UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

ESCUELA DE INGENIERÍA EN TURISMO

TESIS DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN TURISMO

TEMA:

"ESTUDIO DE POTENCIALIDAD TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD SHIWA KUCHA, CANTÓN ARAJUNO, PROVINCIA DE PASTAZA PARA PROPONER UN PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO".

Autora: MARIELA MAYANCELA NARVÁEZ

Director de tesis: MSC. FERNANDO ORTEGA

Puyo – Pastaza - Ecuador

2015

CERTIFICADO DEL DIRECTOR DE TESIS

Certifico que la señorita estudiante Mariela Mayancela Narváez ha concluido el trabajo investigativo relacionado con el tema: "**ESTUDIO DE POTENCIALIDAD TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD SHIWA KUCHA, CANTÓN ARAJUNO, PROVINCIA DE PASTAZA PARA PROPONER UN PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO**" Mediante el presente dejo constancia que la elaboración y redacción del informe final de la investigación, fue desarrollada por el estudiante antes mencionado y supervisado bajo mi dirección.

Cumplidos con los requerimientos, autorizo que el trabajo de tesis sea presentado a la Máxima Autoridad y por su intermedio a la Comisión Académica para que autorice el Tribunal y la fecha de sustentación para la defensa legal.

Ing. Fernando Ortega MsC.
DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICACIÓN

EL TRIBUNAL DE DEFENSA DE TESIS CERTIFICA QUE: El presente trabajo titulado: **"ESTUDIO DE POTENCIALIDAD TURÍSTICA DE LACOMUNIDAD SHIWA KUCHA, CANTÓN ARAJUNO, PROVINCIA DE PASTAZA PARA PROPONER UN PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO",** bajo la responsabilidad de la egresada señorita Mariela Mayancela Narváez, ha sido meticulosamente revisada, autorizando su presentación:

MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE TESIS

_____

Ing. Clímaco Geovani Espín Ortiz Msc

PRESIDENTE

_____

Dr. Luis Auquilla

MIEMBRO

_____

MSc. Víctor del Corral.

MIEMBRO

AGRADECIMIENTO

Primeramente doy infinitamente gracias a Dios, por haberme dado la vida, fuerza y valor, ser maravilloso que me dio fe para creer lo que me parecía imposible terminar y no renunciar a mi sueño de vida.

A mi esposo por su apoyo, colaboración e inspiración habría sido imposible llevar a cabo mis objetivos, quien ha estado a mi lado todo este tiempo en que he trabajado en la elaboración de mi tesis.

A mi familia por su confianza, amor y comprensión en especial a mis padres que en paz descansen por brindarme un hogar estable con valores y principios.

A mi tutor de Tesis por su gran aporte, contribución y entusiasmo, que me guio en la apertura y cierre del proceso de realización e investigación de mi tesis.

DEDICATORIA

Mi tesis lo dedico a Dios a mi esposo y a mi hijo.

A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortalezas para continuar, y llenarme de su fuerza para vencer todos los obstáculos desde el principio de mi vida.

A mi esposo Samuel Aguiar quien a lo largo de mi objetivo a velado por mi bienestar, por creer en mi capacidad para la culminación de la misma, que con su apoyo constante y amor incondicional ha sido amigo y compañero inseparable, aunque hemos pasado momentos difíciles siempre ha estado brindándome su comprensión, cariño y amor.

A mi precioso hijo Neythan Aguiar para quien ningún sacrificio es suficiente, que con su luz ha iluminado mi vida y hace mi camino más claro, quien ha sido mi motivación para nunca rendirme y poder llegar a ser un ejemplo para el.

A mis Padres que en paz descansen, que con su amor y enseñanza han sembrado virtudes que se necesitan para vivir con anhelo y felicidad.

RESPONSABILIDAD

Yo, Mariela Mayancela Narváez, con cedula de ciudadanía 1600638447, declaro ante las autoridades educativas de la Universidad Estatal Amazónica, que el contenido de la tesis: "**ESTUDIO DE POTENCIALIDAD TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD SHIWA KUCHA, CANTÓN ARAJUNO, PROVINCIA DE PASTAZA PARA PROPONER UN PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO",** es absolutamente original, autentica y personal.

En tal virtud el contenido, las conclusiones y los efectos legales y académicos que se desprenden de la presente investigación son de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autora.

Mariela Mayancela Narváez

C.I. 1600638447

AUTORA

CONTENIDO

CERTIFICADO DEL DIRECTOR DE TESIS I
CERTIFICACIÓN II
AGRADECIMIENTO III
DEDICATORIA IV
RESPONSABILIDAD V

CAPITULO I……. 1
1. INTRODUCCIÓN 1
1.1. Tema 4
1.2. Objetivos 4
1.2.1. Objetivo General 4
1.2.2. Objetivos Específicos 4
1.3. Hipótesis 4

CAPITULO II……. 5
II. REVISIÓN DE LITERATURA 5
2.1. Potencialidad Turística 5
2.2 Turismo 5
2.3. Turismo Comunitario 6
2.3.1 Principios del turismo comunitario 6
2.4 Turismo Sostenible 8
2.5. Productos turístico 8
2.6. Elementos que conforman el productos turístico 9
2.7. Diagnostico 10
2.8. Demanda turística 11
2.9. Análisis foda 11
2.10. Matriz Mefe Mefi 12
2.11 Inventario turístico 12
2.12. Atractivos turísticos 14

2.13. Atractivos naturales 14
2.14. Recursos turísticos 14
2.15. Recursos naturales 15
2.16. Recursos culturales 15
2.17. Rutas turísticas 16
2.18. Elementos de una ruta turística 16

CAPITULO III 16
III MATERIALES Y MÉTODOS 17
3.1 Localización y duración de la Investigación ..... .17
3.2 Condiciones Meteorológicas 18
3.3 Materiales y equipos 18
3.4. Factores de estudio .... .19
3.5 Diseño de la investigación……19
3.6 Poblacion y muestra 21
3.7 Mediciones de la investigación 24

CAPITULO IV ……26
IV. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN..... 26
4.1.1 Diagnostico situacional……..26
4.1.2 Infraestructura de servicios basicos ……26
4.1.3. Comunicación 27
4.1.4 Sanidad……..... 27
4.1.5 Energia … 28
4.1.6 Educación.. 28
4.1.7 Gobernanza 29
4.1.8 Comunidad..... 29
4.2. Resultados 32
4.2.1 Evaluacion de potencial turistica de la comunidad..... 32
4.2.2 Matriz FODA……..57
4.3 Aplicación de encuesta 65

4.4 Propuesta para definir un producto turistico comunitario 92
4.4.1 Introducción …… 92
4.4.2 Justificación 92
4.4.3 Objetivos …… 93
4.4.3.1 Objetivo específico..... 93
4.4.4 Estrategia de promoción del producto turistico comunitario 94
4.4.4.1 Paquetes Turisticos……. 100
4.4.4.2. Video promocional 106
CAPITULO V……107
5.1 Concluciones ……..... 107
5. 2 Recomendaciones……..... 108
5. 3 Resumen…… 109
5. 4 Sumary…… 110
5. 5 Bibliografia …… 111
5. 6 Anexos…… 113

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N. 39 Cuantas noches se quedo en Pastaza 84
Tabla N. 40 Que tipo de alojamiento utilizo 85
Tabla N. 41 Cual de los siguientes servicio utilizo en pastaza 86
Tabla N. 42 Califique del 1 al 5 el nivel de satisfaccion de los servicios . 87
Tabla N. 43 Cual seria el precio justo para usted por los servicios 88
Tabla N. 44 Regresaria a Pastaza 89
Tabla N. 45 Cual seria la oferta mas adecuado para su viaje 90
Tabla N. 46 Itinerario 1 99
Tabla N. 47 Analisis de costo 1 101
Tabla N. 48 Itinerario 2 103
Tabla N. 49 Analisis de costo 2 105

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 5 Procedencia 68
Gráfico 6 Ciudad de prodencia 69
Gráfico 7 Pais de prodecencia 70
Gráfico 8 Estadi civil 71
Gráfico 9 Educacion 72
Gráfico 10 Profesión ocupación 73
Gráfico 11 Medios de comunicación 74
Gráfico 12 Antes de estar en pastaza visito algun otro lugar 75
Gráfico 13 Despues de su vicita en Puyo? Visitara otro lugar 76
Gráfico 14 Es la rpimavez que vicita a Arajuno /Shiwa Kucha 77
Gráfico 15 Cuales son sus principales motivo de vicita 78
Gráfico 16 Con que tiempo planifico su viaje a Pastaza 79
Gráfico 17 Con quien viaja usted 80
Gráfico 18 Estaria interasado en conocer una comunidad en pastaza .. 81
Gráfico 19 Cuales de las siguientes actividades realizo en Pastaza 82
Gráfico 20 Que Atractivo le gustaria le gustaria vicitar en Pastaza 83
Gráfico 21 Cuantas noches se quedo en Pastaza 84
Gráfico 22 Que tipo de alojamiento utiliso 85
Gráfico 23 Cual de los siguientes servicio utilizo en pastaza 86
Gráfico 24 Califique del 1 al 5 el nivel de satisfaccion de los servicios .. 87
Gráfico 25 Cual seria el precio justo para usted por los servicios 88
Gráfico 26 Regresaria a Pastaza 89
Gráfico 27 Cual seria la oferta mas adecuado para su viaje 90

ÍNDICE DE FIGURA

FIGURA 1 Organización estructural- comunidad Shiwa kucha 27
FIGURA 2 Logotipo 94
FIGURA 3 Triptico anverso 96
FIGURA 4 Triptico reverso 97
FIGURA 5 Mapa de recorrido de paquete turistico 1 98
FIGURA 6 Mapa de recorrido de paquete turistico 2 102
FIGURA 7 Video promocional 106

ÍNDICE DE FOTO

FOTO 1 Mapa 17
FOTO 2 Parroquia Arajuno 18
FOTO 3 Registro de turismo interno 22
FOTO 4 Registro de turismo receptor 23

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

El Turismo ha llegado a constituirse en una de las principales industrias generadoras de divisas a nivel mundial con tendencia al crecimiento y especialización (Organización Mundial de Turismo, 2009). Con el pasar del tiempo, el turismo cultural y de naturaleza ha ido tomando fuerza en las preferencias de visitación a tal punto que el estado ecuatoriano ha visto al turismo como una estrategia a adoptar para la lucha contra la pobreza. Es así que Ecuador es pionero en el desarrollo del turismo comunitario, a esto sumado el PLANDETUR 2020 como herramienta esencial en el desarrollo turístico nacional, nuestro país ha logrado posicionarse en el mercado internacional con una amplia variedad de productos turísticos culturales y de naturaleza.

A pesar que Ecuador es uno de los países más pequeños de América del sur, posee una gran riqueza cultural, misma que bien manejada puede llegar a convertirse en uno de los principales ejes de desarrollo económico del país gracias a su comercialización a través del turismo. Con esta visión de desarrollo económico, y utilizando al turismo como una herramienta para el fortalecimiento de las raíces culturales en las nuevas generaciones, los pueblos y nacionalidades indígenas del país generan productos turísticos alternativos a través de los cuales da a conocer su cultura y a la vez dinamizan las micro economías en cada uno de los hogares involucrados en esta actividad; a esto sumado el fortalecimiento de las relaciones inter e intracomunitarias y el compromiso de respeto y cuidado del entorno, que cada persona va adquiriendo, se ha fomentado un desarrollo sustentable para cada una de las comunidades que han acogido este modelo de gestión.

En el Ecuador desde fines de los años 80 se ha venido desarrollando esta forma de turismo, con el cual los pueblos y nacionalidades indígenas herederos de las diversas culturas ancestrales y territorios de vida han incursionado en esta actividad desde otra perspectiva, han abierto sus puertas al turismo comunitario, con la prestación de servicios comparten

sus hogares con los visitantes, les permiten conocer sus costumbres y su diario vivir, mostrando además los atractivos turísticos de sus pueblos y de sus regiones.

Los movimientos indígenas y afroecuatorianos del Ecuador, con el apoyo de sus autoridades locales (municipios) y autoridades nacionales (legisladores), más el acompañamiento del Consejo de Desarrollo de los Pueblos y Nacionalidades del Ecuador–CODENPE, a través del proyecto PRODEPINE y la Organización Internacional del Trabajo, pusieron en discusión la necesidad y el derecho al reconocimiento y legalización de la actividad comunitaria en el turismo.

Lo cual dió como resultado el nacimiento de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador que agrupa a las operaciones de turismo comunitario de las nacionalidades: Awá, Chachi, Tsáchila y los pueblos: Manta, Huancavilca, Montuvia y Afroecuatoriano en la región costa; a la Nacionalidad Kichwa y los Pueblos Kayambi, Karanqui, Otavalo, Natabuela, Kitukara, Panzaleo, Salasaca, Chibuleo, Puruwa, Waranka, Kañari y Saraguro en la sierra y a las Nacionalidades: Kichwa, Zápara, Epera, Cofán, Achuar, Siona, Secoya, Shuar, Shiwiar, Andoa y Waorani en la región Amazónica.

Quienes conforman la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, consideran que el turismo comunitario identifica tres componentes importantes: beneficios locales; participación comunitaria y responsabilidad comunitaria. En este sentido el Turismo Comunitario tiene como principio: “la relación de la comunidad con los turistas desde una perspectiva intercultural, con la participación consensuada de sus miembros, la valoración de su Patrimonio, la defensa de los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y Pueblos del país, y la gestión turística basada en los principios de solidaridad y reciprocidad” (FEPTCE, 2005).

La provincia de Pastaza posee la mayor diversidad cultural del país, en su territorio de asientan 7 Nacionalidades originarias, que guardan con

mucho sigilo su riqueza cultural y conocimientos ancestrales. En el cantón Arajuno, se asienta la comunidad Shiwa kucha, la comunidad que en 1940, Santiago Calapucha Vargas, su esposa Juana Cerda Andi, emprenden el viaje en busca de nuevas tierras junto con su padrino Santiago Calapucha (Verde), desde Puma Yaku–Pano, río Arajuno hasta llegar a Durán, en donde viven por más de 20 años.

Años más tarde los misioneros católicos josefinos de la provincia de Napo, sus primeros contactos fue con la familia de Santiago Calapucha Verde en el sector de Durán.

A raíz de la presencia de colonos, Juan Calapucha lidera el proceso de política organizativa comunitaria, sus ideales fueron defender el territorio para las futuras generaciones, el respeto a nuestra identidad cultural, la unidad en la diversidad, valores y principios irrenunciables.

Por lo expuesto anteriormente, se desprende el propósito de un Estudio de Potencialidad Turística de la Comunidad Shiwa Kucha, Parroquia Arajuno, Cantón Arajuno, Provincia de Pastaza para proponer un producto Turístico Comunitario.

1.1. Tema

“ESTUDIO DE POTENCIALIDAD TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD SHIWA KUCHA, CANTÓN ARAJUNO, PROVINCIA DE PASTAZA PARA PROPONER UN PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO”.

1.2 Objetivos

1.2.1. Objetivo General.

Realizar un estudio de potencialidad turística de la comunidad Shiwa Kucha, para definir un producto Turístico Comunitario.

Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico situacional de la Comunidad Shiwa kucha.
- Evaluar el potencial Turístico de la zona de estudio.
- Definir un producto Turístico Comunitario.

1.2. Hipótesis

¿El estudio de la potencialidad turística de la Comunidad Shiwa Kucha permite definir un producto turístico comunitario**?**

CAPÍTULO II

2. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Potencialidad Turística

Según Rivera y Chavez (2011)“es la capacidad de ciertos ecosistemas o “paisajes” de ser explotados turísticamente bajos condiciones apropiadas de protección o de minimización de los efectos negativos de la utilización turística del ecosistema o paisaje”.

A su vez Gudefin (2006) resalta que la Potencialidad Turística de un bien se compone de su atractividad, aptitud y accesibilidad – disponibilidad del mismo.

2.2 Turismo

Turismo es el conjunto de las acciones que una persona lleva a cabo mientras viaja y pernocta en un sitio diferente al de su residencia habitual, por un periodo consecutivo que resulta inferior a un año.

Solís (2002) resalta que el turismo por otra parte es, en una economía como la ecuatoriana, altamente dependiente de los ingresos del petróleo, es considerado como una actividad generadora de empleo y de redistribución de la riqueza, integradora y complementaria con múltiples actividades. De hecho, el turismo se constituye así en una estrategia relevante para la superación de la pobreza y el desarrollo sostenible del país.

Al respecto Gurría (2001) hace mención de una definición de Oscar de la Torre Padilla, en la cual se indica que: “El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad.

2.3 Turismo Comunitario

El turismo comunitario es un campo necesitado de estudio empírico y reflexión teórica. Siendo una de sus condiciones fundamentales el propio contexto comunitario en el que tienen estas experiencias turísticas, resulta especialmente oportuno, como estrategia de investigación. Sin embargo no podemos soslayar la necesidad de establecer sólidos cauces comparativos entre ellos**.**

Caiminagua (2009) enfatiza que el Turismo Comunitario es un campo estratégico de desarrollo que supone dimensionar el contexto y las realidades del destino donde se implemente, desde la adopción de buenas prácticas de manejo ambiental y social, el conocimiento de las leyes y sus principios, el ordenamiento territorial, la dinamización de la

economía, la implementación de técnicas acordes con el entorno social y ambiental, la permanente formación, la repartición equitativa de los beneficios, la rentabilidad de los negocios y que los beneficios se queden en las comunidades y la adopción de planes de gestión para la comercialización de los negocios, el seguimiento, evaluación y monitoreo.

A su vez Ruiz (2008) indica que el Turismo comunitario es una actividad turística, pero con unos condicionantes que lo diferencian de otras tipologías de turismo.

2.3.1 Principios del turismo Comunitario

En lo Ambiental. El turismo es un medio para conservar el patrimonio natural, es un factor importante para conservar la diversidad de especies, valora la naturaleza, la cuida y la mantiene , evita que se contamine el patrimonio natural, enseña a valorar los recursos naturales, ayuda a concienciar a los visitantes sobre la conservación del patrimonio, cuida la integridad de los recursos naturales, mantiene el control del territorio, apoya la no extracción del patrimonio natural, contribuye a mantener la diversidad agrícola de los territorios.

En lo Cultural. La actividad turística reivindica la identidad cultural, mantiene el idioma, forma de alimentación, vestimenta y costumbres ancestrales, revaloriza la cultura y costumbres ancestrales, muestra lo que aún son cada una de las comunidades, determina la vida en convivencia intercultural, revaloriza las prácticas, costumbres y saberes tradicionales, muestra y reafirma el carácter pluricultural del Ecuador.

En lo Social. A través del turismo se promueve la práctica de los derechos colectivos, demuestra que no son pueblos subdesarrollados sino en vías de desarrollo, conciencia a los turistas sobre la importancia de la defensa de los territorios, los visitantes aprenden de cada una de las comunidades y de cada uno de sus individuos, el turismo es una alternativa que apoya a las familias, ayuda a lograr el desarrollo social de

la comunidad, fortalece el nivel organizativo, da a conocer a cada una de las comunidades a nivel nacional e internacional, mejora las condiciones de vida de los comuneros, evita la migración, promueve la integración de los miembros de la comunidad, fortalece la autoestima y promueve la solidaridad, cooperación y respeto a la vida.

En lo Económico. Mediante el turismo existen nuevas fuentes de trabajo, se generan ingresos económicos, diversifican las actividades productivas de las comunidades, ayuda a la reinversión de los beneficios económicos en educación, salud, servicios básicos.

En lo Político. El Turismo ha colaborado para que las comunidades sean escuchadas como grupo y no como personas individuales, se va logrando el empoderamiento de las nacionalidades y pueblos así como también una identidad frente a la defensa del territorio.

2.4 Turismo Sostenible

Vega (2007) indica que en los últimos 10 años la demanda por contar con un sistema de indicadores de Turismo Sostenible (OMT, 1997, 2005) ha registrado un crecimiento acelerado en el mundo. Varios organismos e instituciones han emprendido esta tarea y, sin embargo de haber alcanzado interesantes resultados, los mayores avances se han dado en el ámbito de lo ambiental, pero subsisten las dificultades para dar cuenta de la integralidad de los principios del concepto, que como sabemos engloba los temas de eficiencia económica y equidad social, en el conocido triángulo de la sostenibilidad**.**

Es una actividad turística respetuosa con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad es repartida de forma equitativa, y donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje.

2.5 Productos Turísticos

Según Furió (2000) "una característica del producto turístico es que no es estrictamente elaborado por un único sector de actividad, sino por diferentes sectores productivos, y que no existe una actividad que realice, de modo completo, el ensamblaje final del producto turístico"**.**

Según Philip Kotler y Gary Amstrong, (2003) definen al producto como un conjunto de características tangibles. Los consumidores tienden a ver los productos como conjuntos de complejos de beneficios que satisfacen sus necesidades centrales de los consumidores que el producto satisfará: luego debe diseñar el producto real y encontrar formas de aumento, ofreciendo servicios y beneficios adicionales al consumidor para mayor satisfacción de los mismos".

Según Zarate y Lugo (2003) "son aquellos recursos turísticos que cuentan con infraestructura y servicios que permiten el desarrollo de actividades turísticas".

A decir de Boullon (2004) señala que es "un paquete turístico, alguno de los componentes del servicio básico como una noche de hotel, algún atractivo que toma entidad propia, un país, una región, un continente, o propiamente dicho un centro turístico".

2.6 Elementos que conforma el Producto Turístico

Producto turístico es un conjunto de facilidades turísticas tangibles e intangibles que se ofertan mediante un paquete completo, el mismo que satisface las nuevas tendencias de los turistas**.**

1. Recurso turístico, constituyen la materia prima básica para el desarrollo del turismo, de su valoración y jerarquía depende el interés del visitante para conocerlos. Se clasifican en naturales e histórico-culturales dentro de ellos tenemos: Asociados al agua, ríos, cascadas, etc. donde se realizan actividades como baño, pesca, deportes, entre otras.

2. Infraestructura turística, conformada por las empresas que se dedican a la prestación de servicios de todo tipo como transporte, alojamiento, alimentación, información, etc.

3. Infraestructura instalaciones públicas, permite el acceso, uso y disfrute de los atractivos y de la infraestructura turística. Entre otras tenemos; carreteras, puertos, aeropuertos, servicios básicos.

4. Servicios complementarios, de carácter privado o público como teatros, salas de fiesta, instalaciones deportivas, instituciones financieras, servicios de salud.

2.7 Diagnóstico

Martín Flor Romero (2006), menciona que el enfoque del diagnóstico debe ser integral y sistémico de manera que abarque la totalidad de las situaciones positivas (beneficios de las fortalezas y oportunidades) y negativas

(importancia de las debilidades y amenazas) que permitan un análisis minucioso y profundo de las variables o condiciones ambientales, externas e internas que influyen o pueden influir en la organización y en el funcionamiento de una empresa o de un proyecto concreto.

Este autor comenta sobre otro error muy frecuente, que es buscar resolver los problemas ejerciendo acciones sobre los síntomas, sin que se consideren las causas intermedias y originales del problema. Siendo la causa, la razón fundamental del problema, explicando la existencia del mismo no se van a obtener los cambios esperados si se efectúan acciones sobre los efectos detectados.

Enrique Benjamín Franklin (2000) explica que para que el diagnóstico aporte elementos de decisión sustantivos tiene que incorporar la descripción de la organización de acuerdo con su situación actual y su trayectoria histórica.

Milan Kubr (2002) considera que, a veces el diagnóstico es considerado como la simple tarea de reunir, clasificar y analizar una gran cantidad de datos, inclusive muchos de los cuales no tienen relación alguna con el objetivo perseguido. Sin embargo, esto puede ser una simple pérdida de tiempo y esfuerzo si es que no se lo realiza con base en los objetivos formulados. Los datos son importantes, es más, la construcción del diagnóstico requiere de datos y hechos, pero también es cierto que:

1. El diagnóstico es mucho más que una simple recopilación y análisis de datos;

2. El diagnóstico puede ser efectivo si es que se trabaja con determinados datos, elegidos con criterio y coherencia; y

3. El diagnóstico debe contestar una batería de preguntas en forma imparcial y con la mayor claridad posible para que el investigador pueda alcanzar los objetivos propuestos.

2.8 Demanda Turística

El concepto de demanda está relacionado al proceso de toma de decisiones que los individuos realizan constantemente al planificar sus actividades de ocio y por lo tanto depende de muchos factores no sólo económicos sino también psicológicos, sociológicos, físicos y éticos.
Por otra parte, hay que distinguir también entre demanda efectiva o actual, demanda potencial, demanda diferida y la no demanda. A esto se suman cuestiones como la elasticidad de la demanda que imprime cierta conducta de comportamiento esperado del consumidor. Los determinantes económicos de la demanda pueden explicar la utilización por parte de los consumidores de determinados servicios concretos pero hay un conjunto de variables que pueden ejercer sobre ésta mayores efectos: motivaciones, factores psicológicos, costumbres, creencias, tiempo de ocio, estilos de vida, etc**.**

2.9 Análisis Foda

Ayala (2012) resalta que el análisis FODA o también conocido como análisis DOFA (en inglés SWOT) es la sigla usada para referirse a una herramienta analítica que le permitirá trabajar con toda la información que posea sobre su negocio, útil para examinar sus Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas.

La parte externa mira las oportunidades que ofrecen el mercado y las amenazas que debe enfrentar su negocio en el mercado seleccionado. Aquí usted tiene que desarrollar toda su capacidad y habilidad para aprovechar todas esas oportunidades y para minimizar o anular esas amenazas, circunstancias sobre las cuales usted tiene poco o ningún control directo**.**

Ulises Jesús Cupa León (2010) indica que el análisis FODA consiste en realizar una evaluación de las fortalezas y debilidades, oportunidades y amenazas, que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización así como su evaluación externa, por lo tanto es una herramienta

que puede considerarse sencilla y que permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada**.**

2.10 Matriz MEFE y MEFI

La matriz de evaluación de los factores externos permite a los estrategas resumir y evaluar información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, jurídica, tecnológica y competitiva.

Hernández (2010) indica que es un paso resumido para realizar una auditoría interna de la administración estratégica consiste en constituir una matriz MEFI. Este instrumento para formular estrategias resume y evalúa las fuerzas y debilidades más importantes dentro de las áreas funcionales de un negocio y además ofrece una base para identificar y

evaluar las relaciones entre dichas áreas. Al elaborar una matriz MEFI es necesario aplicar juicios intuitivos, por lo que el hecho de que esta técnica tenga apariencia de un enfoque científico no se debe interpretar como si la misma fuera del todo contundente. Es bastante más importante entender a fondo los factores incluidos que las cifras reales. La matriz MEFI, similar a la matriz MEFE del perfil de la competencia.

Hernández plantea que la matriz MEFI es similar a la matriz MEFE y que es un paso resumido para una auditoria de la administración estratégica, resumiendo y evaluando los factores internos y externos claves.

2.11 Inventario Turístico

El inventario turístico es uno de los elementos importantes para determinar el tipo y ubicación de las inversiones que han de reforzar la planta turística del lugar o la región.

Boullón (2006), define al inventario turístico como un proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores, la infraestructura (dotación de apoyo al aparato productivo) y la superestructura (subsistema organizacional y recursos humanos disponibles para operar el sistema)".

