interesó por el turismo para su comunidad?
4. ¿Qué beneficios cree usted que aporta el turismo para la comunidad?
5. ¿Qué recursos y atractivos turísticos existen dentro de la comunidad de Pucuno?
6. ¿Qué tipo de turistas visitan la comunidad de Pucuno?
7. ¿Ha pensado en implementar algún proyecto o actividades para el desarrollo del turismo en la comunidad de Pucuno?
8. ¿Ha participado usted en alguna capacitación de turismo? ¿con que organización?
9. ¿Cree usted que se pueda considerar el turismo como fuente de ingreso?
10. ¿Cree usted que el ingreso económico ayudaría a mejorar la calidad de vida de la comunidad?
11. ¿Quienes apoyan actualmente el turismo para su comunidad? ¿Qué tipo de apoyo reciben?
12. ¿Le gustaría que se haga una gestión por medio del GAD Parroquial San Vicente de Huaticocha y el GAD Cantonal de Loreto para que se abra una línea de transporte hacia la comunidad de Pucuno?

13. ¿Estaría dispuesto a participar en un convenio con otras empresas para impulsar el turismo en su comunidad y para ofrecer sus productos en un paquete turístico?

14. ¿Cómo nace la iniciativa de querer promocionar el turismo para su comunidad?

15. ¿Cree usted que la comunidad de Pucuno debería promocionar sus atractivos turísticos en las páginas oficiales de turismo del Cantón Loreto y Provincia de Orellana?

Anexo B.1. Entrevista al presidente de la comunidad Pucuno



Figura 24. Entrevista al presidente de la comunidad Pucuno

Anexo B.2. Entrevista al presidente de la comunidad Pucuno



Figura 25. Entrevista al presidente de la comunidad Pucuno

Anexo C. Fichas de inventario turístico



FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																
Código del atractivo:	2	2	0	4	5	5	A	N	0	1	0	3	3	1	0	1
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo	
1. DATOS GENERALES																
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																
MIRADOR NATURAL PUCUNO																
1.2 Categoría					**1.3 Tipo**						**1.4 Subtipo**					
ATRACTIVOS_NATURALES					MONTAÑAS						BAJA MONTAÑA					
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																
2.1 Provincia					**2.2 Cantón**						**2.3 Parroquia**					
ORELLANA					LORETO						SAN VICENTE DE HUATICOCHA					
2.4 Barrio, Sector o Comuna					**2.5 Calle Principal**				**2.6 Número**		**2.7 Transversal**					
COMUNIDAD PUCUNO					VIA A PUCUNO				S/I		S/I					
2.8 Latitud (grados decimales)					**2.9 Longitud (grados decimales)**				DSE		**2.10 Altura (msnm)**					
[illegible]					[illegible]						[illegible]					
2.11 Información del administrador																
a. Tipo de Administrador:			comunitario						b. Nombre de la Institución:							

Figura 26. Ficha del atractivo turístico Mirador natural Pucuno



FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																
Código del atractivo:	2	2	0	4	5	5	A	N	0	1	0	5	3	2	0	1
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo	
1. DATOS GENERALES																
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																
SALADERO DE LORCOS																
1.2 Categoría					**1.3 Tipo**						**1.4 Subtipo**					
ATRACTIVOS_NATURALES					AMBIENTES_LACUSTRES						VADO					
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																
2.1 Provincia					**2.2 Cantón**						**2.3 Parroquia**					
ORELLANA					LORETO						SAN VICENTE DE HUATICOCHA					
2.4 Barrio, Sector o Comuna					**2.5 Calle Principal**				**2.6 Número**		**2.7 Transversal**					
COMUNIDAD PUCUNO					VIA A PUCUNO				S/I		S/I					
2.8 Latitud (grados decimales)					**2.9 Longitud (grados decimales)**				DSE		**2.10 Altura (msnm)**					
[illegible]					[illegible]						[illegible]					
2.11 Información del administrador																
a. Tipo de Administrador:			comunitario						b. Nombre de la Institución:							