El inventario turístico se compone de los siguientes elementos: atractivos turísticos, planta turística e infraestructura.

A. Inventario de atractivos turísticos

Hernández (2004) menciona que la función de este inventario es "definir las zonas que puedan considerarse turísticas, dando el criterio psicofísico que toma en cuenta como prioridad la motivación y el interés que despierta o puede despertarle al turista un lugar una manifestación (acontecimiento) o un elemento determinado".

Gurría (2001). Sugiere que los atractivos turísticos se pueden clasificar en dos grandes tipos: atractivos naturales y atractivos culturales. Los

primeros son aquellos creados por la naturaleza, es decir, que en su formación no ha intervenido directamente la acción humana. En lo que se refiere a los atractivos culturales son los que intervienen o han intervenido en la acción humana en el devenir histórico, o bien se establecen por razones culturales o comerciales.

Su elaboración implica dos pasos:

1) Registro de información consiste en la recopilación de la información de los atractivos turísticos del área, los cuales tienen que estar ordenados y clasificados de acuerdo a la categoría a la cual pertenecen.

2) Evaluación de atractivos turísticos es el examen de los atractivos, en donde deben ser enumerados para determinar la jerarquía de acuerdo a su importancia turística, deben clasificarse de mayor a menor.

B. Inventario de la planta turística

Comprende el registro de todas las instalaciones y los equipos de producción de los servicios, lo que se denomina equipamiento. Este análisis registra los datos físicos. Los pasos a seguir en este inventario son el registrar la información según la clasificación a la cual pertenezcan y se dividen en alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros servicios**.**

C. Inventario de la infraestructura

Se compone principalmente por dos elementos que son el transporte y comunicaciones**.**

2.12. Atractivos Turísticos

Atractivo turístico se define como un recurso turístico que cuenta con las condiciones para ser visitados a través de flujos de desplazamientos

desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico.
Contreras (2009) dice que los atractivos turísticos son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico.

2.13 Atractivos Naturales

Maldonado Alexandra y Portilla (2011). Atractivo Natural: Que atrae o tiene fuerza para atraer y se constituye en la parte principal de un recorrido o Tour.

2.14 Recursos Turísticos

Sierra (2011) indica que los Recursos turísticos son “todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda”.

2.15 Recursos Naturales

Godoy (2008) resalta que ssegún su disponibilidad en el tiempo, la generación o regeneración y el ritmo de uso o consumo de estos recursos, se pueden clasificar en Renovables y No renovables.

Al hablar de Recursos Naturales Renovables, se hace referencia a los recursos bióticos, éstos poseen ciclos de regeneración por encima de su extracción, el uso excesivo de los mismos, los puede convertir en recursos extintos, es decir, por ejemplo: la existencia de bosques, las pesquerías, podría cesar; ya en los no limitados, estaríamos hablando de

la luz solar, las mareas, los vientos, etc. Mientras que los recursos naturales No Renovables

son generalmente depósitos limitados, éstos están sometidos a ciclos de regeneración por debajo de los ritmos de extracción o explotación, por ejemplo: la minería, los hidrocarburos, etc. El uso abusivo y sin control de éstos es lo que los convierte en agotados.

2.16 Recursos Culturales

Domínguez (2011) indica que los recursos culturales arqueológicos, históricos o antropológicos pueden comprender paisajes, yacimientos, sitios, estructuras y materiales culturales. Pueden presentarse en forma aislada o en conjuntos; constituir bienes muebles y/o inmuebles; sobre la superficie, el subsuelo o subacuáticos y estar conformados indisociablemente por elementos manufacturados y naturales.

2.17 Rutas turísticas

La Comisión del Fomento al Turismo (2008), define a la ruta turística de la siguiente manera: “es un eje vial que conecta dos o más centros emisores o receptores y que contiene distintos atractivos”**.**

Existen dos tipos de rutas turísticas: circulares y lineales. Las primeras, tienen punto de inicio y cuentan con atractivos naturales como paisajes haciendo paradas en puntos de interés. Las segundas, se puede decir que van como lo indica su nombre, en línea y los destinos turísticos se encuentran ligados entre sí por medio de características en común. Para establecer una ruta turística es importante que se

determine la localización de los atractivos, analice la infraestructura con la cual se cuenta, valores y determine rutas alternas y finalmente, elegir la ruta que más convenga.

Por tanto, una ruta turística se compone de un conjunto de locales, elementos, comunidades, etc., organizados en forma de red dentro de

una región determinada y que estando debidamente señalizadas, suscitan un reconocimiento de interés turístico.

2.18 Elementos de una ruta turística

Entre los elementos que caracterizan a una ruta pueden mencionarse los siguientes:

***** Una producción, actividad o tema particular que la distingue de otras.

***** Un itinerario desarrollado sobre la base de la Red Vial u otro tipo de comunicación.

***** La existencia de normas para el funcionamiento y control de los elementos integrantes del proyecto.

-Una organización local que brinde información sobre la ruta, en la cual participarán personas relacionadas directamente a la actividad industrial o no.

-Asociado a un sistema de promoción.

CAPITULO III

3. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. Localización y duración de la investigación.

País: Ecuador

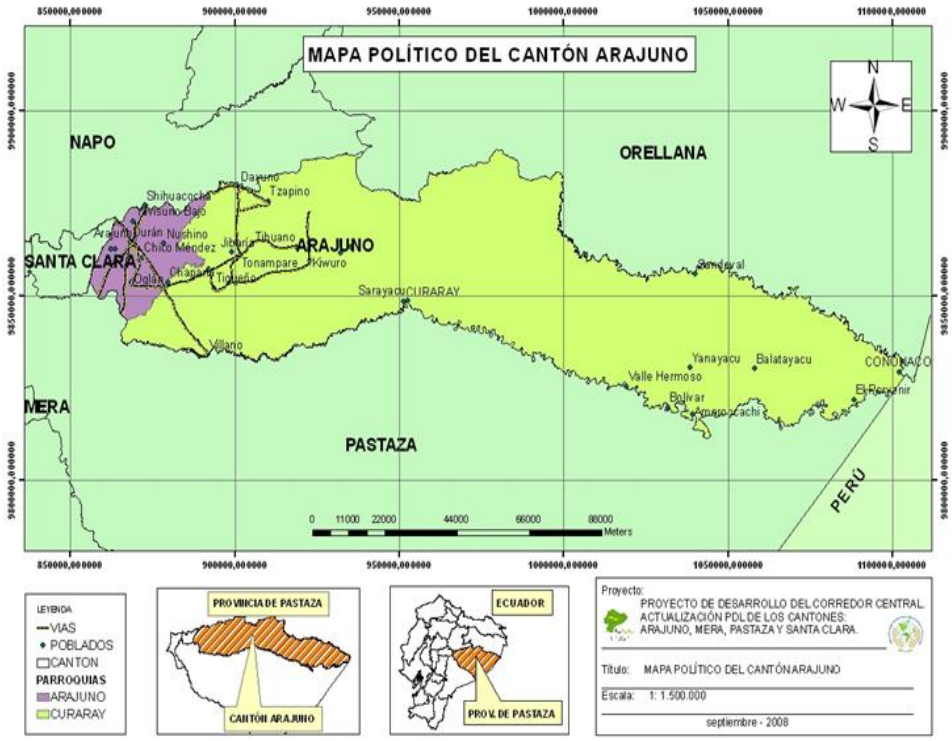
Provincia: Pastaza

Cantón: Arajuno

Parroquia: Arajuno

La Comunidad Shiwa Kucha está ubicada en la via Puyo- Arajuno. Este aproximadamente, a la margen derecha a 15 km desde el cantón Arajuno, vía lastrada con tiempo determinado de 45 minutos.

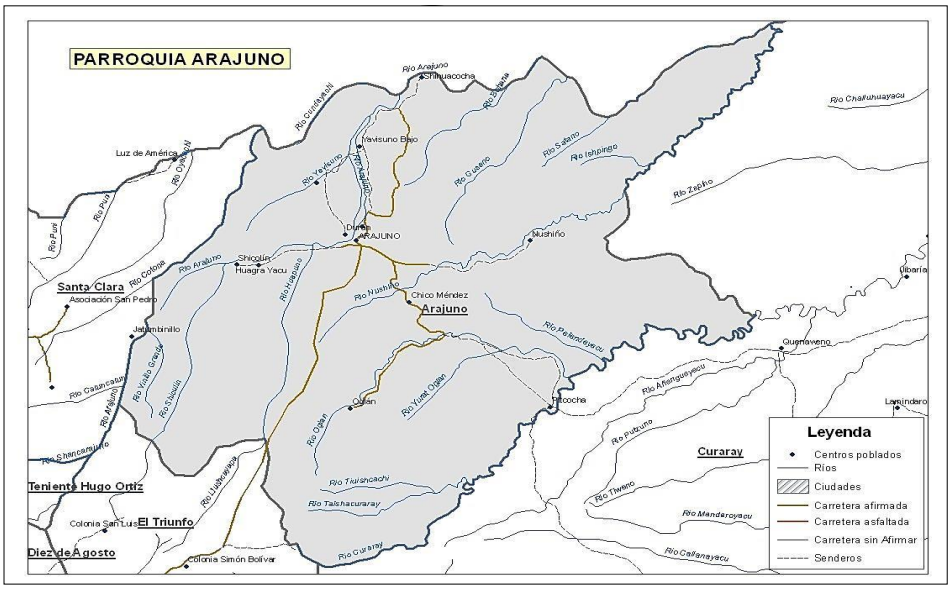
Foto1: Mapa del Cantón Arajuno



Fuente: GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO CANTONAL DE ARAJUNO

Elaborado por: Mariela Mayancela.

Foto 2: Mapa Parroquia Arajuno.



Fuente: GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO CANTONAL DE ARAJUNO.
Elaborado por: Mariela Mayancela.

3.2. Condiciones meteorológicas.

El clima oscila entre los 18° C y 27° C, de temperatura. La precipitación: de 4000 a 5000 mililitros por año.

3.3. Materiales y equipos

- ✓ Paquete de hojas de papel de impresión.
- ✓ Cartucho de impresora.
- ✓ Libreta de apuntes.
- ✓ Esferos y lápices.
- ✓ Cinta adhesiva.
- ✓ Fichas para realizar el inventario de los atractivos turísticos.
- ✓ Copias.
- ✓ Tablero.
- ✓ Memory Flash.

Equipos

- ✓ Cámara fotográfica.
- ✓ Laptop.
- ✓ Impresora.
- ✓ Flash memory.
- ✓ GPS.
- ✓ Scanner.

Talento Humano

- ✓ Mariela Mayancela, egresada de la carrera Ingeniería en Turismo.
- ✓ Director de Tesis.

3.4. Factores de estudio

Tabla 1: Factores de Estudio

FACTORES	FACTORES DE MEDICION
Diagnóstico situacional	• Socio cultural • Económico • Ambiental
Potencial turístico	• Recurso Natural • Manifestación Cultural
Producto turístico	• Perfil de la demanda

Fuente: La investigación.
Elaborado por: Mariela Mayancela.

3.5 Diseño de la investigación

Para cumplir los objetivos de la investigación se realizó el siguiente procedimiento.

Objetivos 1: Realización de un diagnóstico situacional de la Comunidad Shiwa Kucha.

Es la identificación, descripción y análisis evaluativo de la situación actual en la que se encuentra el Cantón Arajuno, en función de los resultados que se esperan y que fueron planteados en calidad de objetivos. Es a la vez una mirada sistémica y contextual, retrospectiva y prospectiva, descriptiva y evaluativa.

Para el cumplimiento de este diagnostico se realizó mediante la recopilación y análisis de información de fuentes secundarias de la comunidad Shiwa Kucha y el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Arajuno.

Se realizó una investigación exploratoria a fin de determinar la zona de investigación conforme los límites establecidos con los actores locales de la comunidad.

Objetivo 2: Evaluación del potencial turístico de la zona de estudio.

Para efectuar el análisis correspondiente se utilizaron los siguientes tipos de investigación.

Documental: Se analizó la documentación en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Arajuno.

Secundario: Se buscó y examino fuentes de información bibliográfica de diversos autores aplicados en temas afines al turismo comunitario.

De Campo: Se realizó la recopilación de información en los lugares donde se encuentran los recursos o atractivos turísticos para caracterizar el inventario de los atractivos turísticos.

Objetivo 3: Definir el producto turístico comunitario.

Para definir el producto turístico para la comunidad Shiwa Kucha se desarrolló el siguiente proceso:
A través de talleres participativos con los actores locales del sector se analizó la infraestructura, facilidades y equipamiento con que cuenta la comunidad, a fin de que la propuesta verdaderamente responda a las necesidades de la localidad.
Con la información levantada y bajo la decisión técnica de la autora de la investigación, más la decisión voluntaria de la comunidad se evaluó el potencial turístico de la zona, para elaborar los paquetes turísticos, puesto que la localidad cuenta con infraestructura, facilidades turísticas limitadas y personal capacidad; siendo la falencia la ausencia de visitantes.

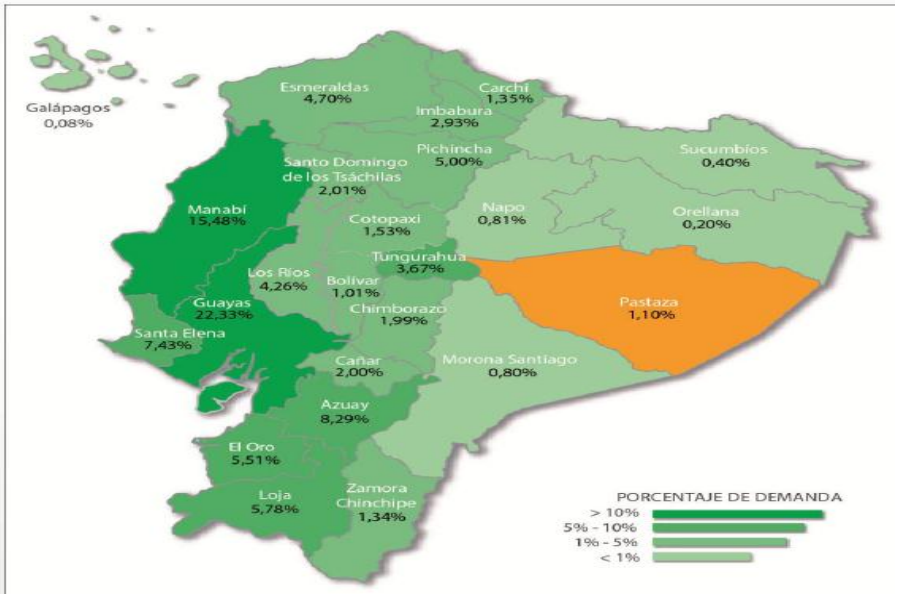
3.6. Población y muestra

Como población universo se consideró los datos que hace referencia el Ministerio de Turismo en la provincia de Pastaza.

Siendo el muestreo una técnica que ayuda a encontrar una cantidad significativa de un global, con cierto margen de error, que permita fundamentar un estudio o investigación de cualquier índole, obteniendo asi un tamaño de muestra proporcional que representa y equivale a toda una cantidad global.

Se aplicó bajo un 5% como margen de error, dando como muestra 246 turistas a encuestar.

Foto 3: Mapa de registro de Turismo Interno.

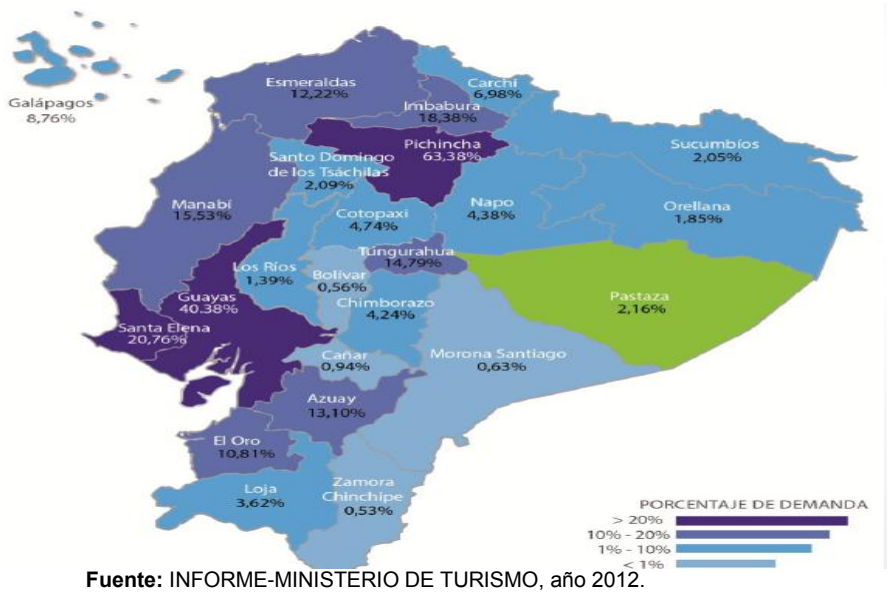


Fuente: INFORME-MINISTERIO DE TURISMO Año 2012.
Elaborado por: Coordinación General de Investigación y Estadística.

En el Informe presentado por el MINTUR para el año 2012 el 1,10% de viajes del turismo interno se realiza a la provincia de Pastaza, un 92% de

personas visita el cantón Pastaza cuya parroquia es Puyo. Este dato permite proyectar la población y muestra para Pastaza.

Foto 4 Mapa de registro de turismo receptor



Fuente: INFORME-MINISTERIO DE TURISMO, año 2012.
Elaborado por: Coordinación General de Investigación y Estadística.

En el Informe presentado por el MINTUR para el año 2012 el 2,16% de viajes del turismo receptor (extranjeros) se realiza a la provincia de Pastaza, un 2,08% de personas visita el cantón Pastaza cuya parroquia es Puyo.

Con estos datos se puede aplicar la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 x\ P\ x\ Q\ x\ N}{E^2(N-1) + Z^2\ x\ P\ x\ Q}$$

N=Tamaño del grupo objetivo, en este caso es el número de personas que visitan la ciudad de Puyo. Como el estudio se realizó durante el mes de septiembre se consideró ingreso mensual promedio de personas que visitan la ciudad como población. El dato con el que se trabajó es el de 5.086

personas (turismo interno) y 1.720 personas (turismo receptivo-extranjero); con una población total igual a: 6.806 personas al mes.

Es el nivel de precisión de la muestra. En este caso se maneja un nivel del 5%.

1,962 (con una seguridad del 95%). Este es un importante nivel de seguridad que le da validez a los resultados y es uno del más utilizado.

1-p (en este caso 1-0,79= 21%)

Proporción esperada (en este caso 0,79=79%)

$$\boldsymbol{n = \frac{1,96^2 x\ 79\ x\ 21\ x\ 5.086}{5^2(6.806 - 1) + 1,96^2\ x\ 79\ x\ 21}}$$

$\boldsymbol{n}$ = 246

Para este estudio entonces se destaca de las 246 encuestas se realicen 61 a extranjeros y 185 nacionales que estén realizando actividades de turismo en la Provincia de Pastaza para lo cual se levantó las mismas en fines de semana en los principales atractivos turísticos.

3.7. Mediciones de la investigación

El levantamiento del inventario de los recursos turísticos existentes en la comunidad se realizó a través de la metodología de inventarios del Ministerio de Turismo. Los datos recolectados son procesados y expresados en cuadros de resultados y gráficos, los mismos que facilitan la interpretación. La tabulación de los datos, se elabora de modo cuantitativo.

Se procede con la elaboración de la matriz DAFO para considerar los datos relevantes en cuanto a ventajas competitivas y comparativas, que permita diseñar un producto de turismo comunitario que satisfaga y supere las necesidades del turista y ayude al crecimiento y desarrollo de la localidad.

La matriz DAFO ayudó a encontrar los factores estratégicos relevantes, que sirvan de soporte para el planteamiento del producto turístico, consolidando las fortalezas, minimizando las debilidades, aprovechando las oportunidades y eliminando o mitigando las amenaza.

CAPITULO IV

4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA COMUNIDAD SHIWA KUCHA.

Mediante la técnica de la entrevista a la dirigencia de la comunidad se obtuvo la siguiente información dentro de los aspectos socio cultural, económico y ambiental**.**

4.1.1. Datos generales

Número de habitantes: La Comunidad Shiwa Kucha cuenta con 221 habitantes aproximadamente.

Número de familias: La comunidad está habitada po**r** 20 familias.

4.1.2 Infraestructura de servicios básicos.

Transporte y accesibilidad

Distancia.-La Comunidad Shiwa Kucha está ubicada en la vía Puyo-Arajuno a 64 Km de Puyo capital provincial, en las coordenadas 98 60500 de latitud Norte y 860 850 de longitud Este aproximadamente, a la margen derecha a 15 km desde el cantón Arajuno, vía lastrada con tiempo determinado de 45 minutos.

Vías de acceso.- Para acceder a la Comunidad Shiwa Kucha nos trasladamos desde la ciudad de Puyo hasta el Cantón Arajuno, una vez en el lugar se espera 20 minutos de descanso, se toma la pica (camino) del lado derecho con una espera de 45 minutos hasta llegar a la comunidad.

Para acceder a la comunidad no existe ningún tipo de señalización turística, ni vial, existe también el uso de diferentes tipos de transporte público como: bus, camionetas y taxi.

En la Comunidad no existe terminal de transporte, la comunidad tiene el uso del transporte intercantonal como es la cooperativa Centinela del Oriente y la Cooperativa San Francisco con unidades de 38 a 40 pasajeros en un buen estado, el recorrido es de dos veces, al día ingresa de 8:00 y sale a las 10:00, ingresa a las 14:00 y sale a las 16:00.

4.1.3. Comunicación

Telefonía convencional.- En la Comunidad no existe servicio telefónico convencional para comunicarse. Solamente en el área urbana se ha podido desarrollar la telefonía fija (140 usuarios) que representa apenas el 1% de las comunidades, con una demanda insatisfecha de 50 clientes (según CNT-Puyo), mientras que el 63% de las comunidades no tienen ningún tipo de comunicación. La Infraestructura de Telefonía fija en el Cantón Arajuno es a través de cable Multipar Aéreo, de donde se derivan

a las cajas de dispersión para dar el servicio a clientes del Cantón que queda a 15km.

Teléfono celular.- En la Comunidad no existe servicio de teléfono celular, tampoco posee servicio de internet, ni servicio de correo.

4.1.4 Sanidad

En la comunidad Shiwa Kucha tienen acceso al agua entubada, solamente en el área urbana existe un proceso de agua entubada, ubicada en el sector de Hinayo en la vía Arajuno-Puyo. En el sector rural el agua es captada y entubada sin ningún tratamiento.

Sistema de alcantarillado.- Poseen agua proveniente de pozo, no cuenta con el servicio de alcantarillado.

Manejo de basura.- Lastimosamente no se cuenta con un manejo de desechos, lo cual causa contaminación, y además no existe una concientización por parte de los habitantes por lo que sus desperdicios (basura, plásticos, papel etc.) muchas veces los arrojan en la selva, provocando no solo una mala imagen de esta, sino que acarrea enfermedades primordialmente a los más débiles los niños.

Establecimiento de Salud.- Actualmente en la Comunidad Shiwa Kucha no existe un establecimiento de salud y únicamente en la parroquia Arajuno se emplazan subcentros de salud con servicio ambulatorio y administrado por el Ministerio de salud. En el resto de comunidades existe un Puesto de Salud en Pitacocha y Villano. AGIP presta servicios con unidades Hospitalarias en Santa Cecilia, Toñampari, Pitacocha, Liquino.

En Arajuno hay una unidad Hospitalaria del Gobierno Autónomo descentralizado Municipal de Arajuno, se encuentra en el Patronato Municipal de Amparo Social que queda a 15 km.

4.1.5 Energía

Servicio de energía eléctrica.- En la actualidad la comunidad Shiwa kucha cuenta con energía eléctrica, llega al cantón Arajuno de diferentes fuentes, a través del sistema interconectado Puyo-Tena, que toma la vía Puyo-Arajuno- Shiwa Kucha cruzando por la cabecera cantonal, desde Arajuno a la comunidad Chico Méndez y desde Arajuno a Santa Bárbara del Pozo: proveyendo únicamente a las comunidades que se encuentran directamente vinculadas con estas vías.

El 90% del área urbana del cantón dispone de energía eléctrica, este servicio se presenta de forma interrumpida.

4.1.6 Educación

Instituciones Educativas.- Actualmente cuenta con un centro educativo, la Escuela Río Aguarico que se encuentran en condiciones regulares, donde también funciona una guardería al servicio de la comunidad.

Los maestros también desarrollan un trabajo de apoyo comunitario a más de la enseñanza, en el sector las condiciones de escolaridad son básicas para la enseñanza aprendizaje de los niños y niñas.

Programas ocupacionales.- en la Comunidad si existe programas ocupacionales como: cursos del patronato en temas relacionados de Gastronomía y guianza.

Varias Instituciones estatales y de los GAD desarrollan capacitaciones en temas agropecuarios de cultivos como el cacao fino de aroma, piscicultura, en artesanías, gastronomía, primeros auxilios, temas que son básicos para la comunidad.

El Municipio de Arajuno programa capacitaciones y apoya a la comunidad en temas de turismo comunitario dentro del Programa de la Red de Turismo Comunitario.

4.1.7 Gobernanza

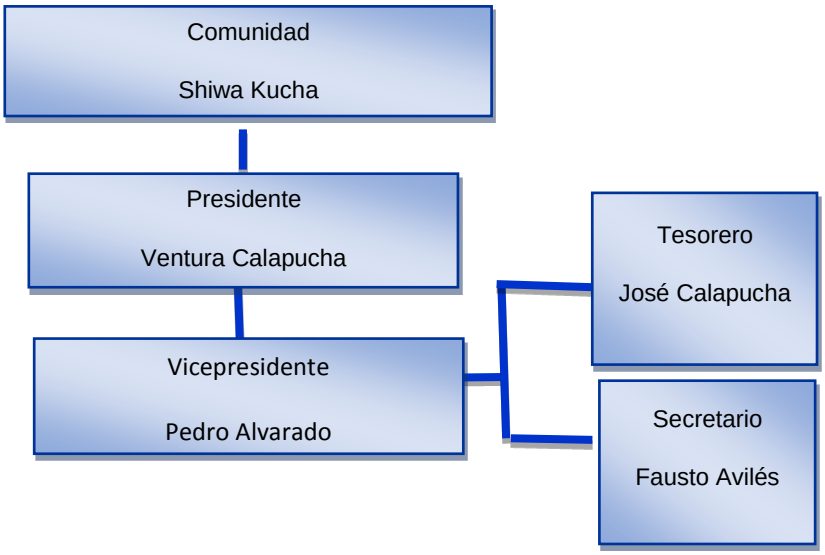
Apoyo externo.- La Comunidad Shiwa Kucha ha recibido apoyo de varias instituciones en las que se resalta temas relevantes que se describen a continuación.

INSTITUCION	NOMBRE	DESDE	HASTA	ACTIVIDAD
NACIONALES	Municipio de Arajuno	1998	2014	Consistencia de Agua, Tratamiento de la basura. Primeros auxilios.
	Consejo Provincial	1998	2014	Proyectos cultivos: Cacao fino de aroma. Fortalecimiento del Turismo Comunitario. Capacitación para manejo de chacras comunitarias.
	Ecorae	2000	2000	Primeras Instituciones Turísticas cabañas.
	IEPS	2011	2014	Equipamiento y menaje de cocina. Elaboración de artesanías.
	MINTUR	2010	2010	Turismo Comunitario.
INTERNACIONALES	FFEM	2013	2013	Consultoría para potenciar la actividad turística.

Tabla 2: Apoyos de Instituciones Estatales y GADs.

Fuente: Comunidad Shiwa Kucha.
Elaborado por: Mariela Mayancela.

Organización estructural Comunidad Shiwa Kucha



Elaborado por: Mariela Mayancela.

Existencia de planes de desarrollo.- En la comunidad si existe planes de desarrollo como es el plan de vida de Shiwa Kucha, esto trata sobre el tema del territorio, turismo comunitario esto se empezó a ejecutar desde el año 2000.

Tipo de organización.- La comunidad está organizada por la directiva comunitaria.

4.1.8 Comunidad

Actividades económicas.- Se dedican básicamente a la agricultura, ya que un porcentaje considerado de personas estudian para ser profesores y se quedan ejerciendo en su propia comunidad.

Las tres principales actividades productivas de la comunidad son: Agricultura, artesanía y turismo reactivando con el programa de pasantías a nivel internacional. Para las actividades la comunidad participa en base a mingas.

La comunidad obtiene ingresos económicos a través de los servicios turísticos que ofrece al turista nacional/extranjero, con el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales, y en menor porcentaje la población se dedica a la agricultura mediante sus chacras, no existe ganadería en el sector.

Sitios de interés turísticos.- La comunidad posee varios sitios de interés turístico como: ríos, bosque primario, flora endémica, fauna endémica y medicina tradicional.

Posee 6 atractivos importantes para desarrollar un turismo sostenible en el sector, detallados a continuación:

Atrativos Naturales (Rio, Miradores), Saladero de Venado, Saladero de Tapir, Senderos ecológicos. Con estado alterado/deteriorado, debido a la agricultura del cacao, deforestación forestal y la caza ilegal en el sector de estudio. Los senderos que posee el CTC se encuentra en mal estado, con deficiencia de mantenimiento por parte de la comunidad.

Infraestructura y servicios turísticos.- La comunidad Shiwa Kucha cuenta con una infraestructura y servicios turísticos q ofrece como: Alojamiento, alimentación, recreación, transporte y guianza.

Actitud de la población hacia la actividad turística.- El 70% de la población de la comunidad considera que el turismo es importante, mientras q el 30% están de acuerdo ya que constituye al desarrollo del turismo comunitario.

Problemas sociales que afecten el desarrollo turístico.- La comunidad establece que los problemas sociales que afectan al desarrollo turístico es: Alcoholismo y la eliminación de basura.

Necesidades de capacitación.- La comunidad muestra que se requiere mayor capacitación turística, atención al cliente, seguridad alimentaria y capacitación de guías nativos.

Cultura.- Pertenecen a la nacionalidad Kichwa con costumbres, mitos y leyendas propias de la comunidad.

Descripción general de la fauna y flora.

Inventario de la Fauna.

TABLA 3: ESPECIES MAMÍFEROS

NOMBRE CIENTIFICO	NOMBRE COMUN
Leopardos pardalis	Tigrillos.
Bradypus variegatus	Perezosos.
Myrmecophaga tridáctila	Osos hormigueros.
Dasyprocta fuliginosa	Guatusa.
Tayassu pecari	Guangana.
Pecari tajacu	Pecarí De Collar.
Mazama	Venado.
Cuniculus paca	Guanta.

Tapirus terrestres	Tapir Amazónico.
Dasypus novemcinctus	Armadillo De Nueve Bandas.
Puma concolor	Puma.
Ateles belzebuth	Mono Araña.
Sylvilagus brasiliensis	Conejo.
Anoura geoffroyi	Murciélago.

Elaborado por: Mariela Mayancela.

TABLA 4: AVES IDENTIFICADAS

NOMBRE CIENTIFICO	NOMBRE COMUN
Ara macao	Papagayo.
Protogerus sp	Pericos.
Coragyps atratus	Gallinazo.
Amazona aestiva	Loros.
Procnias nudicollis	Pájaro campana.
Penelope jacquacu	Pava.
Archilochus colubris	Colibríes.
Tinamus tao	Tinamú gris.
Crypturellus undulatus	Tinamú ondulado.
Odontophorus speciosus	Perdiz de montaña.
Penelope montagnii	Pava andina.
Mitu salvini	Paujil.
Columba	Paloma.
Ara militaris	Guacamayo militar.
Ramphastos	Tucán.
Ramphastos culminatus	Tucán filiamari.
Ortalis guttata	Guacharaca.
Rupicola peruviana	Gallo de la peña.

Fuente: Trabajo de Campo.
Elaborado por: Mariela Mayancela,

Tabla 5: ANFIBIOS Y REPTILES

NOMBRE CIENTIFICO	NOMBRE COMUN
Pedocnemis expansa	Charapa.
Corallus caninus	Boa esmeralda.
Caimán crocodylus	Caimán.
Boa Constrictor	Boa.
Geochelone denticulada	Motelo.
Lacerta lepida	Cocodrilo.
Turdus merula	Mirlo.
Micrurus frontalis	Culebra coral.
Philodria baroni	Culebra verde.
Bothrops atrox	Culebras x.
Hyla punctata	Sapo.
Hyla punctata	Rana.
Centruroides	Alacrán.
Tegenaria domestica	Araña.

Diploglossus monotropis	Escorpión.
Geochelone denticulata	Tortuga terrestre.
Alopoglossus angulatus	Lagartija.

Fuente: Trabajo de Campo.
Elaborado por: Mariela Mayancela.

TABLA 6: PECES

NOMBRE CIENTIFICO	NOMBRE COMUN
Prochilodusnigricans	Boca chico.
Sardinops sagax	Sardina.
Brycon dentex	Dama.
Cichlasoma festivum	Vieja.
Potamortrygon motoro	Raya.
Blapera	Carachama.
Rhamdia cinerascens	Barbudo.
Callophysus macropterus	Mota pintada.

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela

Tabla 7: PLANTAS

NOMBRE CIENTIFICO	NOMBRE COMUN
Manihot esculenta	Yuca.
Musa esculenta	Plátano.
Coffea arabica	Café.
Theobroma cacao	Cacao.
Bixa orellana	Achote.
Citrus esculenta	Limoneros.
Anas comosus	Piña.
Inga edulis	Guaba.
Psidium guajava	Guayaba.
Carica papaya	Papaya.
Las palmas (pambil, chonta, ungurahua)	(Pambil, Chonta, Ungurahua)

Fuente: Trabajo de Campo.

Elaborado por: Mariela Mayancela.

TABLA 8: PLANTAS MEDICINALES

NOMBRE CIENTIFICO	NOMBRE COMUN
Banisteriopsis capi	Ayahuasca.
Mansoa alliceae	Ajo de monte.
Urera caracasana	Ortiga.
Aloysia citriodora	Herba luisa.
Ilex guayusa	Guayusa.
Uncaria tomentosa	Uña de gato.
Aristolochia	Zaragoza.
Cortón lechleri	Sangre de drago.
Costus spicatus	Caña agria.
Artocarpus altilis	Fruti pan.
Genipa americana	Huito.
Manihot esculenta	Yuca.
Verbena litorales	Verbena.

Fuente: Trabajo de Campo.

Elaborado por: Mariela Mayancela.

4.2 Resultado

4.2.1 Evaluación del potencial turístico de la comunidad

Para evaluar el potencial turístico identificado se utilizó la metodología de inventarios del Ministerio de Turismo, para lo cual se visitó los recursos turísticos de la comunidad y con ayuda de un GPS (global position satelital) se georreferenciaron, registrando las características y potencialidades turísticas que tiene cada atractivo en la ficha técnica.

Tabla 9: ATRACTIVO No. 1. COMUNIDAD SHIWA KUCHA

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR

FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

1. DATOS GENERALES:			
1.1 ENCUESTADOR: Mariela Mayancela Narváez		**1.2 FICHA No:**	01
1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Mgs. Fernando Ortega		**1.4 FECHA**	
1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Comunidad Shiwa Kucha			
1.6 CATEGORÍA: Manifestación Cultural	**1.7 TIPO:** Etnografía	**1.8 SUBTIPO:** Grupo Étnico	
2. UBICACIÓN:			
2.1 PROVINCIA PASTAZA	**2.2 CIUDAD Y O CANTÓN** ARAJUNO	**2.3 PARROQUIA**: ARAJUNO	
2.4 CALLE: Vía Arajuno –Shiwa Kucha		**2.5 NUMERO:** 032780102 / 090411301 / 097202079	
2.6. CORREO: wayllasacha_turismo@yahoo.comWilfrido_d@yahoo.es tankarana@yahoo.com		**2.7. PÁGINA WEB:** @dxescobarec	
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:			
3.1 CENTRO URBANO MÁS CERCANO: Arajuno		**DISTANCIA km** 15 km.	
3.2 DISTANCIA A OTROS ATRACTIVOS CERCANOS: 4 km		**DISTANCIA km 4 km**	
CALIDAD VALOR INTRÍNSECO			
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO			
4.1 ALTURA (msnm) 409 m.s.n.m	**TEMPERATURA** 28 a 32 °C	**PRECIPITACIÓN** **PLUVIOMÉTRICA** 3.000 a 3.500 mm	
COORDENADAS: Latitud: 205466 E Longitud 9874728N			
La relevancia histórica de la comunidad a lo largo de la historia ha desembocado en la concentración de un rico patrimonio cultural que involucra su forma de vida cotidiana, la danza, música, leyendas milenarias, gastronomía, artesanías, formas de cultivo, caza, pesca, recolección de frutos, y la infinidad de flora y fauna que existe en la comunidad.			
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:			
6.1 ALTERADO	**6.2 NO ALTERADO**	**6.3 CONSERVADO**	
6.4 DETERIORADO (X) B	**6.5 EN PROCESO DE DETERIORO**		
6.5 CAUSAS Debido al mantenimiento permanente.			

7. ENTORNO:

7.1 CONSERVADO	**7.2 EN PROCESO DE DETERIORO**
7.3 DETERIORADO (X)B	
7.4 CAUSAS Deforestación, colonización, aperturas de vías, actividades humanas extractivas.	

8. ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS

Este sitio ofrece los servicios turísticos de como danza y música, camping, buceo, juegos tradicionales, artesanías, comida y bebida típica, trampas, participación con el grupo étnico de danza, en el cual se realiza el tradicional bautizo de los turistas con un nombre Kichwa, el guayusaso.

APOYO

9. INFRAESTRUCTURA VIAL O DE ACCESO:

TIPO	**SUB TIPO**	**ESTADO DE VÍAS**			**TRANSPORTE**	**FRECUENCIAS**				**TEMPORALIDAD DE ACCESO**
		BUENO	**REGULAR**	**MALO**		**DIARIA**	**SEMANAL**	**MENSUAL**	**EVENTUAL**	
TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X				**DÍAS AL AÑO** 365 días al año
	LASTRADO		X		AUTOMÓVIL	X				
	EMPEDRADO				4X4	X				
	SENDERO	X			TREN					
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					**DIAL AL MES**
					BOTE					
	FLUVIAL				CANOA					
					OTROS					
AÉREO					AVIÓN					**HORAS DIA**
					AVIONETA					
					HELICÓPTERO					

OBSERVACIONES: A la misma se puede acceder fácilmente con todo tipo de vehículo y se puede visitar los 365 días al año. Tiene la facilidad de contar con distintas cooperativas de transporte que transitan por esta vía como: San Francisco, Centinela del Oriente, pero se recomienda visitar el lugar en un automóvil propio ya que el atractivo se encuentra a hora y media de Puyo.

APOYO

10. FACILIDADES TURÍSTICAS

SERVICIOS	CATEGORÍAS										
	LUJO		**PRIMERA**		**SEGUNDA**		**TERCERA**		**CUARTA**		
	No ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS	No ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS	No ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS	No ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS	No ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS	OTROS
ALOJAMIENTO			0	0	0	0	2	2	20	00	00
ALIMENTACIÓN			0	0	0	0	3	2	20	0	0
ESPARCIMIENTO			0	0	0	0	-	-	-	-	

	Artesanías Casa de La balsa Contactos: 03 2792186/099014439/089725778	**Aeropuerto Río Amazonas** Contactos: 03 2795-095 fax: 03 2795 708 Email: shell@aereo-regional.com www.aereo-regional.com

OBSERVACIONES: Este lugar ofrece los servicios de alojamiento y alimentación comunitarios

11. INFRAESTRUCTURA BASICA

11.1 AGUA

POTABLE ENTUBADA (x) TRATADA DE POZO NO EXISTE ESTERO

11.2 ENERGÍA ELÉCTRICA

SISTEMA INTERCONECTADO (**X)** GENERADOR NO EXISTE
OTROS

11.3 ALCANTARILLADO

RED PUBLICA POZO CIEGO POZO SÉPTICO **(X)** NO EXISTE
OTROS

12. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

. Wapuno . Shuar Washets . San Mariano . CEPLOA

SIGNIFICADO

13. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL (x) PROVINCIAL NACIONAL INTERNACIONAL

12. DESCRIPCIÓN GENERAL*
Comunidad Shiwa Kucha Ubicada cuarenta y cinco minutos por la vía hacia Arajuno, con una temperatura promedio de 24ºc y a una altura de 540 m.s.n.m., es uno de los lugares que usted debe visitar si viaja hasta la Amazonía; Shiwa Kucha es una comunidad Kichwa que es sin duda alguna el referente de la protección ambiental y cultural de Arajuno. Es recomendable visitarla antes del 11 de agosto, cuando la comunidad se apresta a vivir sus fiestas tradicionales, aquí podrá observar una exposición real de sus tradiciones milenarias, una gran fiesta donde la bebida tradicional Azua (chicha de yuca), el sonido del tambor constante, la danza y la comida exótica son la oportunidad de vivir una experiencia inolvidable.
Fotografía representativa del atractivo Cabaña Shiwa Kucha

JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS	CALIFICACIÓN
CALIDAD	VALOR INTRÍNSECO	10	8
	VALOR EXTRÍNSECO	15	6
	ENTORNO	10	3
	ESTADO DE CONSERVACIÓN Y/U ORGANIZACIÓN	10	9
		45	**24**
APOYO	ACCESO	10	6
	SERVICIOS	10	4
	ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS	10	3
		30	**14**
SIGNIFICADO	LOCAL	2	2
	PROVINCIAL	5	3
	NACIONAL	8	1
	INTERNACIONAL	10	1
		25	**7**
TOTAL		**100**	**45**
JERARQUIZACIÓN: Este atractivo tiene un puntaje de 45/100, y corresponde a la jerarquía II.			

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Mariela Mayancela

Tabla 10: ATRACTIVO No. 2. RÍO ARAJUNO

MINISTERIO DE TURISMO

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR

FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

ecuador ama la vida

1. DATOS GENERALES:			
1.1 ENCUESTADOR: Mariela Mayancela Narváez		**1.2 FICHA No:**	02
1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Mgs. Fernando Ortega		**1.4 FECHA**	
1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Rio Arajuno			
1.6 CATEGORÍA: Sitio Natural	**1.7 TIPO:** Río	**1.8 SUBTIPO:** Río	

2. UBICACIÓN:		
2.1 PROVINCIA PASTAZA	**2.2 CIUDAD Y O CANTÓN** ARAJUNO	**2.3 PARROQUIA**: ARAJUNO
2.4 CALLE: Vía Arajuno –Shiwa Kucha	**2.5 NUMERO:** 032780102 / 090411301 / 097202079	
2.6. CORREO: wayllasacha_turismo@yahoo.com Wilfrido_d@yahoo.es tankarana@yahoo.com	**2.7. PÁGINA WEB:** @dxescobarec	

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:	
3.1 CENTRO URBANO MÁS CERCANO: Arajuno	**DISTANCIA km** 15 km.
3.2 DISTANCIA A OTROS ATRACTIVOS CERCANOS: 4 km	**DISTANCIA km 4 km**

CALIDAD VALOR INTRÍNSECO

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO		
4.1 ALTURA (msnm) 409 m.s.n.m	**TEMPERATURA** 28 a 32 °C	**PRECIPITACIÓN** **PLUVIOMÉTRICA** 3.000 a 3.500 mm

COORDENADAS:

Latitud: 205466 E Longitud 9874728N

La comunidad realiza la pesca y la natación; es un área preservada por la comunidad porque es su modo de vida y se puede pasear en canoa.

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:		
6.1 ALTERADO	**6.2 NO ALTERADO**	**6.3 CONSERVADO (x=**
6.4 DETERIORADO	**6.5 EN PROCESO DE DETERIORO**	

6.5 CAUSAS Debido al mantenimiento permanente.

7. ENTORNO:	
7.1 CONSERVADO	**7.2 EN PROCESO DE DETERIORO**

7.3 DETERIORADO (X)B

7.4 CAUSAS Deforestación, colonización, aperturas de vías, actividades humanas extractivas.

8. ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS

El Río Arajuno y los miradores. **Además** las actividades recreativas que se pueden realizar son: natación, pesca deportiva, tubbing

APOYO

9. INFRAESTRUCTURA VIAL O DE ACCESO:

TIPO	SUB TIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD
		BUENO	REGULA	MAL		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	

			R	**O**						**DE ACCESO**
TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X				**DÍAS AL AÑO** 365 días al año
	LASTRADO		X		AUTOMÓVIL	X				
	EMPEDRADO				4X4	X				
	SENDERO	X			TREN					
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					**DIAL AL MES**
					BOTE					
	FLUVIAL				CANOA					
					OTROS					
AÉREO					AVIÓN					**HORAS DIA**
					AVIONETA					
					HELICÓPTERO					

OBSERVACIONES: A la misma se puede acceder fácilmente con todo tipo de vehículo y se puede visitar los 365 días al año. Tiene la facilidad de contar con distintas cooperativas de transporte que transitan por esta vía como: San Francisco, Centinela del Oriente, pero se recomienda visitar el lugar en un automóvil propio ya que el atractivo se encuentra a hora y media de Puyo.

APOYO

10. FACILIDADES TURÍSTICAS

	CATEGORÍAS										
	LUJO		**PRIMERA**		**SEGUNDA**		**TERCERA**		**CUARTA**		
SERVICIOS	No ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS	No ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS	No ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS	No ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS	No ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS	OTROS
ALOJAMIENTO			0	0	0	0	2	2	20	00	00
ALIMENTACIÓN			0	0	0	0	3	2	20	0	0
ESPARCIMIENTO			0	0	0	0	-	-	-	-	

	Artesanías Casa de La balsa Contactos: 03 2792186/099014439/089725778	**Aeropuerto Río Amazonas** Contactos: 03 2795-095 fax: 03 2795 708

		Email: shell@aereo-regional.com www.aereo-regional.com

OBSERVACIONES: Este lugar ofrece los servicios de alojamiento y alimentación comunitarios.

11. INFRAESTRUCTURA BASICA

11.1 AGUA

POTABLE ENTUBADA TRATADA DE POZO NO EXISTE ESTERO **(X)**

11.2 ENERGÍA ELÉCTRICA

SISTEMA INTERCONECTADO (**X)** GENERADOR NO EXISTE OTROS

11.3 ALCANTARILLADO

RED PUBLICA POZO CIEGO POZO SÉPTICO **(X)** NO EXISTE OTROS

12. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

. Wapuno . Shuar Washets . San Mariano . CEPLOA . Comunidad de Shiwa Kucha

SIGNIFICADO

13. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL (x) PROVINCIAL NACIONAL INTERNACIONAL

12. DESCRIPCIÓN GENERAL*

Río Arajuno

Se ubica al noreste de la provincia de Pastaza; a 58 Km. de la ciudad del Puyo. Tiene una extensión de 9789 Km2 y una altitud de 537 (msnm) apto para la natación y canotaje con seguridades, es un hermoso escenario en la selva.

Fotografía representativa del atractivo Río Arajuno

JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURISTICOS

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS	CALIFICACIÓN
CALIDAD	VALOR INTRÍNSECO	10	8
	VALOR EXTRÍNSECO	15	6
	ENTORNO	10	3

	ESTADO DE CONSERVACIÓN Y/U ORGANIZACIÓN	10	9
		45	**24**
APOYO	ACCESO	10	6
	SERVICIOS	10	4
	ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS	10	3
		30	**14**
SIGNIFICADO	LOCAL	2	2
	PROVINCIAL	5	3
	NACIONAL	8	2
	INTERNACIONAL	10	1
		25	**7**
TOTAL		**100**	**46**
JERARQUIZACIÓN: Este atractivo tiene un puntaje de 46/100, y corresponde a la jerarquía II.			

Fuente: Trabajo de Campo.

Elaborado por: Mariela Mayancela.

Tabla 11: ATRACTIVO No. 3. MIRADOR DE ARAJUNO

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR

FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

1. DATOS GENERALES:			
1.1 ENCUESTADOR: Mariela Mayancela Narváez		**1.2 FICHA No:**	03
1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Mgs. Fernando Ortega		**1.4 FECHA**	
1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Mirador del Arajuno			
1.6 CATEGORÍA: Sitio Natural	**1.7 TIPO:** Mirador	**1.8 SUBTIPO:** Mirador	
2. UBICACIÓN:			
2.1 PROVINCIA PASTAZA	**2.2 CIUDAD Y O CANTÓN** ARAJUNO	**2.3 PARROQUIA**: ARAJUNO	
2.4 CALLE: Vía Arajuno –Shiwa Kucha		**2.5 NUMERO:** 032780102 / 090411301 / 097202079	
2.6. CORREO: wayllasacha_turismo@yahoo.com Wilfrido_d@yahoo.es tankarana@yahoo.com		**2.7. PÁGINA WEB:**	
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:			
3.1 CENTRO URBANO MÁS CERCANO: Arajuno		**DISTANCIA km** 15 km.	

3.2 DISTANCIA A OTROS ATRACTIVOS CERCANOS: 4 km	**DISTANCIA km 4 km**

CALIDAD VALOR INTRÍNSECO

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

4.1 ALTURA (msnm) 409 m.s.n.m	**TEMPERATURA** 28 a 32 °C	**PRECIPITACIÓN** **PLUVIOMÉTRICA** 3.000 a 3.500 mm

COORDENADAS:

Latitud: 205466 E Longitud 9874728N

El mirador del Arajuno es un escenario propicio para la fotografía y el descanso

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

6.1 ALTERADO	**6.2 NO ALTERADO**	**6.3 CONSERVADO (x=**
6.4 DETERIORADO	**6.5 EN PROCESO DE DETERIORO**	

6.5 CAUSAS Debido al mantenimiento permanente.

7. ENTORNO:

7.1 CONSERVADO	**7.2 EN PROCESO DE DETERIORO**

7.3 DETERIORADO (X)B

7.4 CAUSAS Deforestación, colonización, aperturas de vías, actividades humanas extractivas.

8. ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS

El Río Arajuno y los miradores. **Además** las actividades recreativas que se pueden realizar son: natación, pesca deportiva, tubbing

APOYO

9. INFRAESTRUCTURA VIAL O DE ACCESO:

TIPO	**SUB TIPO**	**ESTADO DE VÍAS**			**TRANSPORTE**	**FRECUENCIAS**				**TEMPORALIDAD DE ACCESO**
		BUENO	**REGULAR**	**MALO**		**DIARIA**	**SEMANAL**	**MENSUAL**	**EVENTUAL**	
TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X				**DÍAS AL AÑO** 365 días al año
	LASTRADO		X		AUTOMÓVIL	X				
	EMPEDRADO				4X4	X				
	SENDERO	X			TREN					
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					**DIAL AL MES**
					BOTE					
	FLUVIAL				CANOA					
					OTROS					

AÉREO					AVIÓN					**HORAS DIA**
					AVIONETA					
					HELICÓPTERO					

OBSERVACIONES: Se puede acceder fácilmente con todo tipo de vehículo y se puede visitar los 365 días al año. Tiene la facilidad de contar con distintas cooperativas de transporte que transitan por esta vía como: San Francisco, Centinela del Oriente, pero se recomienda visitar el lugar en un automóvil propio ya que el atractivo se encuentra a hora y media de Puyo.

APOYO

10. FACILIDADES TURÍSTICAS

SERVICIOS	CATEGORÍAS										
	LUJO		**PRIMERA**		**SEGUNDA**		**TERCERA**		**CUARTA**		
	No ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS	No ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS	No ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS	No ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS	No ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS	OTROS
ALOJAMIENTO			0	0	0	0	2	2	20	00	00
ALIMENTACIÓN			0	0	0	0	3	2	20	0	0
ESPARCIMIENTO			0	0	0	0	-	-	-	-	

Artesanías Casa de La balsa

Contactos: 03 2792186/099014439/089725778

Aeropuerto Río Amazonas
Contactos: 03 2795-095

fax: 03 2795 708
Email: shell@aereo-regional.com
www.aereo-regional.com

OBSERVACIONES: Este lugar ofrece los servicios de alojamiento y alimentación comunitarios

11. INFRAESTRUCTURA BASICA

11.1 AGUA

POTABLE ENTUBADA TRATADA DE POZO NO EXISTE ESTERO **(X)**

11.2 ENERGÍA ELÉCTRICA

SISTEMA INTERCONECTADO (**X)** GENERADOR NO EXISTE OTROS

11.3 ALCANTARILLADO

RED PUBLICA POZO CIEGO POZO SÉPTICO **(X)** NO EXISTE OTROS

12. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

. Wapuno . Shuar Washets . San Mariano . CEPLOA . Comunidad de Shiwa Kucha

SIGNIFICADO				
13. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO				
LOCAL (x)	**PROVINCIAL**	**NACIONAL**	**INTERNACIONAL**	

12. DESCRIPCIÓN GENERAL*
Mirador del Arajuno
El mirador ofrece una vista panorámica con un hermoso paisaje del bosque húmedo y especies amazónicas.
Fotografía representativa del atractivo Mirador del Arajuno

JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURISTICOS

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS	CALIFICACIÓN
CALIDAD	VALOR INTRÍNSECO	10	8
	VALOR EXTRÍNSECO	15	5
	ENTORNO	10	3
	ESTADO DE CONSERVACIÓN Y/U ORGANIZACIÓN	10	9
		45	**24**
APOYO	ACCESO	10	6
	SERVICIOS	10	4
	ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS	10	3
		30	**14**
SIGNIFICADO	LOCAL	2	2
	PROVINCIAL	5	3
	NACIONAL	8	2
	INTERNACIONAL	10	1
		25	**7**
TOTAL		**100**	**46**

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR

FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Tabla 12: ATRACTIVO No. 4 GASTRONOMÍA

1. DATOS GENERALES:			
1.1 ENCUESTADOR: Mariela Mayancela Narváez		**1.2 FICHA No:**	04
1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Mgs. Fernando Ortega		**1.4 FECHA**	
1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Gastronomía Caldo de Carachama			
1.6 CATEGORÍA: Manifestación Cultural	**1.7 TIPO:** Gastronomia	**1.8 SUBTIPO:** Gastronomía	
2. UBICACIÓN:			
2.1 PROVINCIA PASTAZA	**2.2 CIUDAD Y O CANTÓN** ARAJUNO	**2.3 PARROQUIA**: ARAJUNO	
2.4 CALLE: Vía Arajuno –Shiwa Kucha		**2.5 NUMERO:** 032780102 / 090411301 / 097202079	
2.6. CORREO: wayllasacha_turismo@yahoo.com Wilfrido_d@yahoo.es tankarana@yahoo.com		**2.7. PÁGINA WEB:** @dxescobarec	
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:			
3.1 CENTRO URBANO MÁS CERCANO: Arajuno		**DISTANCIA km** 15 km.	
3.2 DISTANCIA A OTROS ATRACTIVOS CERCANOS: 4 km		**DISTANCIA km 4 km**	
CALIDAD VALOR INTRÍNSECO			
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO			
4.1 ALTURA (msnm) 409 m.s.n.m	**TEMPERATURA** 28 a 32 °C	**PRECIPITACIÓN** **PLUVIOMÉTRICA** 3.000 a 3.500 mm	
COORDENADAS: Latitud: 205466 E Longitud 9874728N			
La gastronomía es tradicional y se caracteriza por la chicha de yuca y el caldo de carachama que se pesca en el Río Arajuno			
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:			
6.1 ALTERADO	**6.2 NO ALTERADO**	**6.3 CONSERVADO (x=**	
6.4 DETERIORADO	**6.5 EN PROCESO DE DETERIORO**		
6.5 CAUSAS Debido al mantenimiento permanente.			
7. ENTORNO:			
7.1 CONSERVADO	**7.2 EN PROCESO DE DETERIORO (x)**		
7.3 DETERIORADO			
7.4 CAUSAS Deforestación, colonización, aperturas de vías, actividades humanas extractivas.			
8. ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS			
Para complementar la visita a la comunidad se puede degustar el delicioso caldo de carachama acompañado con yuca , plátano y la deliciosa chicha de yuca.			
APOYO			
9. INFRAESTRUCTURA VIAL O DE ACCESO:			

TIPO	**SUB TIPO**	**ESTADO DE VÍAS**			**TRANSPORTE**	**FRECUENCIAS**				**TEMPORALIDAD DE**
		BUENO	**REGULAR**	**MALO**		**DIARIA**	**SEMANAL**	**MENSUAL**	**EVENTUAL**	

										ACCESO
TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X				**DÍAS AL AÑO** 365 días al año
	LASTRADO		X		AUTOMÓVIL	X				
	EMPEDRADO				4X4	X				
	SENDERO	X			TREN					
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					**DIAL AL MES**
					BOTE					
	FLUVIAL				CANOA					
					OTROS					
AÉREO					AVIÓN					**HORAS DIA**
					AVIONETA					
					HELICÓPTERO					

OBSERVACIONES: Se puede acceder fácilmente con todo tipo de vehículo y se puede visitar los 365 días al año. Tiene la facilidad de contar con distintas cooperativas de transporte que transitan por esta vía como: San Francisco, Centinela del Oriente, pero se recomienda visitar el lugar en un automóvil propio ya que el atractivo se encuentra a hora y media de Puyo.