Figura 27. Ficha del atractivo turístico saladero de aves



FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Código del atractivo	2 2	0 4	5 1	A N	C 4	3 3	3 2	0 0 1
	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo

1. DATOS GENERALES

1.1 Nombre del Atractivo Turístico		
RIO PUCUNO		
1.2 Categoría	**1.3 Tipo**	**1.4 Subtipo**
ATRACTIVOS_NATURALES	RÍOS	RAPIDO

2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO

2.1 Provincia	**2.2 Cantón**	**2.3 Parroquia**
ORELLANA	LORETO	SAN VICENTE DE HUATICOCHA

2.4 Barrio, Sector o Comuna	**2.5 Calle Principal**	**2.6 Número**	**2.7 Transversal**
CONVERSO PUCUNO	VIA A PUCUNO	S/I	S/I

2.8 Latitud (grados decimales)	**2.9 Longitud (grados decimales)**	**Uso**	**2.10 Altura (msnm)**
-0.770285	-77.479244		

2.11 Información del administrador

a. Tipo de Administrador: Comunitario b. Nombre de la Institución: Río Pucuno

Figura 28. Ficha del atractivo turístico río Pucuno

Anexo D. Encuesta para determinar el perfil del turista que visita la comunidad Pucuno

UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA
FACULTAD CIENCIAS DE LA VIDA
LICENCIATURA EN TURISMO

Esta encuesta servirá como instrumento de recolección de datos para la realización de una investigación de integración curricular para los estudiantes de la carrera de Licenciatura en Turismo de la Universidad Estatal Amazónica.

Objetivo: Determinar el perfil de turista que visita la Comunidad Pucuno de la Parroquia San Vicente de Huaticocha- Provincia de Orellana.

Datos informativos

Género:

A. Masculino
B. Femenino

Edad:

A. 16-25
B. 26-35
C. 36-45
D. 46-55
E. 56-65

Lugar de procedencia:

Nivel de educación:

A. Primaria
B. Secundaria
C. Tercer nivel
D. Cuarto nivel

Ocupación:

A. Empleado Público
B. Empleado Privado
C. Estudiante
D. Jubilado
E. Otro

Cuestionario:

1. **¿Ha recibido usted alguna información turística de la comunidad de Pucuno?**
   a) Si
   b) No
2. **¿A través de qué medio se informó sobre los atractivos turísticos de la comunidad de Pucuno?**
   a) Internet
   b) Redes sociales
   c) Amigos/as
   d) Familia
   e) TV
   f) Guía de Viajes
3. **¿En qué medio de transporte viajó a la comunidad de Pucuno?**
   a) Bus
   b) Taxi
   c) Carro propio
   d) Bicicleta
   e) Motocicleta
4. **¿Qué actividades de turismo ha realizado en la comunidad de Pucuno?**
   a) Visitar el mirador
   b) Río
   c) Senderismo
   d) Observación de flora y fauna
   e) Camping
   f) Visitar el saladero de loros

5. **¿Considera usted que son atractivos los sitios turísticos que posee la comunidad de Pucuno?**

   a) Si

   b) No

   c) Tal vez

6. **¿Con que frecuencia visitaría la comunidad de Pucuno?**

   a) A diario

   b) Semanal

   c) Mensual

   d) Semestral

   e) Anual

7. **¿Cuánto gasto en promedio al visitar la comunidad de Pucuno?**

   a) Menos de 15$

   b) 16-30

   c) 31-50

   d) 51-70

   e) Más de 71$

8. **¿Cuál es el atractivo que más le llamó la atención de la comunidad de Pucuno?**

   a) Saladero de loros

   b) Mirador natural Pucuno

   c) Rio Pucuno

9. **¿Está usted de acuerdo que se promocionen los atractivos turísticos de la comunidad de Pucuno por medio de plataformas digitales?**

   a) Si

   b) No

10. **¿Estaría dispuesto a recomendar y visitar nuevamente la comunidad de Pucuno?**

    a) Si

    b) No

    c) Tal vez

¡Muchas gracias por su cooperación!