APOYO

10. FACILIDADES TURÍSTICAS

	CATEGORÍAS										
	LUJO		**PRIMERA**		**SEGUNDA**		**TERCERA**		**CUARTA**		
SERVICIOS	No ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS	No ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS	No ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS	No ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS	No ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS	OTROS
ALOJAMIENTO			0	0	0	0	2	2	20	00	00
ALIMENTACIÓN			0	0	0	0	3	2	20	0	0
ESPARCIMIENTO			0	0	0	0	-	-	-	-	

	Artesanías Casa de La balsa Contactos: 03 2792186/099014439/089725778	**Aeropuerto Río Amazonas** Contactos: 03 2795-095 fax: 03 2795 708 Email: shell@aereo-regional.com www.aereo-regional.com

OBSERVACIONES: Este lugar ofrece los servicios de alojamiento y alimentación comunitarios.

11. INFRAESTRUCTURA BASICA
11.1 AGUA POTABLE ENTUBADA TRATADA DE POZO NO EXISTE ESTERO **(X)**
11.2 ENERGÍA ELÉCTRICA SISTEMA INTERCONECTADO (**X)** GENERADOR NO EXISTE OTROS
11.3 ALCANTARILLADO RED PUBLICA POZO CIEGO POZO SÉPTICO **(X)** NO EXISTE OTROS
12. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS **. Wapuno . Shuar Washets . San Mariano . CEPLOA . Comunidad de Shiwa Kucha**
SIGNIFICADO **13. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO** **LOCAL (x) PROVINCIAL NACIONAL INTERNACIONAL**

12. DESCRIPCIÓN GENERAL*
La carachama es un pez regional pequeño y puede ser reemplazado por cualquier otro. Se hace hervir el pescado con sachaculantro, culantro, ajos y aceite. Una vez hervido se le añade un huevo batido.
Fotografía representativa del atractivo Gastronomía Caldo de Carachama

JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURISTICOS

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS	CALIFICACIÓN
CALIDAD	VALOR INTRÍNSECO	10	8
	VALOR EXTRÍNSECO	15	7
	ENTORNO	10	2
	ESTADO DE CONSERVACIÓN Y/U ORGANIZACIÓN	10	8
		45	**25**
APOYO	ACCESO	10	5
	SERVICIOS	10	4
	ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS	10	3

		30	**12**
SIGNIFICADO	LOCAL	2	2
	PROVINCIAL	5	3
	NACIONAL	8	2
	INTERNACIONAL	10	1
		25	**8**
TOTAL		**100**	**45**
JERARQUIZACIÓN: Este atractivo tiene un puntaje de 50/100, y corresponde a la jerarquía II.			

Fuente: Trabajo de Campo.

Elaborado por: Mariela Mayancela.

Tabla 13: ATRACTIVO No. 5 SALADERO DE VENADO

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR

FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

1. DATOS GENERALES:		
1.1 ENCUESTADOR: Mariela Mayancela Narváez	**1.2 FICHA No:**	04
1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Mgs. Fernando Ortega	**1.4 FECHA**	
1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Saladeros		
1.6 CATEGORÍA: Sitio Natural / **1.7 TIPO:** Saladeros	**1.8 SUBTIPO:** Saladero natural	
2. UBICACIÓN:		
2.1 PROVINCIA PASTAZA / **2.2 CIUDAD Y O CANTÓN** ARAJUNO	**2.3 PARROQUIA**: ARAJUNO	
2.4 CALLE: Shiwa Kucha	**2.5 NUMERO:** 032780102 / 090411301 / 097202079	
2.6. CORREO: wayllasacha_turismo@yahoo.com Wilfrido_d@yahoo.es tankarana@yahoo.com	**2.7. PÁGINA WEB:**	
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:		
3.1 CENTRO URBANO MÁS CERCANO: Arajuno	**DISTANCIA km** 15 km.	
3.2 DISTANCIA A OTROS ATRACTIVOS CERCANOS: 4 km	**DISTANCIA km 4 km**	
CALIDAD VALOR INTRÍNSECO		
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO		
4.1 ALTURA (msnm) 409 m.s.n.m	**TEMPERATURA** 28 a 32 °C	**PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA** 3.000 a 3.500 mm

COORDENADAS:

Latitud: 205466 E Longitud 9874728N

Los saladeros son sitios muy respetados y resguardados, pues es el escenario en donde los mamíferos y aves se alimentan, es un lugar para observar la fauna y captar las mejores fotos

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

6.1 ALTERADO	**6.2 NO ALTERADO**	**6.3 CONSERVADO (x)**
6.4 DETERIORADO	**6.5 EN PROCESO DE DETERIORO**	

6.5 CAUSAS Rodeado de bosque primario y por ser un área de protección comunitaria.

7. ENTORNO:

7.1 CONSERVADO	**7.2 EN PROCESO DE DETERIORO (x)**
7.3 DETERIORADO	

7.4 CAUSAS Deforestación, colonización, aperturas de vías, actividades humanas extractivas.

8. ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS

Para complementar la visita a la comunidad es un hito dentro de la caminata en selva y punto ceremonial de conservación.

APOYO

9. INFRAESTRUCTURA VIAL O DE ACCESO:

TIPO	**SUB TIPO**	**ESTADO DE VÍAS**			**TRANSPORTE**	**FRECUENCIAS**				**TEMPORALIDAD DE ACCESO**
		BUENO	**REGULAR**	**MALO**		**DIARIA**	**SEMANAL**	**MENSUAL**	**EVENTUAL**	
TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X				**DÍAS AL AÑO** 365 días al año
	LASTRADO		X		AUTOMÓVIL	X				
	EMPEDRADO				4X4	X				
	SENDERO	X			TREN					
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					**DIAL AL MES**
					BOTE					
	FLUVIAL				CANOA					
					OTROS					
AÉREO					AVIÓN					**HORAS DIA**
					AVIONETA					
					HELICÓPTERO					

OBSERVACIONES: Se puede acceder fácilmente con todo tipo de vehículo y se puede visitar los 365 días al año. Tiene la facilidad de contar con distintas cooperativas de transporte que transitan por esta vía como: San Francisco, Centinela del Oriente, pero se recomienda visitar el lugar en un automóvil propio ya que el atractivo

se encuentra a hora y media de Puyo.

APOYO

10. FACILIDADES TURÍSTICAS

SERVICIOS	CATEGORÍAS										
	LUJO		**PRIMERA**		**SEGUNDA**		**TERCERA**		**CUARTA**		
	No ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS	No ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS	No ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS	No ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS	No ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS	OTROS
ALOJAMIENTO			0	0	0	0	2	2	20	00	00
ALIMENTACIÓN			0	0	0	0	3	2	20	0	0
ESPARCIMIENTO			0	0	0	0	-	-	-	-	

	Artesanías Casa de La balsa Contactos: 03 2792186/099014439/089725778	**Aeropuerto Río Amazonas** Contactos: 03 2795-095 fax: 03 2795 708 Email: shell@aereo-regional.com www.aereo-regional.com

OBSERVACIONES: Este lugar ofrece los servicios de alojamiento y alimentación comunitarios

11. INFRAESTRUCTURA BASICA

11.1 AGUA

POTABLE ENTUBADA TRATADA DE POZO NO EXISTE ESTERO **(X)**

11.2 ENERGÍA ELÉCTRICA

SISTEMA INTERCONECTADO (**X)** GENERADOR NO EXISTE OTROS

11.3 ALCANTARILLADO

RED PUBLICA POZO CIEGO POZO SÉPTICO **(X)** NO EXISTE OTROS

12. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

. Wapuno . Shuar Washets . San Mariano . CEPLOA . Comunidad de Shiwa Kucha

SIGNIFICADO

13. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL (x) PROVINCIAL NACIONAL INTERNACIONAL

12. DESCRIPCIÓN GENERAL*
LOS Tapires son tolerantes a la degracion del hábitat varia regionalmente, pero generalmente están asociados a bosques en buen estado de conservación.
Fotografía representativa del saladero

JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURISTICOS

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS	CALIFICACIÓN
CALIDAD	VALOR INTRÍNSECO	10	7
	VALOR EXTRÍNSECO	15	8
	ENTORNO	10	5
	ESTADO DE CONSERVACIÓN Y/U ORGANIZACIÓN	10	7
		45	**27**
APOYO	ACCESO	10	5
	SERVICIOS	10	4
	ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS	10	3
		30	**12**
SIGNIFICADO	LOCAL	2	2
	PROVINCIAL	5	3
	NACIONAL	8	2
	INTERNACIONAL	10	1
		25	**8**
TOTAL		**100**	**47**
JERARQUIZACIÓN: Este atractivo tiene un puntaje de 50/100, y corresponde a la jerarquía II.			

Fuente: Trabajo de Campo.

Elaborado por: Mariela Mayancela

Tabla 14: ATRACTIVO No. 6 SHAMAN

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR

FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

1. DATOS GENERALES:		
1.1 ENCUESTADOR: Mariela Mayancela Narváez	**1.2 FICHA No:**	04
1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Mgs. Fernando Ortega	**1.4 FECHA**	
1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Shaman		
1.6 CATEGORÍA: Manifestación Cultural	**1.7 TIPO:** Shamanismo	**1.8 SUBTIPO:** Shaman
2. UBICACIÓN:		
2.1 PROVINCIA PASTAZA	**2.2 CIUDAD Y O CANTÓN** ARAJUNO	**2.3 PARROQUIA**: ARAJUNO
2.4 CALLE: Shiwa Kucha	**2.5 NUMERO:** 032780102 / 090411301 / 097202079	
2.6. CORREO: 2.6. CORREO: wayllasacha_turismo@yahoo.com Wilfrido_d@yahoo.es tankarana@yahoo.com	**2.7. PÁGINA WEB:**	
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO:		
3.1 CENTRO URBANO MÁS CERCANO: Arajuno	**DISTANCIA km** 15 km.	
3.2 DISTANCIA A OTROS ATRACTIVOS CERCANOS: 4 km	**DISTANCIA km 4 km**	
CALIDAD VALOR INTRÍNSECO		
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO		
4.1 ALTURA (msnm) 409 m.s.n.m	**TEMPERATURA** 28 a 32 °C	**PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA** 3.000 a 3.500 mm
COORDENADAS: Latitud: 205466 E Longitud 9874728N		
Uno de los actos más respetados y culturalmente valorizados es el shamanismo, ya que se practica para varias ocasiones como la salud, ceremonias y por celebraciones culturales, tiene su propia presentación y se practica exclusivamente por los hombres		
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:		
6.1 ALTERADO	**6.2 NO ALTERADO**	**6.3 CONSERVADO (x=**
6.4 DETERIORADO	**6.5 EN PROCESO DE DETERIORO**	
6.5 CAUSAS Debido al mantenimiento permanente.		
7. ENTORNO:		
7.1 CONSERVADO	**7.2 EN PROCESO DE DETERIORO (x)**	
7.3 DETERIORADO		
7.4 CAUSAS Deforestación, colonización, aperturas de vías, actividades humanas extractivas.		

8. ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS

La gran parte de visitantes nacionales y extranjeros gustan de esta representación pues el misticismo prima, el tener una limpia de un shaman como es conocido por los ecuatorianos y como un rito por los extranjeros es un motivante de la convivencia cultural.

APOYO

9. INFRAESTRUCTURA VIAL O DE ACCESO:

TIPO	**SUB TIPO**	**ESTADO DE VÍAS**			**TRANSPORTE**	**FRECUENCIAS**				**TEMPORALIDAD DE ACCESO**
		BUENO	**REGULAR**	**MALO**		**DIARIA**	**SEMANAL**	**MENSUAL**	**EVENTUAL**	
TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X				**DÍAS AL AÑO** 365 días al año
	LASTRADO		X		AUTOMÓVIL	X				
	EMPEDRADO				4X4	X				
	SENDERO	X			TREN					
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					**DIAL AL MES**
					BOTE					
	FLUVIAL				CANOA					
					OTROS					
AÉREO					AVIÓN					**HORAS DIA**
					AVIONETA					
					HELICÓPTERO					

OBSERVACIONES: Se puede acceder fácilmente con todo tipo de vehículo y se puede visitar los 365 días al año. Tiene la facilidad de contar con distintas cooperativas de transporte que transitan por esta vía como: San Francisco, Centinela del Oriente, pero se recomienda visitar el lugar en un automóvil propio ya que el atractivo se encuentra a hora y media de Puyo.

APOYO

10. FACILIDADES TURÍSTICAS

SERVICIOS	CATEGORÍAS										
	LUJO		**PRIMERA**		**SEGUNDA**		**TERCERA**		**CUARTA**		
	No ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS	No ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS	No ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS	No ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS	No ESTABLECIMIENTOS	PLAZAS	OTROS
ALOJA			0	0	0	0	2	2	20	00	00

MIENTO											
ALIMENTACIÓN			0	0	0	0	3	2	20	0	0
ESPARCIMIENTO			0	0	0	0	-	-	-	-	
			Artesanías Casa de La balsa Contactos: 03 2792186/099014439/089725778					**Aeropuerto Río Amazonas** Contactos: 03 2795-095 fax: 03 2795 708 Email: shell@aereo-regional.com www.aereo-regional.com			

OBSERVACIONES: Este lugar ofrece los servicios de alojamiento y alimentación comunitarios

11. INFRAESTRUCTURA BASICA

11.1 AGUA

POTABLE ENTUBADA TRATADA DE POZO NO EXISTE ESTERO **(X)**

11.2 ENERGÍA ELÉCTRICA

SISTEMA INTERCONECTADO (**X)** GENERADOR NO EXISTE OTROS

11.3 ALCANTARILLADO

RED PUBLICA POZO CIEGO POZO SÉPTICO **(X)** NO EXISTE OTROS

12. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

. Wapuno . Shuar Washets . San Mariano . CEPLOA . Comunidad de Shiwa Kucha

SIGNIFICADO

13. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL (x) PROVINCIAL NACIONAL INTERNACIONAL

12. DESCRIPCIÓN GENERAL*

Cumplen un papel central en las comunidades cazadoras y recolectoras, como depositarios de sabiduría, su don es recibido por herencia, ocasionalmente por vocación, pero suele exigir siempre pasajes de iniciación, consistentes en largos ayunos, retiros y, en ciertos casos, ingestión de alucinógenos. Suelen ser elegidos por familias y anteriormente por los espíritus (elección divina), y deben someterse a un riguroso entrenamiento.

Fotografía Sshaman

JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURISTICOS

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS	CALIFICACIÓN
CALIDAD	VALOR INTRÍNSECO	10	7
	VALOR EXTRÍNSECO	15	8
	ENTORNO	10	2
	ESTADO DE CONSERVACIÓN Y/U ORGANIZACIÓN	10	9
		45	**26**
APOYO	ACCESO	10	5
	SERVICIOS	10	4
	ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS	10	3
		30	**12**
SIGNIFICADO	LOCAL	2	2
	PROVINCIAL	5	3
	NACIONAL	8	2
	INTERNACIONAL	10	1
		25	**8**
TOTAL		**100**	**46**
JERARQUIZACIÓN: Este atractivo tiene un puntaje de 50/100, y corresponde a la jerarquía II.			

Fuente: Trabajo de Campo.

Elaborado por: Mariela Mayancela.

Tabla 5: Valoración de Sitios Naturales y Culturales

N°	NOMBRE DEL ATRACTIVO	CALIDAD		APOYO					SIGNIFICADO				SUMA	JERARQUIA I, II, III y IV
		VALOR INTRINSECO MAX.15	VALOR EXTRINSICO MAX.15	ENTORNO MAX.10	ESTADO DE CONSERVACION	ACCESO	SERVICIOS	ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS	LOCAL	REGIONAL	NACIONAL			
	SITIOS NATURALES													
1	Comunidad Shiwa Kucha	8	6	3	9	4	6	3	2	3	1	1	45	II
2	Río Arajuno	8	6	3	9	4	6	3	2	3	1	1	46	II
3	Mirador de Arajuno	8	5	3	9	4	6	3	2	3	2	1	45	II
4	Saladeros	7	8	5	7	4	5	3	2	3	2	1	47	II
	MANIFESTACIONES CULTURALES													
5	Shaman	7	8	2	9	4	5	3	2	3	2	1	46	II
6	Gastronomía	8	7	2	8	4	5	3	2	3	2	1	45	II

Fuente: Trabajo de Campo.
Elaborado por: Mariela Mayancela.

4.2.2. Matriz FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
FACTORES INTERNOS	
1. Diversidad de recursos turísticos naturales. 2. Poseen riqueza cultural. 3. Amabilidad de la gente. 4. Buenas vías de acceso. 5. Conservación de técnicas gastronómicas ancestrales. 6. Variedad de servicios (recreacionales, alojamiento, gastronómicos, etc. 7. Elaboración de artesanías con materiales de la zona. 8. Variedad de fauna y flora. 9. La comunidad conserva un ambiente tranquilo y seguro para los habitantes del sector como para los turistas. 10. La población tiene buena apertura para que desarrolle la actividad turística. 11. Su tradición oral aún se transmite de los adultos a los niños de la comunidad. 12. Su sistema de salud es en gran parte tradicional a base de plantas y conocimientos que se han mantenido vivos al transmitirse de una generación a otra. 13. Gran parte de los terrenos situados en el camino a los atractivos turísticos pertenecen a la misma gente y familiares de la comunidad. 14. La base de su alimentación es la yuca, verde y la cacería, manteniendo los hábitos alimenticios tradicionales. 15. Conocimiento en agricultura. 16. Poseen energía eléctrica. 17. Existe producción de ciclo corto: yuca y plátano, que es vendido a los visitantes y utilizado para su consumo. 18. Existencia de diversas alternativas para fomentar el turismo en la comunidad. 19. Pleno conocimiento de la utilización de las plantas medicinales.	1. Servicios básicos insuficientes. 2. Insuficiente promoción turística. 3. Falta de organización y planificación. 4. Poca visión empresarial. 5. Falta de capacitación para el desarrollo turístico en el lugar. 6. Deficiente inversión turística. 7. La mayoría del personal posee educación general básica y pocos bachilleratos. 8. Falta de información y señalética para que el turista pueda llegar al atractivo turístico. 9. Capacitación insuficiente del total de la comunidad para atención a los turistas. 10. Escaso deseo de superación. 11. Carencia de organización y liderazgo. 12. Falta de apoyo de entidades Públicas y privadas 13. El servicio de agua proviene de una vertiente de rio sin tratamiento. 14. El agua para consumo humano no recibe tratamiento. 15. No cuenta con señal de radio, y telefonía celular. 16. Poca frecuencia de turnos en el transporte público. 17. No se ha realizado estudios de flora y fauna en la zona. 18. Los senderos se encuentran en mal estado, para acceder a los atractivos. 19. Todos los atractivos turísticos sean conocidos por los turistas.
OPORTUNIDADES	**AMENAZAS**
FACTORES EXTERNOS	
1. Mejorar la calidad de vida. 2. Ampliación de carretera y vías de primer orden. 3. La ubicación en una zona fuera de ruido y congestión. 4. Interés de turistas extranjeros por visitar áreas naturales y comunidades indígenas. 5. Alternativa de desarrollo para las comunidades. 6. Comunidades indígenas de los sectores apoyan al turismo comunitario. 7. Posición geográfica estratégica en la comunidad. 8. Existencia de campañas y brigadas de salud. 9. Existencia de organizaciones para el desarrollo del turismo comunitario en Ecuador. 10. Desarrollar nuevas actividades turísticas en lugares cercanos. 11. Los terrenos de la comunidad son fértiles, propicios para producir una gran variedad de productos agrícolas y de esa manera poder mostrar más al turista.	1. Falta de apoyo y orientación en difusión por parte de las entidades gubernamentales. 2. Falta de atención por parte de entidades gubernamentales. 3. Autogestión deficiente. 4. Cambios climáticos drásticos que afectan a la economía productiva de la comunidad y pérdida de fauna y flora. 5. Cambios culturales, especialmente en los jóvenes a causa la migración. 6. Soporte técnico, capacitación y promoción estatal es esporádica. 7. Gobiernos autónomos direccionan el apoyo a otros

12. Existen programas del gobierno que impulsan la creación de pequeños proyectos, abriendo la posibilidad de mejorar el desarrollo de la actividad turística en la comunidad.	componentes prioritarios. 8. Quema de chacras y residuos. 9. Presión creciente sobre los recursos naturales y degradación del hábitat natural. 10. Cambio en la preferencia por parte de los turistas. 11. Ausencia de operadoras turísticas que promocionen lugares y otras actividades turísticas. 12. Poco interés en los jóvenes en mantener viva la cultura local.

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela

Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI)

Tabla 17: MATRIZ MEFI

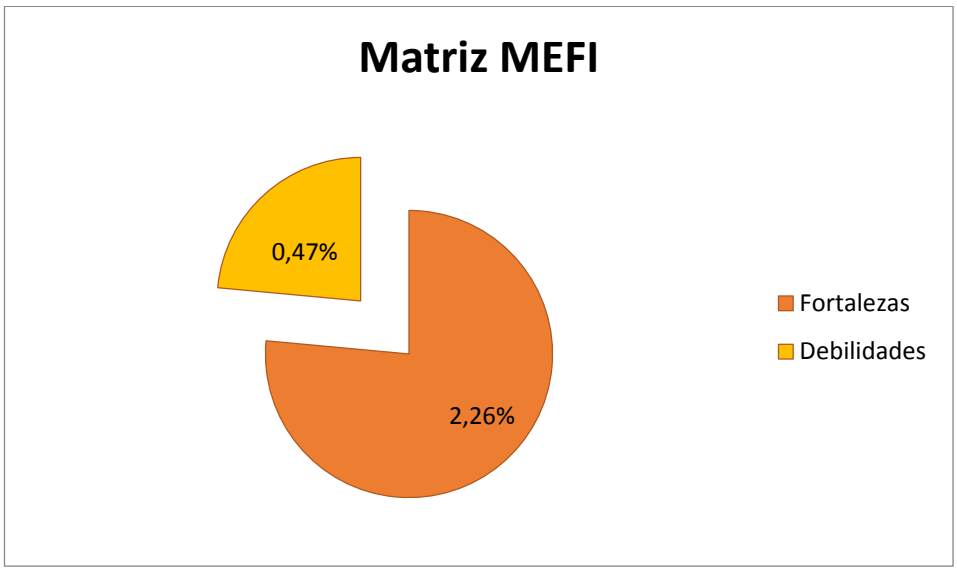
MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS (MEFI)				
Nº	FACTOR INTERNO CLAVE	PONDERACIONES	CALIFICACIÓN	RESULTADO PONDERADO
	FORTALEZA			
1	Diversidad de recursos turísticos naturales.	0,04	4	0,16
2	Poseen riqueza cultural.	0,04	4	0,16
3	Amabilidad de la gente.	0,04	3	0,12
4	Buenas vías de acceso.	0,02	4	0,08
5	Conservación de técnicas gastronómicas ancestrales.	0,03	4	0,12
6	Variedad de servicios (recreacionales, alojamiento, gastronómicos.	0,03	4	0,12
7	Elaboración de artesanías con materiales de la zona.	0,04	3	0,12
8	Variedad de fauna y flora.	0,04	4	0,16
9	La comunidad conserva un ambiente tranquilo y seguro para los habitantes del sector como para los turistas.	0,04	3	0,12
10	La población tiene buena apertura para que desarrolle la actividad turística.	0,04	3	0,12
11	Su tradición oral aún se transmite de los adultos a los niños de la comunidad.	0,03	4	0,12
12	Su sistema de salud es en gran parte tradicional a base de plantas y conocimientos que se han mantenido vivos al transmitirse de una generación a otra.	0,04	3	0,12
13	Gran parte de los terrenos situados en el camino a los atractivos turísticos pertenecen a la misma gente y familiares de la comunidad.	0,02	3	0,06
14	La base de su alimentación es la yuca, verde y la cacería, manteniendo los hábitos alimenticios tradicionales.	0,04	4	0,16
15	Conocimiento en agricultura.	0,03	3	0,09

16	Poseen energía eléctrica.	0,01	3	0,03
17	Existe producción de ciclo corto: yuca y plátano, que es vendido a los visitantes y utilizado para su consumo.	0,03	4	0,12
18	Existencia de diversas alternativas para fomentar el turismo en la comunidad.	0,04	4	0,16
19	Pleno conocimiento de la utilización de las plantas medicinales.	0,03	4	0,12
	DEBILIDADES			
1	Servicios básicos insuficientes.	0,02	1	0,02
2	Insuficiente promoción turística.	0,02	1	0,02
3	Falta de organización y planificación.	0,01	2	0,02
4	Poca visión empresarial.	0,02	1	0,02
5	Falta de capacitación para el desarrollo turístico en el lugar.	0,03	1	0,03
6	Deficiente inversión turística..	0,02	1	0,01
7	La mayoría del personal posee educación general básica y pocos bachilleratos.	0,02	2	0,04
8	Falta de información y señalética para que el turista pueda llegar al atractivo turístico.	0,02	1	0,02
9	Capacitación insuficiente del total de la comunidad para atención a los turistas.	0,03	1	0,03
10	Escaso deseo de superación.	0,02	2	0,04
11	Carencia de organización y liderazgo.	0,02	1	0,02
12	Falta de apoyo de entidades Públicas y privadas	0,02	1	0,02
13	El servicio de agua proviene de una vertiente de rio sin tratamiento.	0,01	2	0,02
14	El agua para consumo humano no recibe tratamiento.	0,02	1	0,02
15	No cuenta con señal de radio, y telefonía celular.	0,02	2	0,04
16	Poca frecuencia de turnos en el transporte público.	0,01	2	0,02
17	No se ha realizado estudios de flora y fauna en la zona.	0,02	1	0,02
18	Los senderos se encuentran en mal estado, para acceder a los atractivos.	0,02	2	0,04
19	Todos los atractivos turísticos sean conocidos por los turistas.	0,02	1	0,02
	TOTAL	1,00		2,73
PARÁMETROS DE CALIFICACIÓN				
PONDERACIÓN: 0.0 sin importancia hasta 1.0 de gran importancia **CALIFICACIÓN: : Debilidad Mayor (1) Debilidad menor (2) Fortaleza menor (3) Fortaleza Mayor (4)**				

Fuente: Trabajo de Campo.
Elaborado por: Mariela Mayancela.

Análisis

GRÁFICO N° 1 MATRIZ MEFI



Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Mariela Mayancela

El resultado de esta matriz la cual tiene un resultado de 2,73 quiere decir que las fortalezas se ubican en primera posición respecto a las debilidades. Pues se demuestra según la Matriz que en la Comunidad Shiwa Kucha prevalecen las fortalezas, mismas que utilizadas hasta el momento han sido adecuadas y han tenido un buen desempeño en el desarrollo, pero aún debe haber algunas mejorías para reducir las debilidades tener un mejor aprovechamiento de las fortalezas y de los recursos para tener un mejor resultado.

Se puede observar en el grafico estadístico la sumatoria de las Fortalezas que da como resultado el 2,26, mientras que las debilidades tienen 0,47. Este resultado demuestra que las fortalezas se destacan en áreas como la diversidad natural y cultural, organización participativa de las comunidades, alianzas estratégicas, sin embargo se deben trabajar en la superación de algunas debilidades como la gestión y planificación de proyectos o la falta de capacitación turística a los prestadores de servicios.

Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)

TABLA N° 18 MATRIZ MEFE

Nº	FACTOR EXTERNO CLAVE	PONDERACIONES	CALIFICACIÓN	RESULTADO PONDERADO
	OPORTUNIDADES			
1	Mejorar la calidad de vida.	0,04	4	0,16
2	Ampliación de carretera y vías de primer orden.	0,04	3	0,12
3	La ubicación en una zona fuera de ruido y congestión.	0,08	4	0,32
4	Interés de turistas extranjeros por visitar áreas naturales y comunidades indígenas.	0,03	4	0,12
5	Alternativa de desarrollo para las comunidades.	0,03	4	0,12
6	Comunidades indígenas de los sectores apoyan al turismo comunitario.	0,04	4	0,16
7	Posición geográfica estratégica en la comunidad.	0,06	4	0,24
8	Existencia de campañas y brigadas de salud.	0,04	3	0,12
9	Existencia de organizaciones para el desarrollo del turismo comunitario en Ecuador.	0,06	3	0,18
10	Desarrollar nuevas actividades turísticas en lugares cercanos.	0,04	4	0,16
11	Los terrenos de la comunidad son fértiles, propicios para producir una gran variedad de productos agrícolas y de esa manera poder mostrar más al turista.	0,04	3	0,012
12	Existen programas del gobierno que impulsan la creación de pequeños proyectos, abriendo la posibilidad de mejorar el desarrollo de la actividad turística en la comunidad.	0,08	4	0,32
	AMENAZAS			
1	Falta de apoyo y orientación en difusión por parte de las entidades gubernamentales.	0,03	1	0,03
2	Falta de atención por parte de entidades gubernamentales.	0,04	1	0,04

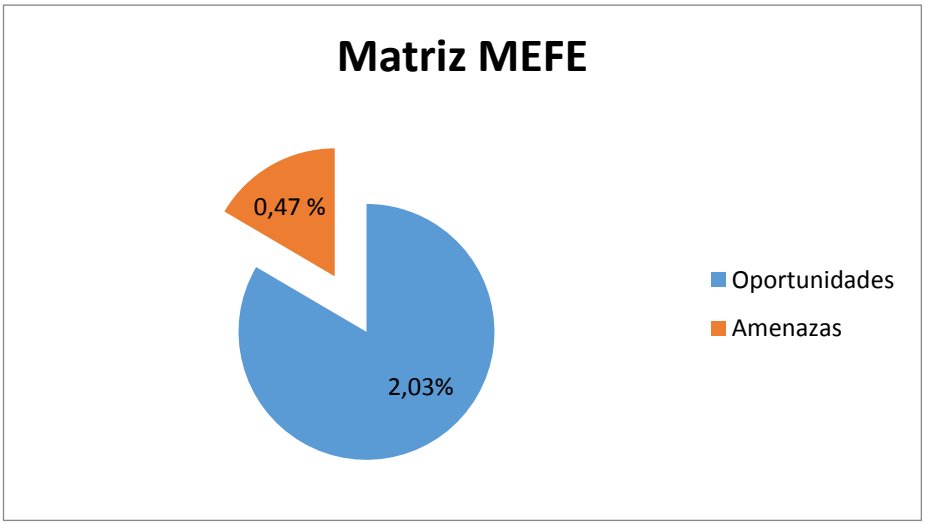
3	Autogestión deficiente.	0,04	1	0,04
4	Cambios climáticos drásticos que afectan a la economía productiva de la comunidad y pérdida de fauna y flora.	0,03	1	0,03
5	Cambios culturales, especialmente en los jóvenes a causa la migración.	0,04	1	0,04
6	Soporte técnico, capacitación y promoción estatal es esporádica.	0,04	2	0,08
7	Gobiernos autónomos direccionan el apoyo a otros componentes prioritarios.	0,05	1	0,05
8	Quema de chacras y residuos.	0,03	1	0,03
9	Presión creciente sobre los recursos naturales y degradación del hábitat natural.	0.05	1	0,05
10	Cambio en la preferencia por parte de los turistas.	0,04	1	0.04
11	Ausencia de operadoras turísticas que promocionen lugares y otras actividades turísticas.	0,04	1	0,04
12	Poco interés en los jóvenes en mantener viva la cultura local.	0,04	1	0,04
	TOTAL	1,00		2,47
	PARÁMETROS DE CALIFICACIÓN PONDERACIÓN: 0.0 sin importancia hasta 1.0 de gran importancia.			
CALIFICACIÓN: Amenaza mayor (1) Una amenaza menor (2) Oportunidad menor (3) Oportunidad mayor (4)				

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Mariela Mayancela

Análisis

GRÁFICO N° 2 MATRIZ MEFE



Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Mariela Mayancela.

La ponderación del resultado da un total de 2.50 lo cual quiere decir que existen oportunidades fuertes en la comunidad Shiwa Kucha con relación a las amenazas. Este resultado demuestra que el ambiente externo de la comunidad esta apropiado para realizar propuestas o proyectos con la finalidad de impulsar el Sector Turístico.

En la sumatoria realizada al total de oportunidades, muestra un resultado de 2,03 a diferencia de las amenazas con un 0,47. Se observa en el grafico estadístico que las amenazas se están haciendo a un lado para concentrarse claramente en las oportunidades que se debe enfocar y explotarlas para el desarrollo turístico de la Comunidad Shiwa Kucha.

Bajo la matriz identificada se proponen las siguientes estrategias que permitiran mejorar las condiciones de servicio desde un punto de vista holística.

Tabla 19: Estrategias

FO	DO
Implantar un programa de desarrollo comunitario que diversifique la recreacion turistica de la comunidad.	Fomentar estrategias para demostrar trabajo en equipo en el servicio a los clientes y armonizar el ambiente. Capacitacion a la poblacion en temas de turismo, medio ambiente, agrícolas y de salud.
Motivar a la directiva para la autogestión a nivel gubernamental y con ONG .	Incentivar al grupo y la comunidad para brindar mejor servicio y ampliar la cobertura de turistas.
FA	**DA**
Promover el trabajo asociativo, con liderazgo respetando la identidad cultural.	Desarrollar el programa de capacitación comunitaria, optimizando las habilidades de los socios con la colaboración de especialistas.
Mantener y demostrar las costumbres culturales para promocionar la naturalidad a los turistas.	Concienciar a la comunidad en el sentido de pertenencia de sus raíces culturales para que sean aprovechados con fines turisticos.

Elaborado por: Mariela Mayancela.

.

4.3 Aplicación de encuestas para determinar el interés de conocer un nuevo producto turístico comunitario.

Se aplicó una encuesta a los visitantes que llegan a los sitios turísticos de la ciudad de Pastaza, los resultados se muestran a continuación.

Número de Encuesta: 246 encuestas.

DATOS GENERALES

Se detallan los fines de semana en que se aplicaron las encuestas en los meses de agosto y septiembre del 2015, a turistas nacionales y extranjeros que realizaron sus visitas a esta zona.

Tabla 6: Cronograma de aplicación de encuestas

FINES DE SEMANA				
N°	**Encuestas**	**Día**	**Mes**	**Año**
1	001-020	Sábado 12	agosto	2015
2	021-042	Domingo 13	agosto	2015
3	043-063	Sábado 19	agosto	2015
4	064-084	Domingo 20	agosto	2015
5	085-105	Sábado 26	agosto	2015
6	106-126	Domingo 27	agosto	2015
7	147-167	Sábado 12	septiembre	2015
8	168-188	Domingo 13	septiembre	2015
9	189-209	Sábado 19	septiembre	2015
10	210-230	Domingo 20	septiembre	2015
11	231-246	Sábado 25	septiembre	2015

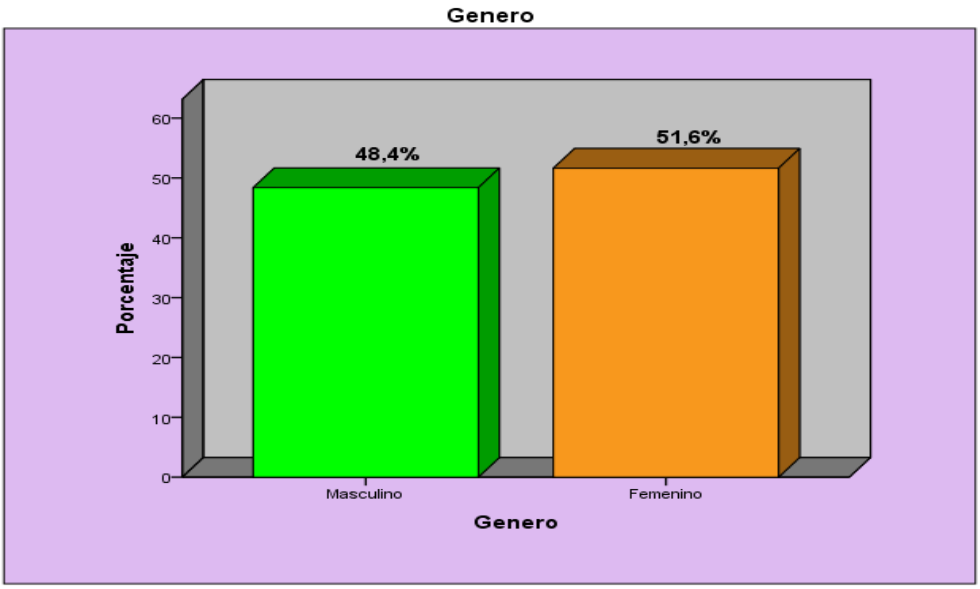
Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela

Tabla 21: Género

Genero					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	119	48,4	48,4	48,4
	Femenino	127	51,6	51,6	100
	Total	246	100	100	

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Gráfico 3: Género



Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

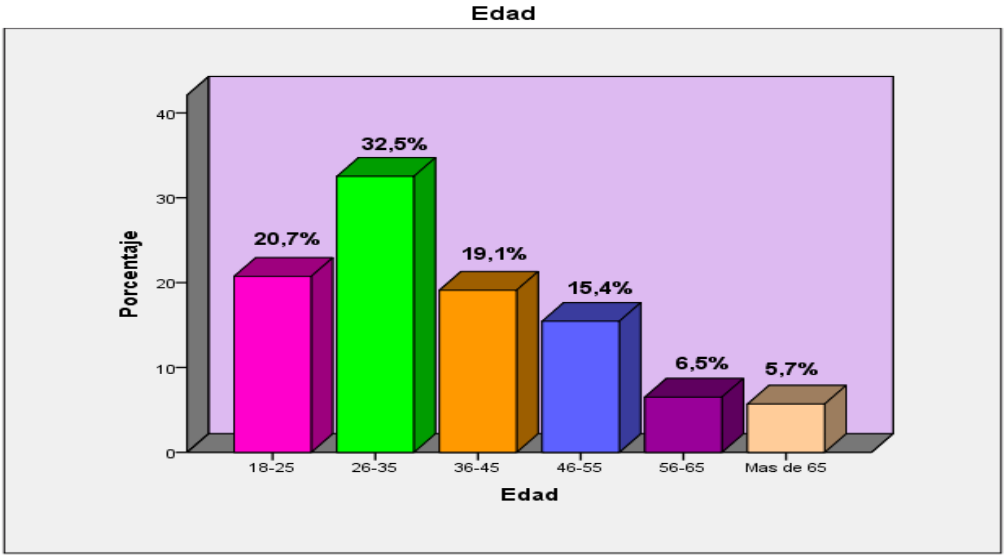
Análisis e Interpretación: El 51,6% de los encuestados son mujeres y el 48,4% son hombres esto permite indicar que de acuerdo al género se entrevistó a un porcentaje casi similar y se evidencia que de igual forma los dos géneros realizan actividades turísticas.

Tabla 22: edad

Edad					
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válido	18-25	51	20,7	20,7	20,7
	26-35	80	32,5	32,5	53,3
	36-45	47	19,1	19,1	72,4
	46-55	38	15,4	15,4	87,8
	56-65	16	6,5	6,5	94,3
	Más de 65	14	5,7	5,7	100,0
	Total	246	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Gráfico 4: Edad



Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

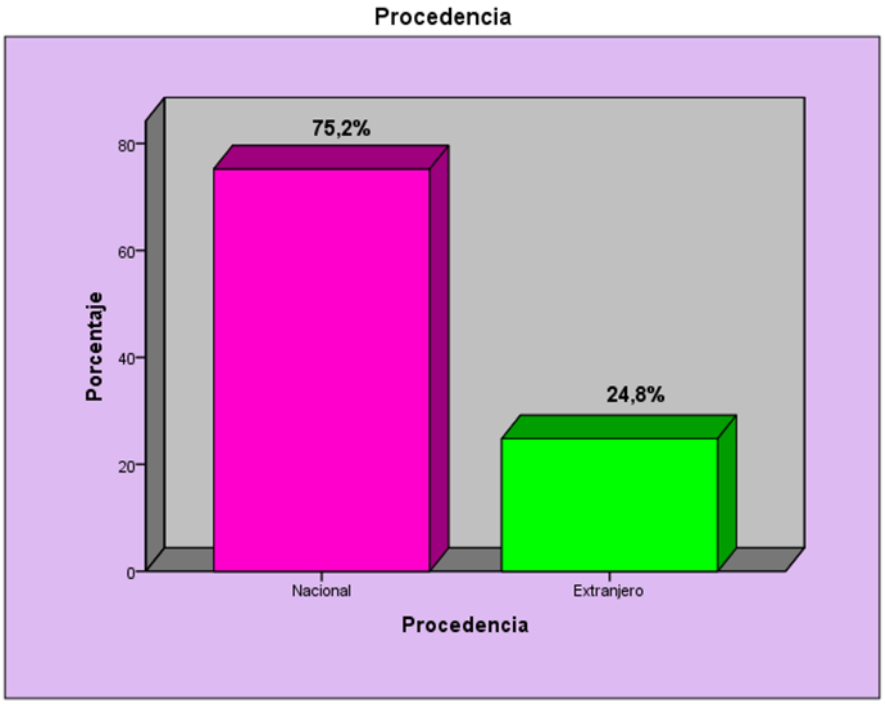
Análisis e Interpretación: La edad promedio en un 32,5% es de 26 a 35 años, seguida del 20,7% de los visitantes con edades comprendidas entre los 18 a 25 años y en un porcentaje similar (19,1%) los que tienen edades entre 36 a 45 años, sin descuidar a los de edad entre 46 y 55 años, el resto de rangos presentan porcentajes Mínimos. Lo que indica que la edad promedio de la población que visita la zona está en el rango de 25 a 55 años de edad.

Tabla 23: Procedencia

Procedencia					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nacional	185	75,2	75,2	75,2
	Extranjero	61	24,8	24,8	100,0
	Total	246	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Gráfico 5: Procedencia



Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

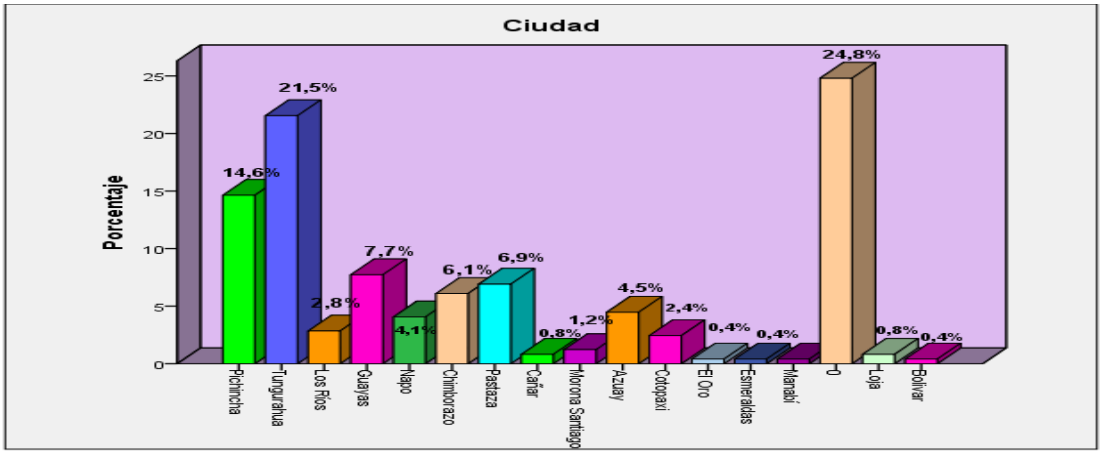
Análisis e Interpretación: El 75,2% de los encuestados son turistas nacionales y el 24,8% son extranjeros, lo que va en torno a la demanda real de la provincia en la que la movilidad y registro obedece en gran parte a los turistas nacionales.

Ciudad					
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válido	Pichincha	36	14,6	14,6	14,6
	Tungurahua	53	21,5	21,5	36,2
	Los Ríos	7	2,8	2,8	39,0
	Guayas	19	7,7	7,7	46,7
	Napo	10	4,1	4,1	50,8
	Chimborazo	15	6,1	6,1	56,9
	Pastaza	17	6,9	6,9	63,8
	Cañar	2	,8	,8	64,6
	Morona Santiago	3	1,2	1,2	65,9
	Azuay	11	4,5	4,5	70,3
	Cotopaxi	6	2,4	2,4	72,8
	El Oro	1	,4	,4	73,2
	Esmeraldas	1	,4	,4	73,6
	Manabí	1	,4	,4	74,0
	0- extranjero	61	24,8	24,8	98,8
	Loja	2	,8	,8	99,6
	Bolívar	1	,4	,4	100,0
	Total	246	100,0	100,0	

Tabla 24 : Ciudad de procedencia

Fuente: Trabajo de Campo.
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez.

Gráfico 6: Ciudad de Procedencia



Fuente: Trabajo de campo.
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez.

Análisis e Interpretación: Los visitantes que mayormente visitan Puyo provienen de las provincias de Tungurahua (21,5%), Pichincha (14,6%), Guayas (7,7%), Pastaza-resto de cantones (6,9%) y Chimborazo (6,1%), el resto de provincias presentan porcentajes inferiores al 4%, lo que

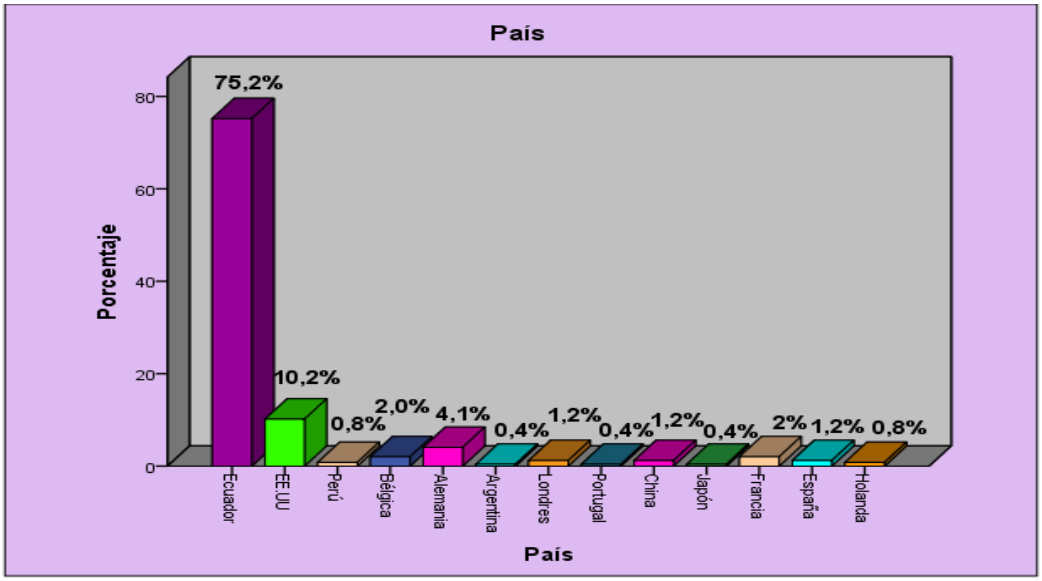
demuestra que el segmento de mercado de turismo comunitario está zona 2 y 3.

País					
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válido	Ecuador	185	75,2	75,2	75,2
	EE.UU	25	10,2	10,2	85,4
	Perú	2	,8	,8	86,2
	Bélgica	5	2,0	2,0	88,2
	Alemania	10	4,1	4,1	92,3
	Argentina	1	,4	,4	92,7
	Londres	3	1,2	1,2	93,9
	Portugal	1	,4	,4	94,3
	China	3	1,2	1,2	95,5
	Japón	1	,4	,4	95,9
	Francia	5	2,0	2,0	98,0
	España	3	1,2	1,2	99,2
	Holanda	2	,8	,8	100,0
	Total	246	100,0	100,0	

Tabla 25: País de procedencia

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Gráfico 7 : País de procedencia



Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

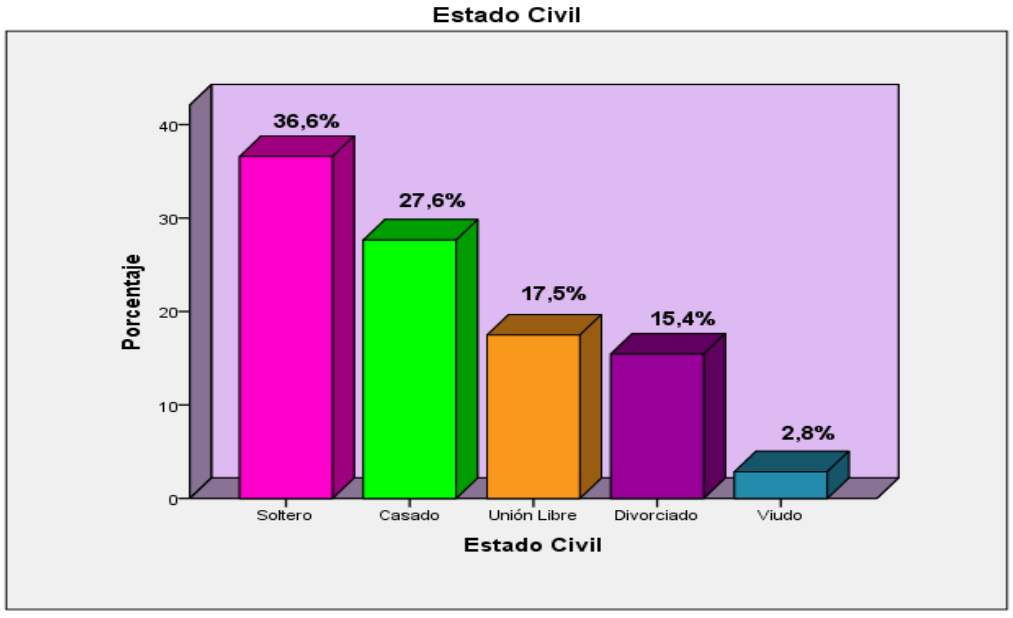
Análisis e Interpretación: El segmento internacional en gran parte proviene de EEUU (10,2%), seguido de Alemania (4,1%), Francia y Bélgica (4,2%) el resto de países presentan menores cantidades, pero no por aquello se consideran menos importantes, lo cual evidencia que la comunidad debe enfocar en el futuro su promoción hacia el mercado norte americano.

Tabla 26: Estado Civil

Estado Civil					
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válido	Soltero	90	36,6	36,6	36,6
	Casado	68	27,6	27,6	64,2
	Unión Libre	43	17,5	17,5	81,7
	Divorciado	38	15,4	15,4	97,2
	Viudo	7	2,8	2,8	100,0
	Total	246	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Gráfico 8: Estado Civil



Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

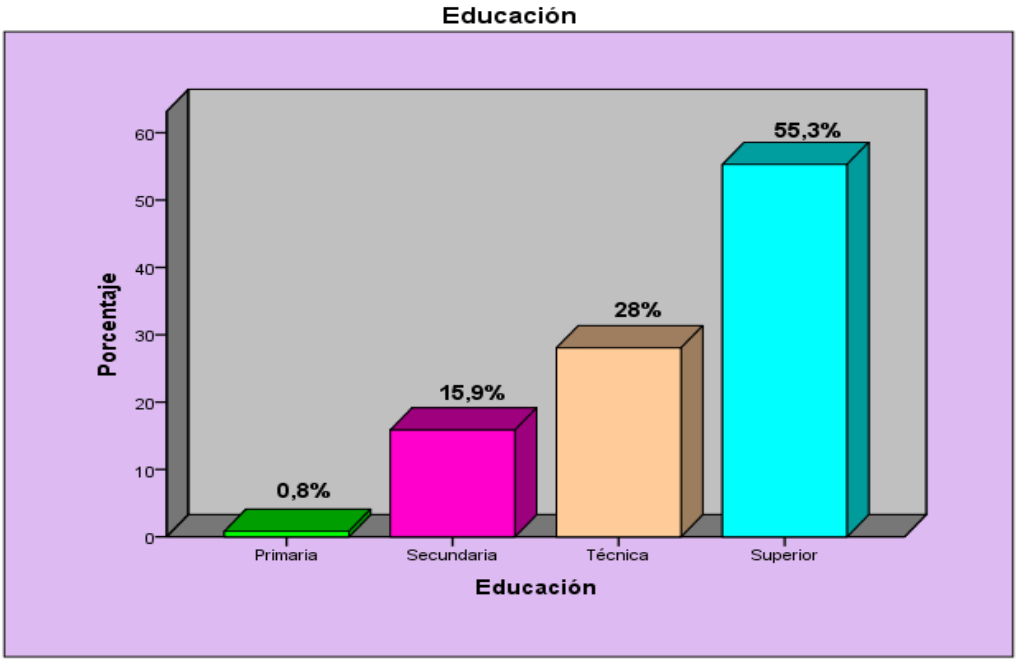
Análisis e Interpretación: De los encuestados la gran parte de la población es soltera (36,6%), seguido por la población de estado civil casado (27,65), en unión libre (17,5%), divorciados (15,4 %) y una mínima población es viuda (2,8%).

Tabla 27: Educación

Educación					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	2	,8	,8	,8
	Secundaria	39	15,9	15,9	16,7
	Técnica	69	28,0	28,0	44,7
	Superior	136	55,3	55,3	100,0
	Total	246	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Gráfico 9: Educación



Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Análisis e Interpretación: La mayoría de visitantes que llegan a Puyo cuentan con estudios a nivel superior (55,3%), estudios a nivel técnico (28%) y el 15,9% cuenta con estudios secundarios, únicamente el 0.8% tiene estudios a nivel primario.

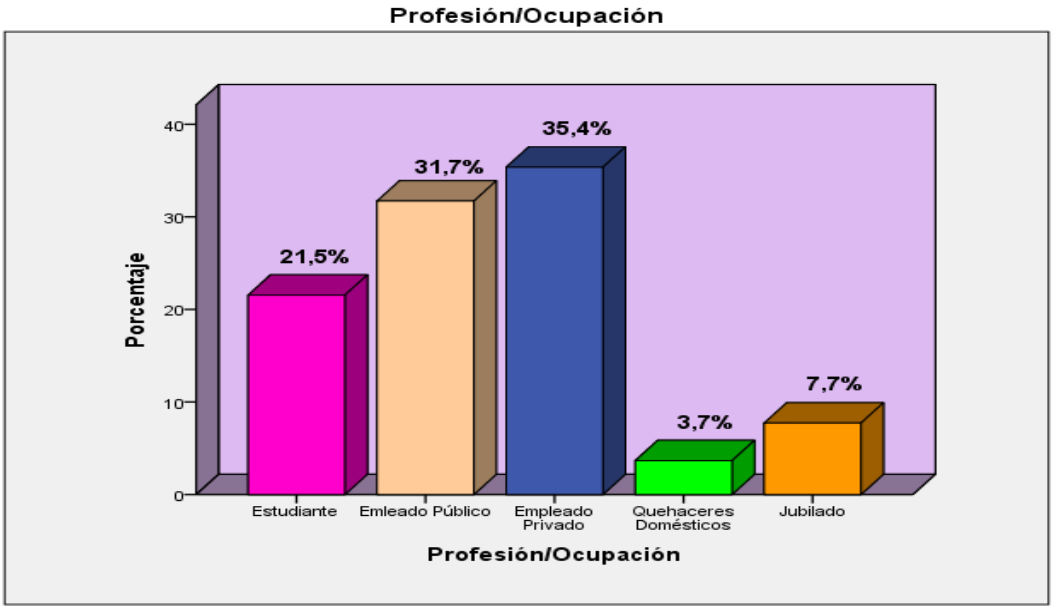
Tabla 28 Profesión Ocupación

Profesión/Ocupación					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Estudiante	53	21,5	21,5	21,5
	Empleado Público	78	31,7	31,7	53,3
	Empleado Privado	87	35,4	35,4	88,6
	Quehaceres Domésticos	9	3,7	3,7	92,3
	Jubilado	19	7,7	7,7	100,0
	Total	246	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Gráfico 10: Profesión Ocupación



Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

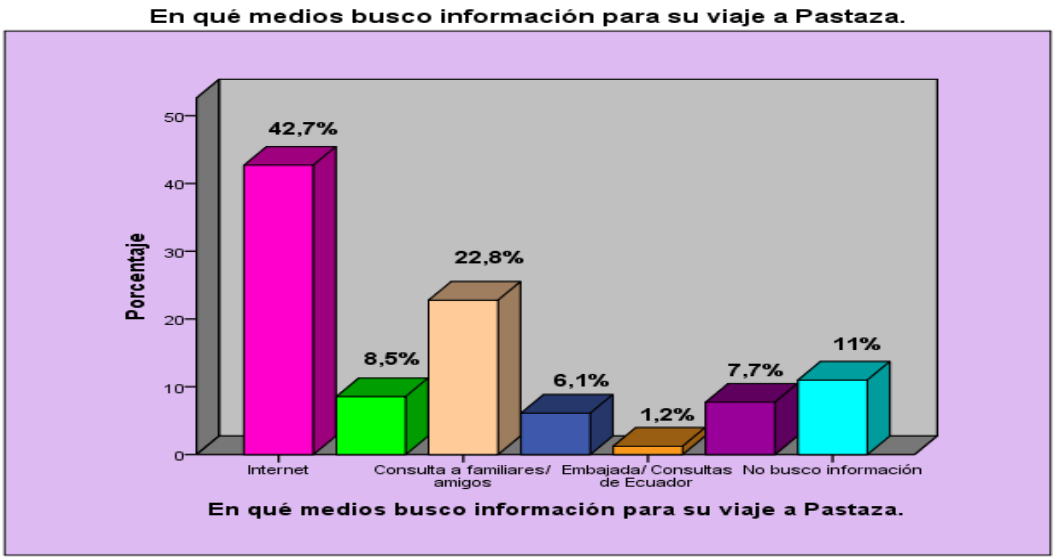
Análisis e Interpretación En porcentajes similares se encuentran los visitantes que son empleados privados (35,45%) y públicos (31,7%), los estudiantes representan el 21,5% de la población que visita la zona y los jubilados constituyen el 7,7%.

Tabla 29: Medios de información que buscó para su viaje

En qué medios busco información para su viaje a Pastaza.					
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válido	Internet	105	42,7	42,7	42,7
	Agencias de Viajes	21	8,5	8,5	51,2
	Consulta a familiares/ amigos	56	22,8	22,8	74,0
	Guías/ Revistas turísticas	15	6,1	6,1	80,1
	Embajada/ Consultas de Ecuador	3	1,2	1,2	81,3
	Noticias/reportajes/ Documentales	19	7,7	7,7	89,0
	No busco información	27	11,0	11,0	100,0
	Total	246	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Gráfico 11: Medios de información que buscó para su viaje



Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Análisis e Interpretación: El medio más utilizado para viajar a Pastaza es el internet en un 42,7%, seguido de las consultas a familiares y amigos en un 22,8%, a decir de los encuestados el 11% no buscó información en ningún sitio; el 8,5% lo hizo en una agencia de viajes, el 7,7% en reportajes, en guías turísticas el 6,1%, y únicamente el 1,2% accedió a información embajadas y consulados.

Tabla 30. ¿Antes de estar en Pastaza visito algún otro Lugar?

Antes de estar en Pastaza ¿visito algún otro lugar?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	176	71,5	71,5	71,5
	No	70	28,5	28,5	100,0
	Total	246	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Gráfico 12: ¿Antes de estar en Pastaza visitó otro lugar?

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

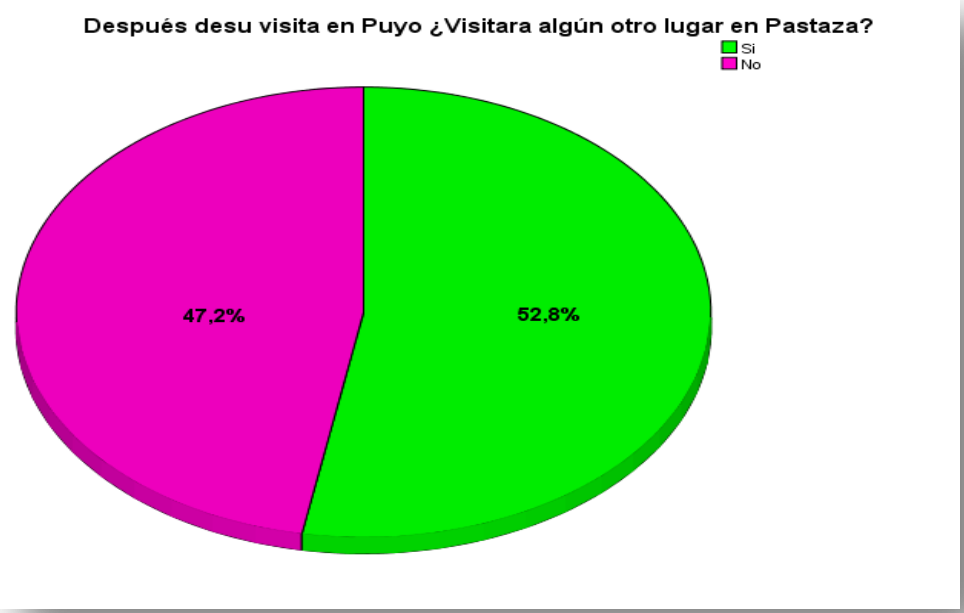
Análisis e Interpretación: El 71,5% de la población encuestada antes de visitar Pastaza, estuvo en otro lugar, mientras que el 28,5% Pastaza, fue su primer sitio de visita en el viaje. Se estima que sean los visitantes que mencionan no haber estado en otro lugar, los que residen en los demás cantones de la provincia de Pastaza.

Tabla 31: ¿Después de su visita en Puyo? Visitará otro lugar en Pastaza?

Después de su visita en Puyo ¿visitara algún otro lugar en Pastaza?					
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válido	Si	130	52,8	52,8	52,8
	No	116	47,2	47,2	100,0
	Total	246	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Gráfico 13: Después de su visita a puyo, ¿visitará otro lugar en Pastaza



Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

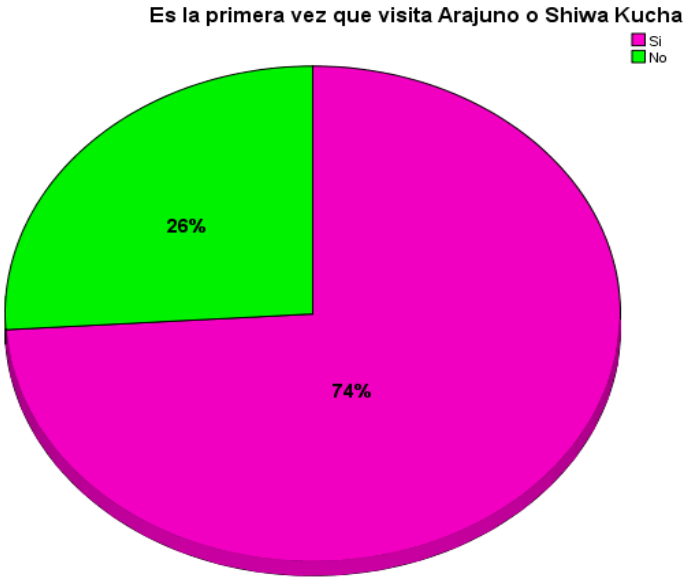
Análisis e Interpretación: Más de la mitad de los encuestados en un 52,8% mencionan que si visitarían otro lugar después de permanecer en Pastaza y el 47,2% menciona que no lo haría, esto es debido al tiempo de estadía planificado.

Tabla 32 Es la primera vez que visita Arajuno/ Shiwa Kucha

Es la primera vez que visita Arajuno o Shiwa Kucha					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	182	74,0	74,0	74,0
	No	64	26,0	26,0	100,0
	Total	246	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Gráfico 14: Es la primera vez que visita Arajuno o Shiwa Kucha



Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

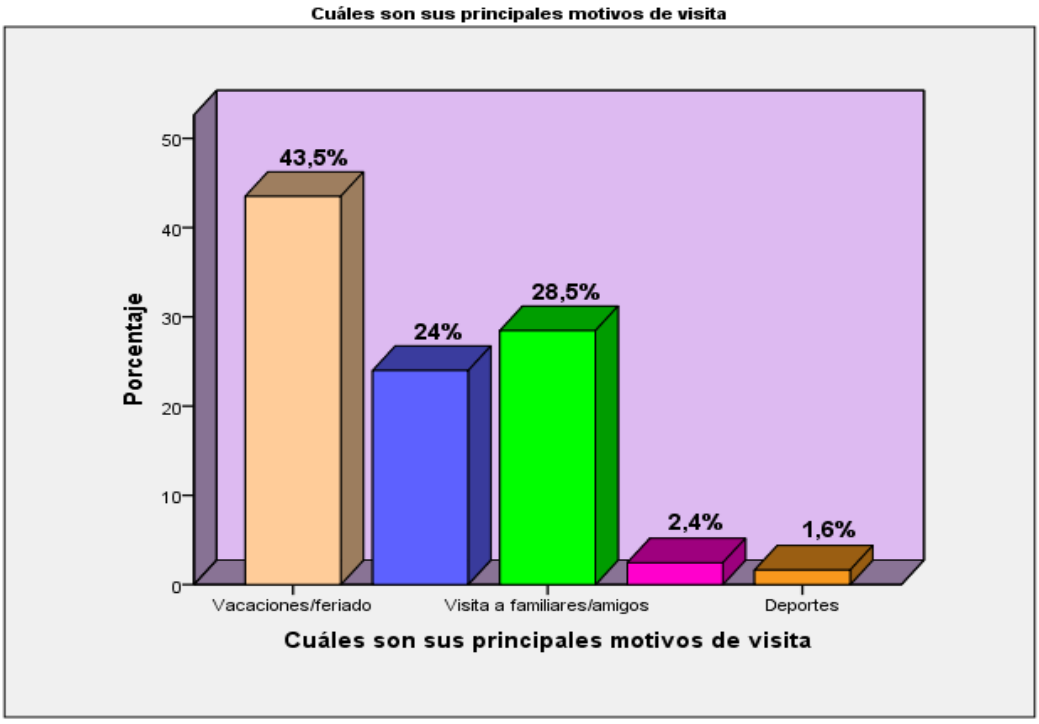
Análisis e Interpretación: Para un 74% de los encuestados, es su primera vez de visita al cantón Arajuno y a la comunidad de Shiwa Kucha, el 26% de los encuestados ya las visitó con anterioridad, siendo esta una oportunidad de darse a conocer y afianzar la imagen de este nuevo producto turístico que se va a ofertar turísticamente en la provincia de Pastaza.

Tabla 33: Cuáles son sus principales motivos de visita

Cuáles son sus principales motivos de visita					
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válido	Vacaciones/feriado	107	43,5	43,5	43,5
	Visita a comunidades	59	24,0	24,0	67,5
	Visita a familiares/amigos	70	28,5	28,5	95,9
	Negocio	6	2,4	2,4	98,4
	Deportes	4	1,6	1,6	100,0
	Total	246	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Gráfico 15: Cuáles son sus principales motivos de visita



Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Análisis e Interpretación: La principal motivación de visita a Pastaza es por vacaciones en feriados, así lo enfatizó la población encuestada en un 43,5%, mientras que el 28,5% indicó que lo hace por visita a familiares y amigos, la motivación de visita a las comunidades alcanzó un porcentaje de respuesta del 24% y por negocios lo hacen el 2.4% de la población.

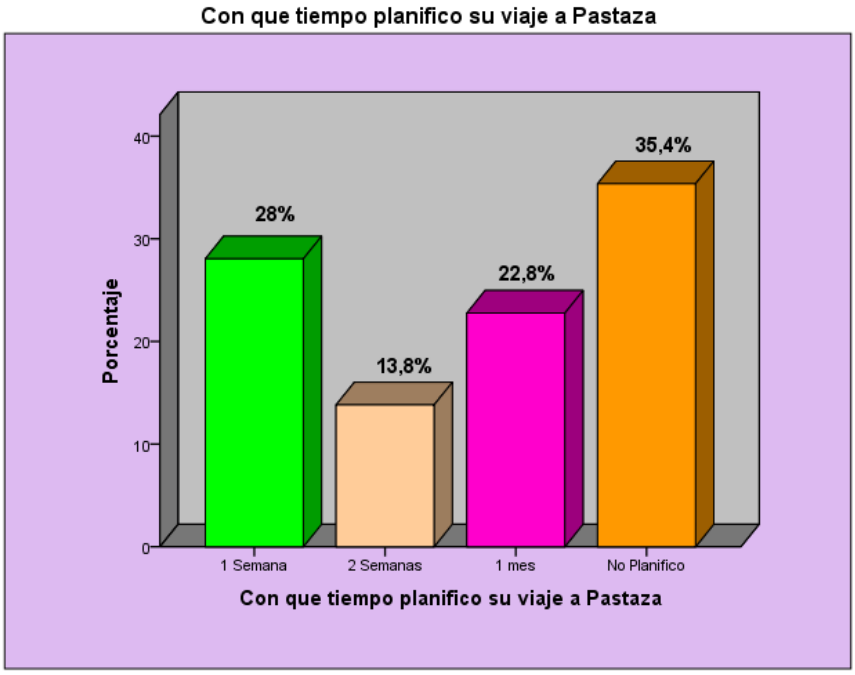
Tabla 34: Con qué tiempo planificó su viaje a Pastaza

Con que tiempo planifico su viaje a Pastaza					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 Semana	69	28,0	28,0	28,0
	2 Semanas	34	13,8	13,8	41,9
	1 mes	56	22,8	22,8	64,6

	No Planifico	87	35,4	35,4	100,0
	Total	246	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Gráfico 16: Con qué tiempo planificó su viaje a Pastaza



Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

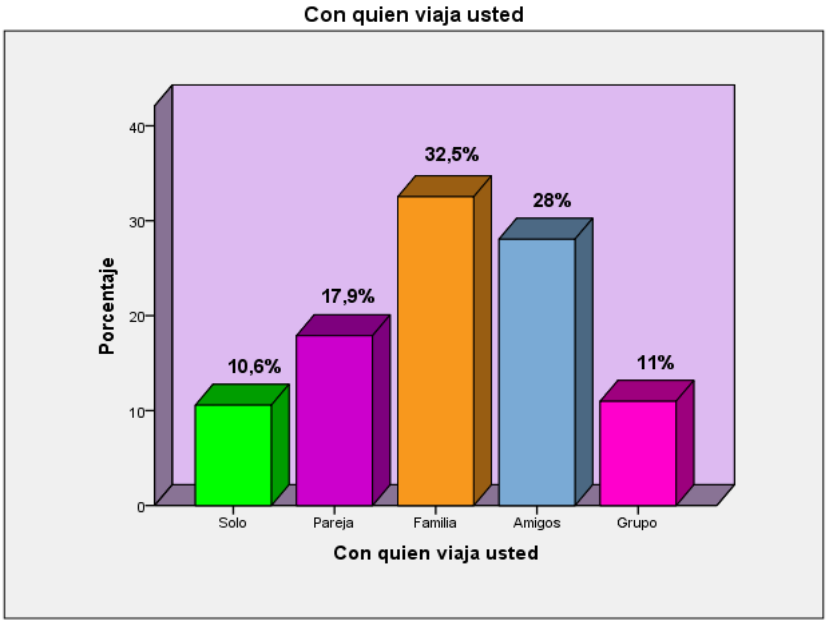
Análisis e Interpretación: Los encuestados en su mayoría (35,4%) indicaron no haber planificado su viaje, mientras que el 28% respondió que lo planificó con una semana de anticipación, el 22,8% lo realizó con un mes de antelación, mientras que con dos semanas lo hizo el 13,8%.

Tabla 35: Con quien viaja Usted

Con quien viaja usted					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Solo	26	10,6	10,6	10,6
	Pareja	44	17,9	17,9	28,5
	Familia	80	32,5	32,5	61,0
	Amigos	69	28,0	28,0	89,0
	Grupo	27	11,0	11,0	100,0
	Total	246	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Gráfico 17: Con quien viaja usted?



Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

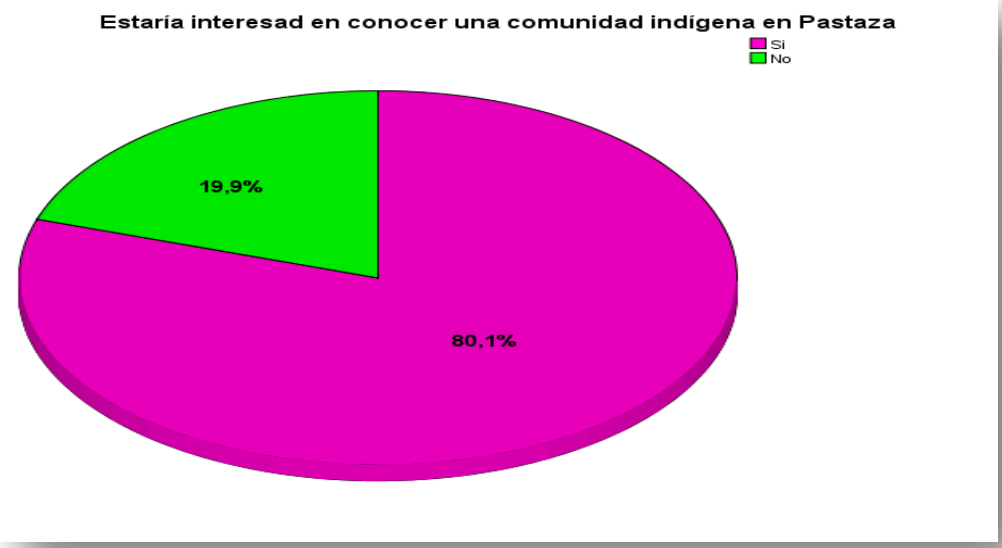
Análisis e Interpretación: La población encuestada en su mayoría viajan en familia (32,5%), el 28% lo hace con amigos, en pareja viajan el 17,9% y en grupo el 11%, lo cual indica que los visitantes que llegan a Pastaza en su mayoría viajan acompañados, puesto que solo el 10,6% viajan solos.

Tabla 36: Estaría interesado en conocer una comunidad indígena en Pastaza

Estaría interesado en conocer una comunidad indígena en Pastaza					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	197	80,1	80,1	80,1
	No	49	19,9	19,9	100,0
	Total	246	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Gráfico 18: Estaría interesado en conocer una comunidad indígena en Pastaza



Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

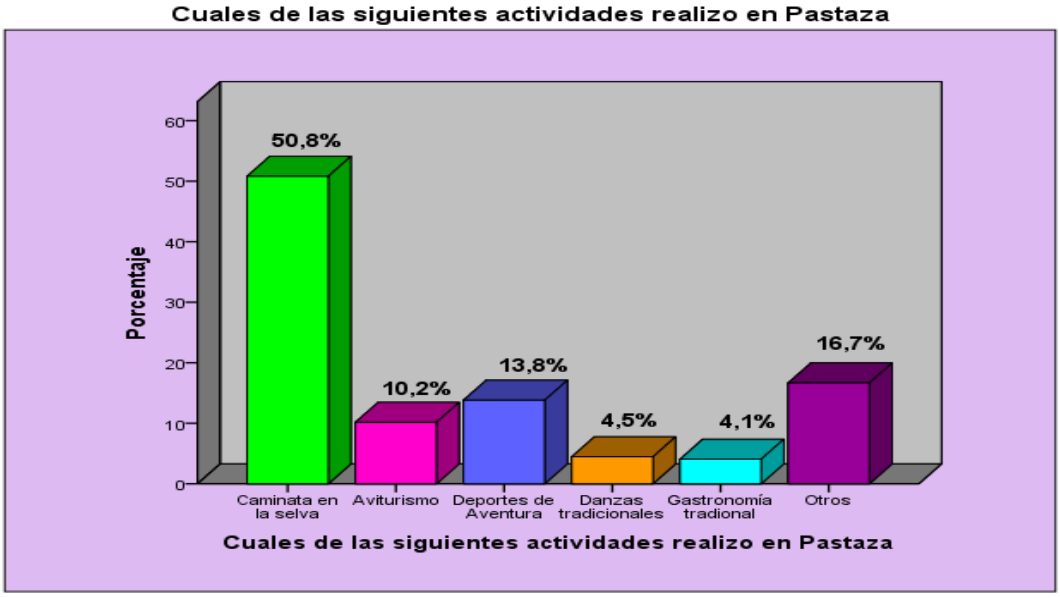
Análisis e Interpretación: Gran parte de los encuestados (80,1%) están interesados en conocer una comunidad indígena en Pastaza lo que representa una oportunidad a ser aprovechada por la comunidad, puesto que solo el 19,9% afirmó no estar interesada.

Tabla 37: Cuáles de las siguientes actividades realizó en Pastaza

Cuáles de las siguientes actividades realizo en Pastaza					
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válido	Caminata en la selva	125	50,8	50,8	50,8
	Aviturismo	25	10,2	10,2	61,0
	Deportes de Aventura	34	13,8	13,8	74,8
	Danzas tradicionales	11	4,5	4,5	79,3
	Gastronomía tradicional	10	4,1	4,1	83,3
	Otros	41	16,7	16,7	100,0
	Total	246	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Gráfico 19: Cuáles de las siguientes actividades realizó en Pastaza



Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

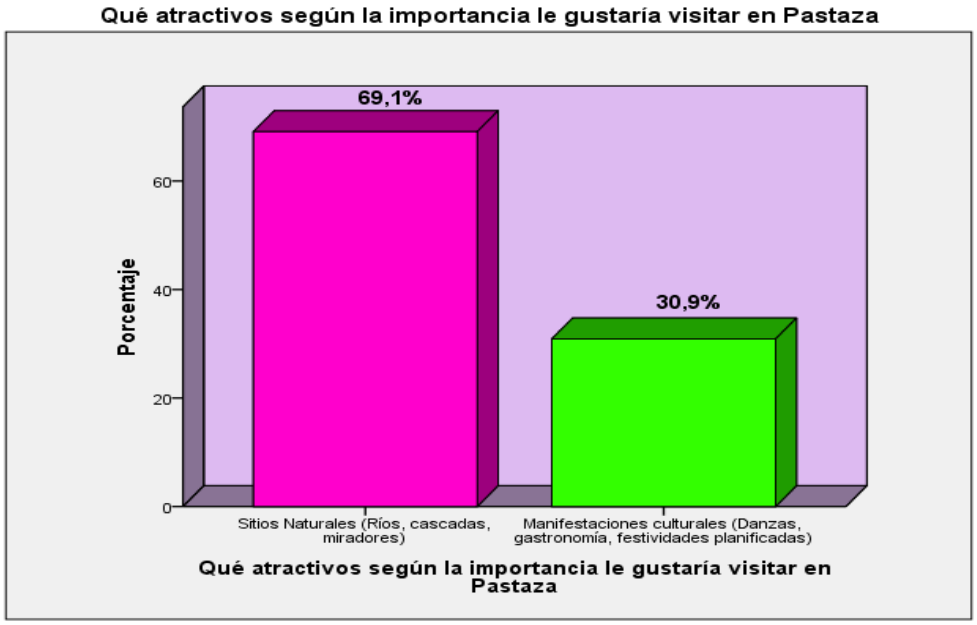
Análisis e Interpretación: El 50,8% de los encuestados realizaron caminatas en la selva, siendo las siguientes actividades practicadas en menor escala: deportes de aventura (13,8%), actividades vinculadas con el aviturismo (10,2%), danzas tradicionales (4,5%) y gastronomía tradicional (4,1%), esto permite aseverar que los visitantes que llegan a Pastaza cuentan con una amplia gama de actividades posibles a realizar.

Tabla 38: Que atractivos según la importancia le gustaría visitar en Pastaza

Qué atractivos según la importancia le gustaría visitar en Pastaza					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sitios Naturales (Ríos, cascadas, miradores)	170	69,1	69,1	69,1
	Manifestaciones culturales (Danzas, gastronomía, festividades planificadas)	76	30,9	30,9	100,0
	Total	246	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Gráfico 20: Que atractivos según la importancia le gustaría visitar en Pastaza



Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

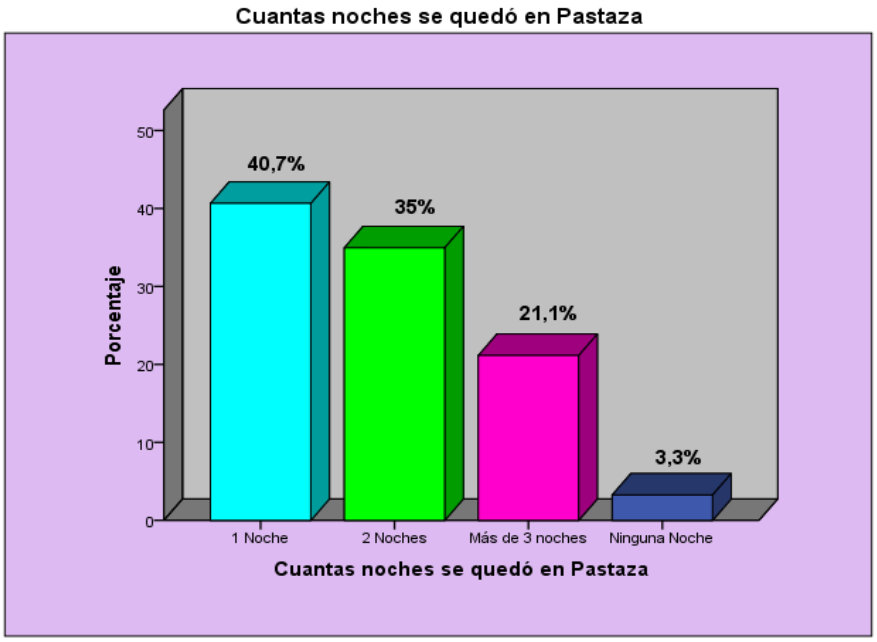
Análisis e Interpretación: Los atractivos turísticos que mayor interés representan para los visitantes son los sitios naturales (69,1%), a pesar de que las manifestaciones culturales (30,9%) resultan ser un complemento que de alguna forma incide fuertemente en el desarrollo de las actividades vinculadas con el turismo comunitario.

Tabla 39: Cuantas noches se quedó en Pastaza

Cuantas noches se quedó en Pastaza					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 Noche	100	40,7	40,7	40,7
	2 Noches	86	35,0	35,0	75,6
	Más de 3 noches	52	21,1	21,1	96,7
	Ninguna Noche	8	3,3	3,3	100,0
	Total	246	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Gráfico 21 : Cuantas noches se quedó en Pastaza



Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

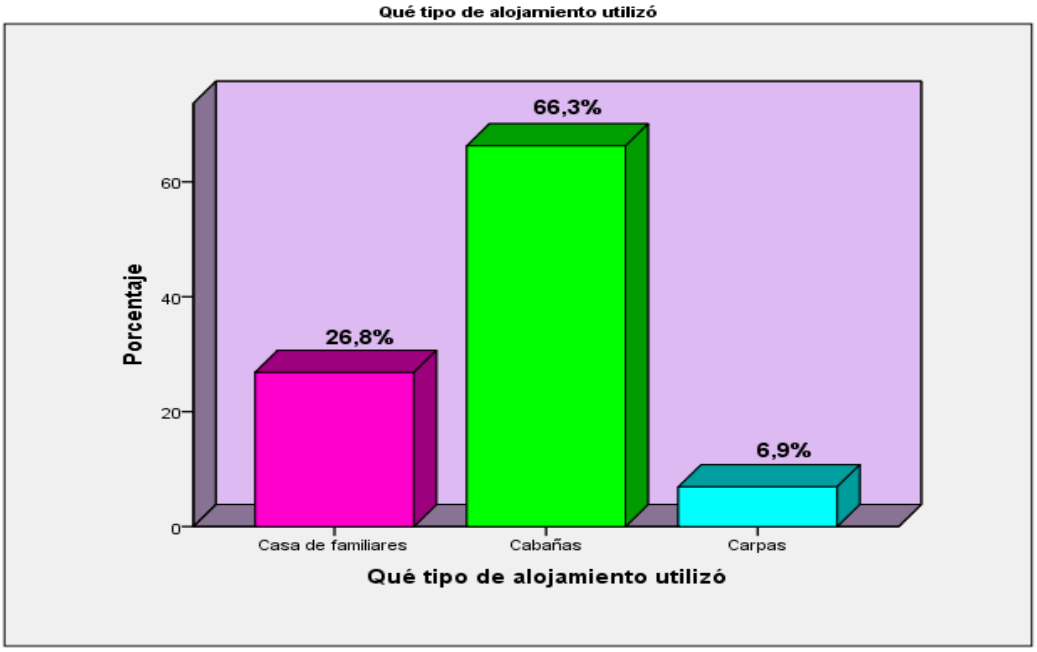
Análisis e Interpretación: La estadía promedio del visitante que llega a Pastaza es de una (40,7%) a dos noches (35%), mientras que más de 3 noches permanece solo el 21,1%.

Tabla 40: ¿Qué tipo de alojamiento utilizó?

Qué tipo de alojamiento utilizó					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casa de familiares	66	26,8	26,8	26,8
	Cabañas	163	66,3	66,3	93,1
	Carpas	17	6,9	6,9	100,0
	Total	246	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Gráfico 22: ¿Qué tipo de alojamiento utilizó?



Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

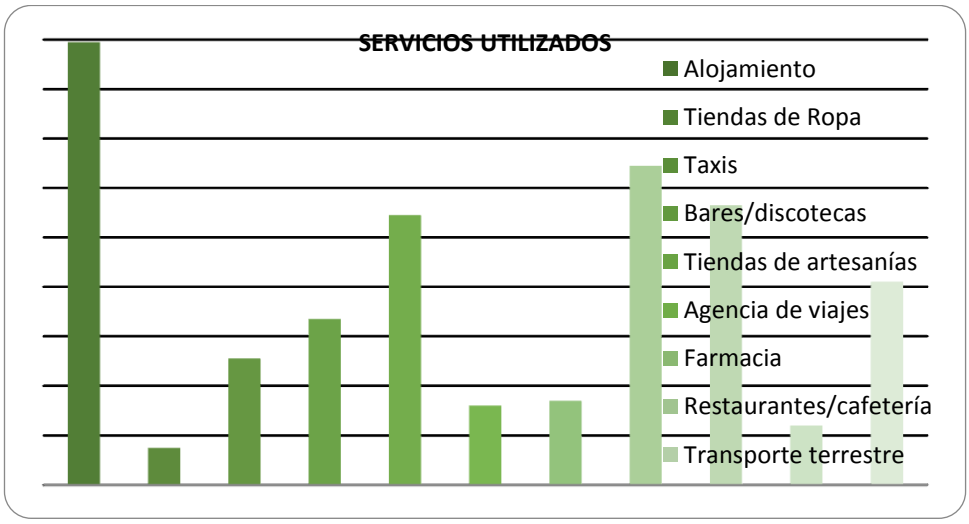
Análisis e Interpretación: El tipo de alojamiento que mayormente utilizó el visitante que llega a Pastaza, fue la de los servicios de cabañas y hosterías (66,3%), el 26,8% de los encuestados indicó que llegó a casa de familiares y tan sólo el 6,9% utilizaron carpas y sus accesorios.

Tabla 41: ¿Cuál de los siguientes servicios utilizó durante su estadía en Pastaza?

SERVICIOS UTILIZADOS	VALOR
Alojamiento	179
Tiendas de Ropa	15
Taxis	51
Bares/discotecas	67
Tiendas de artesanías	109
Agencia de viajes	32
Farmacia	34
Restaurantes/cafetería	129
Transporte terrestre	113
Cyber café	24
Guía de turismo	82

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Gráfico 23: Cuál de los siguientes servicios utilizo durante su estadía en Pastaza?



Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

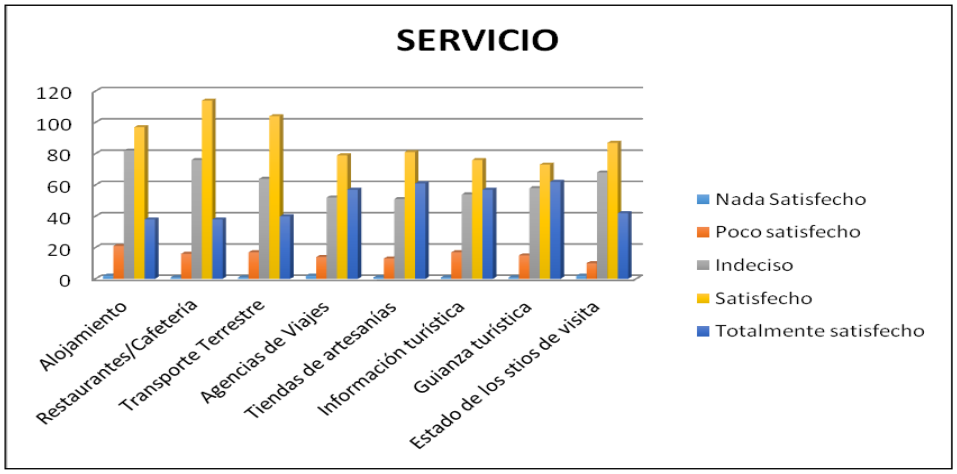
Análisis e interpretación: Los servicios que más son utilizados en Pastaza es alojamiento, restaurante, transporte terrestre, seguidas de tiendas de artesanías y Guías de turismo.

Tabla 42: Califique del 1 al 5 el nivel de satisfacción de los servicios que utilizó en su visita.

Servicio	Nada Satisfecho	Poco satisfecho	Indeciso	Satisfecho	Totalmente satisfecho
Alojamiento	2	21	82	97	38
Restaurantes/Cafetería	1	16	76	114	38
Transporte Terrestre	1	17	64	104	40
Agencias de Viajes	2	14	52	79	57
Tiendas de artesanías	1	13	51	81	61
Información turística	1	17	54	76	57
Guianza turística	1	15	58	73	62
Estado de los sitios de visita	2	10	68	87	42

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Gráfico 24: Califique del 1 al 5 el nivel de satisfacción de los servicios



Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

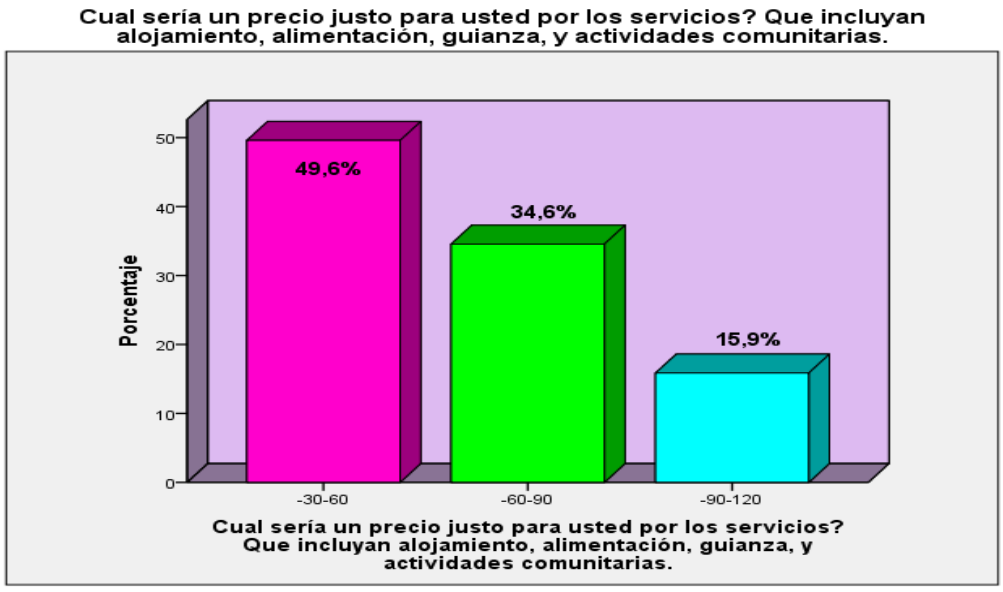
Análisis e Interpretación: El nivel de satisfacción de los servicios recibidos durante la estancia en Pastaza, los encuestados aseveraron que es bueno en su gran parte seguido por los indecisos y los que están totalmente satisfechos.

Tabla 43: ¿Cuál sería el precio justo para Usted por los servicios brindados?

Cual sería un precio justo para usted por los servicios brindados? Que incluyan alojamiento, alimentación, guianza, y actividades comunitarias.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	-30-60	122	49,6	49,6	49,6
	-60-90	85	34,6	34,6	84,1
	-90-120	39	15,9	15,9	100,0
	Total	246	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Gráfico 25: ¿Cuál sería un precio justo para usted por los servicios brindados?



Fuente: **Trabajo de Campo**
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

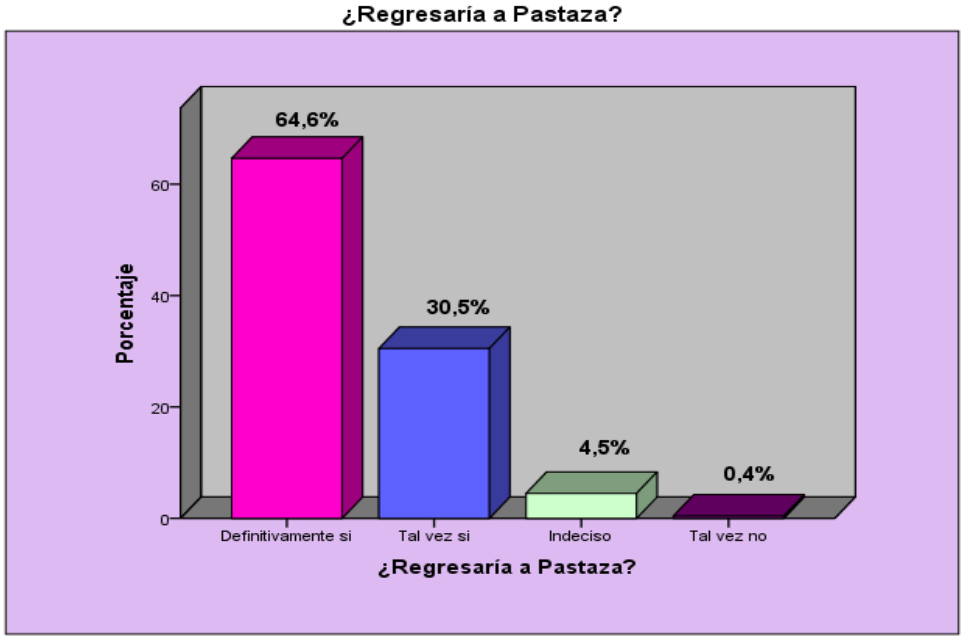
Análisis e Interpretación: Para el 49,6% de la población encuestada el precio justo a pagar por los servicios brindados en una comunidad está en el rango de 30 a 60 dólares por día, y para el 34,6% indicó que el rango aceptable de pago es de 60 a 90 dólares, sin embargo el 15,9% indicó que el precio que estaría a pagar está entre 90 a 120 dólares, siendo por tanto un promedio de tarifa de pago por visitante por día por los servicios ofertados en una comunidad un precio promedio de 60 dólares.

Tabla 44: ¿Regresaría a Pastaza?

¿Regresaría a Pastaza?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Definitivamente si	159	64,6	64,6	64,6
	Tal vez si	75	30,5	30,5	95,1
	Indeciso	11	4,5	4,5	99,6
	Tal vez no	1	,4	,4	100,0
	Total	246	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Gráfico 26: ¿Regresaría a Pastaza?



Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Análisis e Interpretación: El 64,6% de los encuestados está dispuesto a regresar a Pastaza, el 30,5% opina que tal vez retornaría nuevamente, mientras que el 4,5% está indeciso en regresar o no, y únicamente el 0,4% no regresaría, estos datos permiten considerar que gran parte de los visitantes que llegan a Pastaza están dispuestos a regresar, lo cual se debe aprovechar dando a conocer nuevas ofertas turísticas que permitan satisfacer las necesidades de quienes visitan este territorio.

Tabla 45: ¿Cuál sería la oferta más adecuada para su facilidad de viaje?

Cuál sería la oferta más adecuada para su facilidad de viaje					
		Frecuencia	Porcentaje	% válido	% acumulado
Válido	Oferta todo incluido	161	65,4	65,4	65,4
	Oferta servicio de guianza alimentación y alojamiento	49	19,9	19,9	85,4
	Oferta de servicio de guianza, alimentación	25	10,2	10,2	95,5
	Oferta de servicio de guianza	11	4,5	4,5	100,0
	Total	246	100,0	100,0	

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Gráfico 27 : ¿Cuál sería la oferta más adecuada para su facilidad de viaje?

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Análisis e Interpretación: La oferta todo incluido es la mejor opción para el visitante que llega a Pastaza, así lo aseveró el 65,4%, el 19,9% indica que le interesa la contratación de los servicios de guianza, alimentación y alojamiento, para el 10,2% es de interés la oferta de guianza y alimentación y para el 4,5% solo le interesa los servicios de guianza. En consideración a estos resultados se elabora una propuesta que contiene las estrategias promocionales que permitan dar a conocer la oferta de

servicios turísticos existentes en la comunidad de Shiwa Kucha, basada en la comercialización de paquetes turísticos.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Shiwa Kucha, es una área habitada por población indígena Kichwa, que son pueblos originarios de la amazonia ecuatoriana, en su mayoría pertenecen a una clase económica baja, debido a la poca producción que poseen, la cual no ha podido ser ofertada en el mercado.

La comunidad no cuenta con servicios básicos de agua, energía eléctrica, alcantarillado, comunicación, entre otros. Los criterios existentes para evaluar el potencial turístico de la zona que cuenta con atractivos naturales y manifestaciones culturales permitieron establecer prioridades e identificar potencialidades para el desarrollo de la localidad por medio del turismo.

Exactamente el conocimiento del potencial turístico formó parte del beneficio para resaltar productos, servicios y campos observados, directamente permitieron determinar los valores con propias características como: Ríos, sitios naturales, cascadas, flora y fauna. Manifestaciones culturales, shamanismo, grupos étnicos, gastronomía, bebidas tradicionales, artesanías, y medicina tradicional.

En cuanto la valoración de sitios naturales el registro de las características y potencialidades turísticas que tiene cada uno permitió fundamentar en base a la ficha técnica del levantamiento de la información adquirida con la metodología del Ministerio de Turismo del Ecuador, categorizado de uno a cuatro; esta clasificación significa que los atractivos están en un nivel medio que garantiza un fácil trabajo para el desarrollo turístico en la comunidad Shiwa Kucha, para ser apreciado por los turistas nacionales y extranjeros. Cabe indicar que la mayoría de los turistas nacionales y extranjeros que ingresaron a Pastaza manifestaron

desconocer la existencia de la comunidad Shiwa Kucha; lo que propició que conjuntamente con los pobladores de la comunidad se considere este aspecto para definir la estrategia para mejorar la operación turística de la zona.

4.4 PROPUESTA PARA DEFINIR UN PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO PARA LA COMUNIDAD DE SHIWA KUCHA

4.4.1 Introducción

En el Ecuador, se ha podido observar un alto crecimiento del sector turístico considerándolo hoy por hoy como el país con mayor diversidad biológica por unidad de área en América latina, posee una diversidad de recursos naturales y culturales que lo ubican como un impresionante destino turístico.

En la actualidad el turismo de ubica en el tercer lugar entre las principales actividades económicas del Ecuador, después del petróleo y el banano constituye el 4,4% del PIB, es por lo tanto uno de los sectores más representativos económicamente, pues es una de las actividades que genera varias fuentes de empleo a nivel nacional.

Una vez realizado el diagnóstico de la situación actual de la comunidad Shiwa Kucha mediante la investigación de campo, se ha verificado que es una zona que cuenta con un gran potencial para realizar lo que se denomina “turismo comunitario” y sus componentes como son: ecoturismo, turismo de aventura , turismo científico, observación de flora y fauna.

Por tal razón la autora de la investigación en coordinación con la población de la comunidad considera conveniente la elaboración de un producto turístico comunitario con el objeto de impulsar el desarrollo turístico y brindar el apoyo técnico a la comunidad de esta manera el servicio sea efectivo tanto a turistas como a prestadores de servicios.

4.4.2 Justificación

En la actualidad el turismo comunitario se considera como una dimensión holística (totalizadora) y sistémica (interrelacionada) con una perspectiva intercultural. Por tal razón el presente producto turístico se justifica por una gama de beneficios para la comunidad y los turistas, en efecto en el transcurso de la operación se beneficiarán la familia y la comunidad con el grato servicio a los turistas y visitantes.

4.4.3 Objetivo

- Elaborar un producto turístico en la comunidad Shiwa Kucha.

4.4.3.1 Objetivos Específicos

- Diseñar una estrategia de promoción.
- Socializar paquetes turísticos diseñados con la población local y operadores de turismo.
- Diseñar un Video Promocional turístico.

Para iniciar con la investigación, previamente se solicitó la autorización al presidente de la comunidad Sr. Efrén Calapucha, una vez que se contó con la aprobación, se realizó el diagnóstico con la participación de los actores locales de la comunidad, en esto se evaluó el potencial turístico de acuerdo la realidad, así como también se formuló el inventario de recursos de acuerdo a la metodología antes señalada.

Se planificaron salidas de campo a la selva acompañada de la población local para el levantamiento de información.

Se aplicó encuestas bajo cuestionarios estructurados a la demanda turística que visita el cantón Pastaza, en sitios estratégicos de visitación turística: Parque acuático Morete Puyo, Obrero y Refugio de Vida

Silvestre Yanacocha, datos que ayudaron en la elaboración de los paquetes turísticos de la comunidad Shiwa Kucha.

En conclusión se socializó a la comunidad el producto turístico y su manejo con la demanda de los turistas, una vez que se empiecen con las actividades de operación turística. Considerando que la comunidad cuenta con facilidades para la prestación de servicios turísticos, y previo al trabajo desarrollado con la población, se determinó que el principal problema existente es la ausencia de turistas producto de la nula promoción, difusión y comercialización, razón por la cual se inicia con la definición de una estrategia comunicacional y se continua con los dos paquetes diseñados.

4.4.4 Estrategia de Promoción del Producto Turístico Comunitario

La estrategia se basa en el diseño de una imagen corporativa que conste: marca, slogan y diseño del material de difusión.

NOMBRE

SHIWA KUCHA

SLOGAN

"Un paraíso escondido Shiwa Kucha"

Significado: Paraíso escondido se relaciona con sus paisajes. La oportunidad única de disfrutar la belleza de la naturaleza en todo su esplendor en especial en la comunidad Shiwa Kucha trasmite una calidad de paraíso.

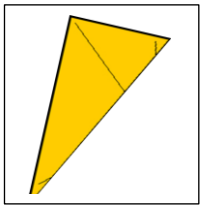
LOGOTIPO

FIGURA N° 2

UN PARAISO ESCONDIDO SHIWA KUCHA

Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez,

Significado:



Los triángulos: simboliza el número de montañas que se recorrerá en todo el transcurso.

Ríos: interpreta el camino que se recorrerá durante la activos en a tractivos de la comunidad.

Choza: Interpreta la cualidad de la comunidad.

Árbol: Representa la cantidad de flora que mantiene la comunidad y sus alrededores, con colores extravagantes y con sus multifunciones que los hermanos indígenas han descubierto

Tríptico

Es un folleto publicitario que contiene la información de los lugares que se pueden visitar, las actividades que ofertan, un paquete turístico todo incluido y un mapa de ubicación. Este material será entregado en las cámaras de turismo, ferias turísticas a nivel nacional, a los municipios.

MODELO DEL TRIPTICO ANVERSO

En la comunidad shiwa kucha podemos observar flora y fauna propia de la zona, además vistas panorámicas únicas.

MAPA

Shiwa Kucha
Turismo Comunitario

Localización

La Comunidad Shiwa Kucha está ubicada en la vía Puyo- Arajuno a 64 Km de Puyo capital provincial, en las coordenadas 98 60500 de latitud Norte y 860 850 de longitud Este aproximadamente, a la margen derecha a 15 km desde el cantón Arajuno, vía lastrada con tiempo determinado de 45 minutos

MODELO DEL TRÍPTICO REVERSO

Artesanías

TOUR

Actividad
Día 1
Concentración en el terminal terrestre de la ciudad de Puyo, presentación y explicación del tour.
Desayuno
Cena
Integración cultural, mitos –leyendas con un anciano de la comunidad
Día 2
Saludo. Baños naturales con plantas medicinales
Desayuno
Presentación y explicación de la comunidad. Recorrido por los espacios comunales
Demostración como se elaboran las artesanías en barro.
Almuerzo
Descanso
Juegos tradicionales y de integración con la comunidad: bodoquera, y un recorrido en canoa por el rio Arajuno.
Cena
Fogata, experiencias, mitos y leyendas.
Descanso

4.4.4.1 Paquetes Turísticos

Los paquetes turísticos se pueden definir como un conjunto de servicios y atractivos que se venden por un tiempo y precio fijo concordando con Héctor López B.2003).

Paquete Turístico N° 1: AVENTURA CON LA NATURALEZA

Figura 5 Mapa del recorrido del paquete

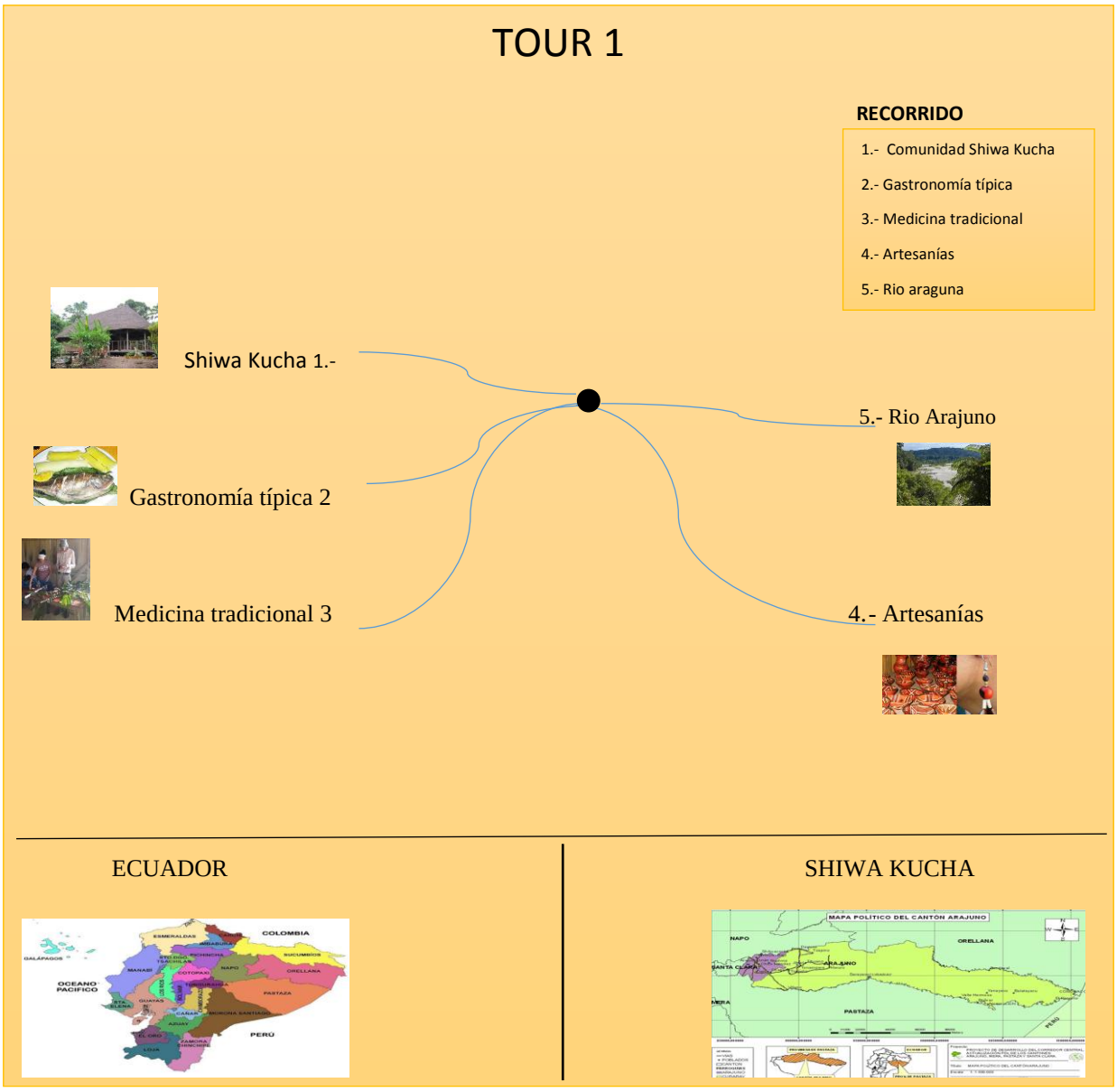


Figura N° : Mapa del recorrido del paquete Aventura con la Naturaleza
Elaborado: Mariela Mayancela

DURACIÓN: Dos días más una noche

ACCESIBILIDAD: Cualquier día del año

MERCADO OBJETIVO: Local, Nacional e Internacional.

Los atractivos y las actividades que integran a la ruta son:

Nombre de los atractivos

- ✓ Gastronomía típica
- ✓ Medicina tradicional
- ✓ Artesanías
- ✓ Rio Arajuno

Actividades

- ✓ Caminata al aire libre
- ✓ Observación de flora y fauna
- ✓ Fotografía
- ✓ Recreación
- ✓ Pesca deportiva

Itinerario del paquete 1

Tabla 46

Hora	Actividad
	Día 1
07:00 a 07:30	Concentración en el terminal terrestre de la ciudad de Puyo, presentación y explicación del tour.
07:30 a 09:30	Traslado a la comunidad Shiwa Kucha .
09:30 a 10:00	Desayuno
10:00 a 11:30	Salida al mirador Shiwa Kucha
11:30 a 12:00	Coffe break.
12:00 a 13:00	Observación de flora y fauna propia de la zona
13:00 a 14:00	Almuerzo típico

14:00 a 15:00	Descanso
15:00 a 17:30	Visita al rio Arajuno y sus alrededores
17:30 a 18:30	Recorrido por la comunidad
18:30 a 20:00	Noche cultural demostración de danza y música autóctona.
20:00 a 21:00	Cena
	Día 2
6:00 a 8:00	Baño con plantas medicinales
8:00 a 9:30	Desayuno
9:30 a 11:00	Visita a la casa artesanal explicación como se elaboran las artesanías
11:00 a 12: 00	Toma de fotografías y caminata para la observación de los cultivos propia de la comunidad
12:00 a 13:00	Almuerzo típico
13:00 a 14:00	Intercambio de experiencias y leyendas.
14:00 a 15:45	Pesca deportiva.

GENERALIDADES DEL PAQUETE

Servicios que se incluyen

- Alojamiento: una noche
- Alimentación: una cena, 2 desayunos, 2 almuerzos, 1 coffe break.
- Guía nativo.

Observaciones

Se debe llevar: ropa ligera y una chompa extra en caso de que haga frío, cámara fotográfica, protector solar, gorra, repelente de insectos, zapatos cómodos o botas caucho, poncho de agua.

No llevar: armas blancas, bebidas alcohólicas, armas de fuego.

ANÁLISIS DE COSTOS (5 PAX)

Tabla 47

COSTOS VARIABLES	
SERVICIO	**RUBRO**
Alimentación	Almuerzo
Boletos de ingreso	Museo etno-arqueológico
	Museo etnográfico
Otros	Artesanía
Guianza	Guía por grupo de 5 pax

COSTOS FIJOS	
RUBRO	**PORCENTAJE**
Promoción	0,10
Depreciación	0,10
Gastos administrativos	0,10
Utilidad	0,25
RUBRO	**DIA 1**
Alimentación	4,00
Visita a los saladeros	2,00
juegos tradicionales	1,50
Artesanía	2,00
Guía por grupo de 5 pax	3,33
SUBTOTAL 1	**12,83**
Promoción	1,28
SUBTOTAL 2	**14,11**
Depreciación	**1,41**
SUBTOTAL 3	**15,52**
Gastos administrativos	1,55
SUBTOTAL 4	**17,08**
Utilidad	4,27
SUBTOTAL 4	**21,35**
IVA	2,56
PVP	32,41

Elaborado por: Mariela Mayancela

Paquete Turístico N 2: EL CAMINO DE LA SABIDURÍA ANCESTRAL

Mapa del recorrido del paquete figura 6

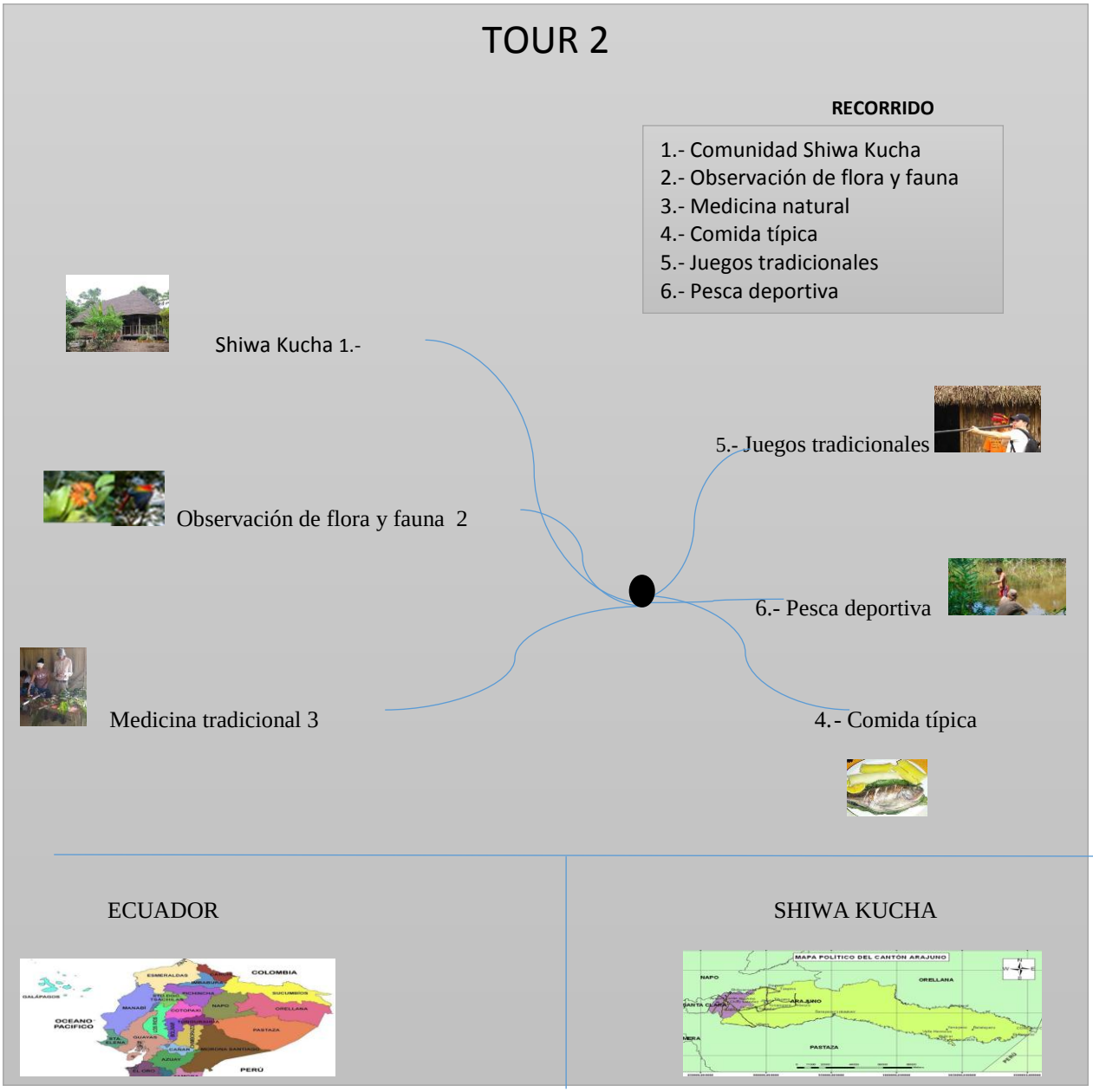


Figura N° : Mapa del recorrido del paquete.
Elaborado: Mariela Mayancela

DURACIÓN: Tres días más dos noches.

ACCESIBILIDAD: Cualquier día del año.

MERCADO OBJETIVO: Local, Nacional e Internacional.

Los atractivos y las actividades que integran a la ruta son:

Nombre de los atractivos

- ✓ Shamanismo
- ✓ Medicina tradicional
- ✓ Artesanías
- ✓ Visitas a los saladeros

Actividades

- ✓ Caminata al aire libre
- ✓ Observación de flora y fauna
- ✓ Fotografía
- ✓ Pesca deportiva
- ✓ Shamanismo
- ✓ Juegos tradicionales.
- ✓ Celebraciones tradicionales: leyendas o mitos, toma de chicha.

Itinerario del paquete 2

Tabla 48

Hora	Actividad
	Día 1
7:00 a 7:30	Concentración en el terminal terrestre de la ciudad de Puyo, presentación y explicación del tour.
07:30 a 09:30	Traslado a la comunidad Shiwa Kucha
9:30 a 10:00	Desayuno
10:00 a 11:30	Caminata hacia el saladero
11:30 a 12:30	Toma de fotografías, observación de flora y fauna.
12:30 a 13:30	Recolección de plantas medicinales para baños naturales y limpieza para el siguiente día a los turistas.

13:30 a 14:30	Almuerzo
14:30 a 15:30	Descanso
15:30 a 17:30	Participación para construcción de chozas típicas y artesanías como pepas silvestres.
17:30 a 18:30	Descanso y baño
18:30 a 19:30	Cena
19:30 a 20:30	Integración cultural, mitos –leyendas con un anciano de la comunidad.
	Día 2
6:00 a 8:00	Saludo. Baños naturales con plantas medicinales.
8:30 a 9:30	Desayuno
9:30 a 10:30	Presentación y explicación de la comunidad.
10:30 a 12:30	Demostración como se elaboran las artesanías en barro.
12:30 a 13:30	Almuerzo
13:30 a 14:00	Descanso
14:00 a 18:00	Juegos tradicionales y de integración con la comunidad: bodoquera, y un recorrido en canoa por el rio Arajuno.
18:00 a 19:30	Cena
19:30 a 21:30	Fogata, experiencias, mitos y leyendas.
21:30	Descanso
	Día 3
8:00 a 9:00	Saludo. Desayuno
9:00 a 11:30	Caminata por el sendero observación de flora y fauna propia del lugar, toma de fotografía.
11:30 a 12:45	Pesca deportiva em rio Arajuno. Fotografía.
12:45 a 13:45	Almuerzo
13:45 a 14:00	Despedida
14:00 a 14:15	Fin del servicio.

GENERALIDADES DEL PAQUETE

Servicios que se incluyen

- ✓ Alojamiento: 2 noches
- ✓ Alimentación: 2 cenas, 3 desayunos, 3 almuerzos.
- ✓ Guía nativo.

Observaciones

Se debe llevar: ropa ligera y una chompa extra en caso de que haga frío, cámara fotográfica, protector solar, gorra, repelente de insectos, zapatos cómodos o botas caucho, poncho de agua.

ANÁLISIS DE COSTOS (11 A 20 PAX)

Tabla 49

COSTOS VARIABLES	
SERVICIO	**RUBRO**
Alimentación	Almuerzo
Boletos de ingreso	Museo etno-arqueológico
	Museo etnográfico
Otros	Artesanía
Guianza	Guía por grupo de 5 pax

COSTOS FIJOS	
RUBRO	**PORCENTAJE**
Promoción	0,10
Depreciación	0,10
Gastos administrativos	0,10
Utilidad	0,25
RUBRO	**DIA 1**
Alimentación	4,00
Visita a los saladeros	2,00
juegos tradicionales	1,50
Artesanía	2,00
Guía por grupo de 5 pax	3,33
SUBTOTAL 1	**12,83**
Promoción	1,28
SUBTOTAL 2	**14,11**
Depreciación	**1,41**
SUBTOTAL 3	**15,52**
Gastos administrativos	1,55
SUBTOTAL 4	**17,08**
Utilidad	4,27
SUBTOTAL 4	**21,35**
IVA	2,56
PVP	32,41

Elaborado por: Mariela Mayancela

4.4.4.2 VIDEO PROMOCIONAL

Un vídeo promocional es un instrumento de marketing diseñada para informar y atraer a los consumidores sobre un producto, un servicio o una organización. Por norma general, el vídeo promocional ha de ser directo, preciso y se recomienda que no dure más de tres minutos. Cuanto más breve y claro sea el mensaje mejor se mantendrá en la mente del consumidor.

Este video, se realizará en formato DVD, la duración es de 2 minutos, las imágenes situadas en el video, son actuales y tomadas por la autora en la comunidad Shiwa Kucha. Está diseñado para promocionarlo en las Redes sociales como Facebook, YouTube, Twitter; se presentará también en ferias turísticas a nivel nacional o internacional, en los municipios, centros de información turística, agencias de viajes.

Figura N 7

Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez.

CAPITULO V

5.1. CONCLUSIONES

1.- La comunidad Shiwa Kucha se encuentra habitada en mayor parte por la nacionalidad Kichwa. Al momento no cuenta con servicios básicos de alcantarillado y no poseen un espacio para el depósito de desechos generados, es así que la mayor parte de la población se dedica a la agricultura teniendo en cuenta que la producción es muy baja, en algunas familias las mujeres se dedican a la artesanía de esta manera abastecer el sustento familiar.

2.- Luego de aplicar la metodología de inventarios y la ficha técnica de jerarquización de cada atractivo facilitada por el Ministerio de Turismo (Dirección Provincial de Pastaza) y con el apoyo de propietarios de la comunidad se determinó la existencia de atractivos naturales y atractivos culturales en Shiwa Kucha. De acuerdo al perfil de la demanda turística que llega a Pastaza y la realidad de los recursos turísticos de la comunidad Shiwa Kucha se elaboró dos paquetes turísticos que son de fácil manejo para los operadores turísticos de la zona.

3.- Al realizar el diagnóstico de la comunidad, se determinó que existe diversidad de recursos naturales y manifestaciones culturales en este sector, la mayoría de la población esta consiente y de acuerdo en que el turismo es una importante alternativa sostenible y sustentable de obtener recursos económicos, pero la falta de apoyo de las entidades públicas y privadas hace no permite que se explote y aproveche estos recursos de la mejor manera.

3.- La propuesta del Producto Turístico, que se ha desarrollado es un Paquete Turístico que está formada por atractivos turísticos naturales y culturales.

5.2. RECOMENDACIONES

1.- Gestionar en las instituciones públicas como: Gobierno Parroquial, Consejo Cantonal y Provincial que tomen en cuenta los servicios básicos inexistentes en la comunidad, además impulsar con proyectos de turismo comunitario, de esta manera que den prioridad al desarrollo turístico de los atractivos, si se desea mejorar la jerarquía de los atractivos, esto significa que debe cambiar los elementos de apoyo como son la infraestructura, servicios, asimismo la difusión.

2.- Las autoridades responsables del desarrollo turístico deben motivar a la Comunidad Shiwa Kucha en emprendimientos turísticos, para generar mayor rentabilidad a la economía y actividades turísticas, para incrementar la afluencia y permanencia del turismo en estos sitios.

3.- Entregar el material de promoción en las instituciones públicas y privadas para la oferta, y realizar alianzas estratégicas que apoyen con la difusión del mercado turístico de la comunidad Shiwa Kucha.

5.3 RESUMEN

La presente investigación sobre “Estudio de Potencialidad Turística de la Comunidad Shiwa Kucha, cantón Arajuno, Provincia de Pastaza para proponer un Producto Turístico Comunitario” se realizó con el objetivo de conocer el estado actual del mismo para proponer un nuevo producto turístico comunitario. En el primer objetivo se realizó un diagnóstico, donde se levantó la línea base con la finalidad de obtener datos actuales. Posteriormente se ejecutó la categorización del inventario de atractivos naturales y culturales, con la aplicación de la ficha de inventario de atractivos turísticos de la Dirección Técnica del Ministerio de Turismo de Pastaza, que clasifica por categoría, tipo, sub tipo, entre otros elementos a los diferentes atractivos turísticos estudiados, se ubicaron a los atractivos turísticos en la jerarquía II. El empleo de las Matrices MEFI (Matriz de Evaluación de Factores Internos) y MEFE (Matriz de Evaluación de Factores Internos), se resume y evalúa las fortalezas y debilidades, oportunidades y amenazas en investigación y desarrollo, producción, operaciones, comercialización, productos y servicios, identificadas en la comunidad Shiwa Kucha. Dentro de este objetivo también se realizó las encuestas a los visitantes, para conocer el grado de aceptación de los atractivos turísticos y obtener información que luego fue utilizada para la propuesta de un Producto Turístico comunitario.

Con la propuesta, permitirá difundir los atractivos turísticos naturales y culturales, además permitirá a los turistas identificar con exactitud cada una de las alternativas que ofrecen estos atractivos colocados dentro del paquete turístico.

5.4 SUMARY

The present research on "Study of tourist potential of the Community Shiwa Kucha, Arajuno Canton, Pastaza Province to propose a Tourism Product Community" was performed in order to know the current status of the EU to propose a new tourist product. In the first objective diagnosis where baseline in order to obtain current data he rose performed. Subsequently the categorization of inventory of natural and cultural attractions are executed with the application of the chip inventory of tourist attractions in the Technical Department of the Ministry of Tourism of Pastaza, sorting by category, type, sub-type, among other things to studied various tourist attractions were located to tourist attractions in the hierarchy II. The use of MEFI Matrices (Matrix Internal Factors Evaluation) and MEFE (Matrix Internal Factors Evaluation), summarizes and evaluates the strengths and weaknesses, opportunities and threats in research and development, production, operations, marketing, products and services identified in Shiwa Kucha community. Within this objective survey was also carried out to visitors, to determine the degree of acceptance of attractions and information that was later used for a proposed Community tourism product.

The proposal will allow diffuse natural and cultural attractions also allow tourists to accurately identify each of the alternatives that offer these attractive placed inside the package.

5.5 BIBLIOGRAFÍA

Ayala, L. (2012). "Gestion Empresarial". Piedra Santa .Guatemala.

Caiminagua, M. (2009). "Creacion de un Centro de Turismo Comunitario". Quito: Universidad Tecnologica Equinoccial.

Contreras, P. (2009). "Geografia del Turismo". Universidad Catolica de Valparaiso.

Dominguez, L. (2011). "Manejo de los recursos Socioculturales". Cuba: Universidad de Cienfuegos.

Godoy, V. y. (2008). "Definicion y Clasificacion de Recursos Naturales.

Gudefin, L. (2006). "Diagnostico de la Potencialidad Turistica del Patrimonio Religioso en el Mar de la Plata". La plata: Universidad Nacional de Mar de Plata.

Gudefin, L. (2006). Diagnostico de la potencialidad turistica del patrimonio Arquitectonico en el Mar de Plata. la Plata: Universidad Nacional de Mar de plata.

Maldonado Alexandra y Portilla, D. (2011). "Diagnostico de los Atractivos Turisticos del Centro Historico de la Ciudad de Ibarra Provincia de Imbabura y su Difusion para la Promocion de la Ciudad". Ibarra: Universidad Tecnica del Norte.

Maldonado, A. y. (2011). "Diagnostico de los Atractivos Turisticos del Centro Historico de la Ciudad de Ibarra Provincia de Imbabura y su Difusion para la Promocion de la Ciudad". Ibarra: Universidad Tecnica del Norte.

Ruiz, E. y. (2008). Turismo Comunitario en Ecuador (abya yala ed.). Quito.

Sierra, A. (2011). "Recursos Turisticos: inventario, jerarquizacion, evaluacion".

Solis, D. (2002). "El proceso historico del Turismo Comunitario en Ecuador y sus retos actuales". Quito: Universidad de Cuenca.

Solis, D. (2002). "El proceso historico del Turismo Comunitario en Ecuador y sus retos actuales". Quito: Universidad de Cuenca.

Vega, S. (2007). "Pensando indicadores de Turismo Sostenible para el PLANDETUR-Ecuador". Quito: Programas de naciones Unidas para el Desarrollo.

5.6 ANEXOS

Fotografías de la investigación desarrollada en Shiwa Kucha.

Revisando la encuesta de estudio con un miembro de la Comunidad

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Bebiendo Chicha de Yuca

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Caminata hacia los atractivos

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Artesanías, Coronas

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Artesanías – Tambor y flautas

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Shiwa Kucha

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Río Arajuno

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Mirador de Shiwa Kucha

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

Turista en la Comunidad

Fuente: Trabajo de Campo
Elaborado por: Mariela Mayancela Narváez

UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

TEMA DE TESIS: ESTUDIO DE POTENCIALIDAD TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD SHIWA KUCHA, CANTÓN ARAJUNO, PROVINCIA DE PASTAZA PARA PROPONER UN PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO".

ENCUESTA A TURISTAS QUE VISITARON LA COMUNIDAD SHIWA KUCHA

1.1 Genero: Masculino ☐ Femenino ☐ 1.2**:** Edad ☐ N°……..

1.3 Procedencia: Nacional ☐ Ciudad:…… …. Extranjero: ☐ País:……

1.4 Estado Civil: Soltero ☐ Casado ☐ Unión Libre ☐ Divorciado ☐ Viudo ☐

1.5 Educación: Primaria ☐ Secundaria ☐ Técnica ☐ Superior ☐

1.6 Profesión/ Ocupación: Estudiante ☐ Empleado Público ☐ Empleado privado ☐

Quehaceres Domésticos ☐ Jubilado ☐

2 ¿En qué medios busco información para su viaje a Shiwa Kucha (Puede marcar más de uno)

Internet	☐	ITUR	☐
Agencias de viaje	☐	Embajada/ Consultas de Ecuador	☐
Consulta a familiares/ amigos	☐	Noticia/ Reportajes/ Documentales	☐
Guías/ Revistas turísticas	☐	No busco información	☐

3. Antes de estar en Pastaza (Puyo) ¿visito algún otro lugar? SI ☐ NO ☐

4. Después de estar en Shiwa Kucha ¿visitara algún otro lugar? SI ☐ NO ☐

5. ¿Es la primera vez que visita Shiwa Kucha? SI ☐ NO ☐

6. ¿Cuáles son sus principales motivos de visita (Puede marcar UNO)

Vacaciones / feriado ☐ Visita a familiares / amigos ☐

Visita a comunidades ☐ Negocios ☐ Deportes ☐

7 ¿Con que tiempo planifico su viaje a Shiwa Kucha? (Puede marcar UNO)

1 semana ☐ 2 semanas ☐ 1 mes ☐ No planifico ☐

8¿Con quién viaja usted? Solo ☐ Pareja ☐ Familia ☐ Amigos ☐ Grupo ☐

9 ¿Estaría interesado en conocer una Ruta Comunitaria dentro de la Comunidad Shiwa Kucha? SI ☐ NO ☐

10 ¿Cuáles de las siguientes actividades realizo en Shiwa Kucha? (Puede marcar más de uno)

Caminata en selva ☐ Avistamiento ☐ Deportes de aventura ☐

Otros…...

Danzas tradicionales ☐ Gastronomía tradicional ☐

11. ¿Cuantas noches se quedó en Shiwa Kucha?

1 noche ☐ 2 noches ☐ Más de tres noches ☐ Ninguna noche ☐

12.¿Qué tipo de alojamiento utilizo?

Casa de familiares ☐ cabañas ☐ carpas ☐

13. ¿Cuál de los siguientes servicios utilizo durante su estadía en Pastaza?...

Alojamiento	☐	Tiendas de artesanías	☐	Transporte terrestres	☐
Tiendas de ropa	☐	Agencia de viajes	☐	Cyber café	☐
Taxis	☐	Farmacias	☐	Guía de turismo	
Bares/ discotecas	☐	Restaurante/ cafetería	☐		

14. Califique del 1 al 5 (poniendo una x donde corresponda) el nivel de satisfacción de los servicios que utilizo en su visita?

1= Nada satisfactorio
2= Poco satisfactorio
3= Indeciso
4= Satisfecho
5= Totalmente satisfecho

SERVICIO	1	2	3	4	5
Alojamiento					
Restaurante / cafetería					
Transporte Terrestres					
Agencias de viaje					
Tiendas de artesanías					
Información turística					
Guianza turística					
Estado de los sitios de visita					

15 ¿Cuál sería un precio justo para Usted por los servicios? Que incluyan alojamiento, alimentación, guianza y actividades comunitarias.

-30-60 ☐

-60-90 ☐

-90-120 ☐

16. Conoce que la actividad comunitaria beneficia a toda la comunidad?

Si ☐ No ☐

17¿Regresaría a Shiwa Kucha?

Definitivamente Si ☐ Tal vez si ☐ Indeciso ☐ Tal vez no ☐ Definitivamente No ☐

18. ¿Recomendaría visitar Shiwa Kucha?

Definitivamente Si ☐ Tal vez si ☐ Indeciso ☐ Tal vez no ☐ Definitivamente No ☐

19. Cual considera que es el medio promocional idóneo de la comunidad para ofertar los servicios.

Internet/ redes sociales ☐ material impreso ☐ ferias y eventos ☐ promoción radial ☐

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN