

UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA



INGENIERÍA EN TURISMO

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE INGENIERA EN TURISMO

TEMA:

DIAGNÓSTICO DEL DESARROLLO TURÍSTICO EN LA CIUDAD DEL PUYO PARA EL DISEÑO DE UN MODELO DE GESTIÓN ESTRATÉGICA QUE PERMITA EL APROVECHAMIENTO DEL TURISMO EN LA LOCALIDAD.

AUTOR:

Gutiérrez Proaño Melisa Sorangel

DIRECTOR DE TESIS:

Ing. Luis Manosalvas MBA

PASTAZA - ECUADOR

2013

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

.....
Dr. Ramiro Torres
PRESIDENTE

.....
Ing. Geovanny Espín
MIEMBRO

.....
Ing. Fernando Ortega
MIEMBRO

APROBACIÓN DEL DIRECTOR

En mi calidad de Director del informe de investigación sobre el tema: **"DIAGNÓSTICO DEL DESARROLLO TURÍSTICO EN LA CIUDAD DEL PUYO PARA EL DISEÑO DE UN MODELO DE GESTIÓN ESTRATÉGICA QUE PERMITA EL APROVECHAMIENTO DEL TURISMO EN LA LOCALIDAD"**, de la Autora: Gutiérrez Proaño Melisa Sorangel, egresada de la Escuela de Turismo realizado la previa revisión considero que cumple con los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por la Junta Universitaria.

Puyo, Septiembre del 2013

DIRECTOR

.....

Ing. Luis Manosalvas MBA

AUTORÍA DEL TRABAJO DE GRADO

Los criterios y opiniones emitidos en el trabajo de investigación: **"DIAGNÓSTICO DEL DESARROLLO TURÍSTICO EN LA CIUDAD DEL PUYO PARA EL DISEÑO DE UN MODELO DE GESTIÓN ESTRATÉGICA QUE PERMITA EL APROVECHAMIENTO DEL TURISMO EN LA LOCALIDAD."**, como también los contenidos, análisis, conclusiones y propuesta son exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora del presente trabajo de grado.

Puyo, Septiembre del 2013

AUTORA

.....

Gutiérrez Proaño Melisa Sorangel

DERECHO DE AUTOR

El autor de presente trabajo de investigación teniendo plena conocimiento de aportar al beneficio del estudiante de la UEA y persona particular, cede sus derechos a la institución para hacer uso en lo que estime conveniente, siempre y cuando sea para fines de carácter investigativo o de consulta.

Puyo, Octubre del 2013

AUTORA

.....

Gutiérrez Proaño Melisa Sorangel

EL TRIBUNAL DE DEFENSA DE TESIS CERTIFICA QUE:

El presente trabajo de título "**DIAGNÓSTICO DEL DESARROLLO TURÍSTICO EN LA CIUDAD DEL PUYO PARA EL DISEÑO DE UN MODELO DE GESTIÓN ESTRATÉGICA QUE PERMITA EL APROVECHAMIENTO DEL TURISMO EN LA LOCALIDAD.**", bajo la responsabilidad de la egresada de nombres y apellidos Melisa Sorangel Gutiérrez Proaño, ha sido minuciosamente, revisada, autorizando su presentación.

MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE TESIS

.....
Dr. Ramiro Torres
PRESIDENTE

.....
Ing. Geovanny Espín
MIEMBRO

.....
Ing. Fernando Ortega
MIEMBRO

AGRADECIMIENTO

Mi más sincero reconocimiento, a todas aquellas personas que de un modo u otro contribuyeron en mi formación profesional y tuvieron que ver con la elaboración de esta Tesis.

A mi Dios: Por guiarme y darme sabiduría para seguir adelante.

Me faltarían las palabras para agradecer a toda mi familia que siempre estuvieron apoyándome, en especial a mis padres **Blanca Proaño y Raúl Gutiérrez, a mis hermanos**, un reconocimiento especial al **Agr. Bolívar Sánchez** y a la **Sra. Lorena Chávez**, por brindarme siempre su apoyo incondicional y que con sus consejos me han guiado por un buen camino y así finalizar esta etapa de mi vida.

Mi eterna gratitud a la **M.Sc. María Victoria Reyes**, por su paciencia y apoyo incondicional.

A mi tutor de tesis **Ing. Luis Manosalvas MBA**, que con su carisma y dedicación me supo llevar a la culminación de la investigación.

A todos **mis maestros** que siempre fueron un ejemplo a seguir y que día a día me compartieron sus conocimientos y ayudaron en mi formación profesional.

A todos mis **compañeros** de aula que siempre estuvieron conmigo en especial a Maira Cárdenas

Melisa Sorangel Gutiérrez Proaño.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto con mucho cariño y amor

A mi esposo: Oscar Chávez y a mi hija Gabrielita Chávez, ya que ellos son el eje fundamental en mi vida y que con su apoyo incondicional he logrado la culminación de mis estudios.

A mis padres: Blanca Proaño y Raúl Gutiérrez por ser siempre un ejemplo a seguir por su esfuerzo y trabajo que día a día realizan y brindarme su apoyo en los momentos más importante de mi vida.

A mis hermanos: Por bríndame siempre su apoyo y comprensión.

Melisa Sorangel Gutiérrez Proaño.

INDICE GENERAL

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN.....	i
APROBACIÓN DEL DIRECTOR	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE GRADO	iii
DERECHO DE AUTOR	iv
EL TRIBUNAL DE DEFENSA DE TESIS CERTIFICA QUE:	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
INDICE DE FIGURAS.....	xiii
INDICE DE GRAFICOS	xiii
INDICE DE TABLAS	xiv
INDICE DE FOTOS	xiv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	2
1. TEMA	2
1.1. OBJETIVOS.....	2
1.1.1. GENERAL	2
1.1.2. ESPECIFICO	2
1.2. HIPÓTESIS.....	2
1.2.1. HIPÓTESIS GENERAL	2
1.2.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICOS	2
CAPÍTULO II	3
2. REVISIÓN DE LITERATURA	3
2.1.1. ¿QUÉ ES EL TURISMO?	3
2.1.2. EL TURISMO EN LA ACTUALIDAD	4
2.1.3. TURISTA.....	4
2.1.4. DEMANDA	5
2.1.5. OFERTAS	5
2.1.6. SERVICIOS.....	6

2.1.7.	ATRACTIVO TURÍSTICO	7
2.1.8.	INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA	7
2.1.9.	DIAGNÓSTICO	8
2.1.10.	ESTUDIOS DE MERCADO.....	9
2.1.11.	ANALISIS FODA	10
2.1.12.	FACILIDADES TURÍSTICAS	11
2.1.13.	ATRACTIVO TURÍSTICO	12
2.1.14.	FACILIDADES TURÍSTICAS	12
2.1.15.	TRABAJO DE CAMPO.....	12
CAPÍTULO III	13
3.	MATERIALES Y MÉTODOS	13
3.1.	LOCALIZACIÓN Y DURACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	13
3.1.1.	MACRO LOCALIZACIÓN.....	13
3.1.2.	MICRO LOCALIZACIÓN	14
3.2.	CONDICIONES METEOROLÓGICAS.....	14
3.3.	MATERIALES Y EQUIPOS	14
3.4.	TALENTO HUMANO	15
3.5.	FACTORES DE ESTUDIO	15
4.	METODOLOGÍA	15
CAPITULO IV	17
5.	RESULTADOS	17
5.1.	OBJETIVO N°1.-DIAGNOSTICO DEL DESARROLLO TURÍSTICO EN LA CIUDAD DE PUYO PROVINCIA DE PASTAZA.....	17
5.1.1.	INFORMACIÓN GENERAL.....	17
5.1.2.	SÍNTESIS HISTÓRICA	17
5.1.3.	TRADICIONES Y CELEBRACIONES	18
5.1.4.	ASPECTOS DEMOGRÁFICOS DE PUYO	19
5.1.5.	SECTOR ECONÓMICO DE LA CIUDAD DE PUYO.....	20
5.1.6.	CAMBIO CLIMÁTICO.....	21
5.1.7.	SITUACIÓN TECNOLÓGICA.....	23

5.1.8.	SISTEMA TURÍSTICO	23
5.1.9.	ESTRUCTURA DEL SISTEMA TURÍSTICO	24
5.1.9.1.	COMUNIDAD RECEPTORA.....	25
5.1.9.2.	GOBERNANZA.....	25
5.1.9.3.	DEMANDA.....	26
5.1.9.4.	INFRAESTRUCTURA.....	27
5.1.9.5.	ATRATIVOS	27
5.1.9.6.	OFERTAS DE SERVICIOS.....	27
5.1.10.	APLICACIÓN DE LAS ENCUESTAS Y TABULACIÓN DE DATOS	33
5.1.11.	ANÁLISIS FODA.....	55
5.2.	OBJETIVO N° 2.- IDENTIFICAR LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS QUE EXISTEN EN LA CIUDAD DE PUYO.	62
5.2.1.	ATRATIVOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE PUYO.....	62
	ATRACTIVO N°1	62
	1.5 NOMBRE: PARQUE ACUÁTICO MORETE PUYU	62
	ATRACTIVO N° 2	66
	1.4 NOMBRE: JARDÍN ETNO-BOTÁNICO OMAERE	66
	ATRACTIVO N° 3.....	70
	1.4 NOMBRE: FINCA AGROTURÍSTICA NAVEDA SANTOS	70
	ATRACTIVO N° 4.....	73
	1.4 NOMBRE: CATEDRAL DE PUYO.....	73
	ATRACTIVO N° 5.....	77
	1.4 NOMBRE: COMPLEJO TURÍSTICO PUYO GARDEN	77
	ATRACTIVO N° 6.....	80
	1.4 NOMBRE: PARQUE CENTRAL 12 DE MAYO	80
	ATRACTIVO N° 7	84
	1.4 NOMBRE: ETNO-ARQUEOLÓGICO DE PASTAZA.....	84
	ATRACTIVO N°8	88
	1.4 NOMBRE: MALECÓN TURÍSTICO BOAYACU PUYU	88

ATRACTIVO N°9	92
1.4 NOMBRE: COMPLEJO TURÍSTICO D´MARCOS	92
ATRACTIVO N° 10	95
1.4 NOMBRE: COMPLEJO TURÍSTICO LOS CHORRITOS	95
ATRACTIVO N°11	98
1.4 NOMBRE: PARQUE REAL DE AVES EXÓTICAS.....	98
ATRACTIVO N° 12	102
1.4 NOMBRE: PASEO ECOLÓGICO DE LOS MONOS	102
ATRACTIVO N° 13	107
1.4 NOMBRE: REFUGIO DE VIDA SILVESTRE YANA COCHA.....	107
ATRACTIVO N° 14	112
1.4 NOMBRE: JARDÍN BOTÁNICO LAS ORQUÍDEAS	112
ATRACTIVO N° 15	116
1.4 NOMBRE: MUSEO ETNOGRÁFICO DEL COLEGIO PASTAZA...	116
ATRACTIVO N° 16	120
1.4 NOMBRE: DIQUE PAMBAY	120
ATRACTIVO N° 17	123
1.4 NOMBRE: DIQUE LAS PALMAS	123
ESTRATEGIA N°1.- DESARROLLAR UNA CULTURA TURÍSTICA DE EXCELENCIA BASADA EN CALIDAD Y CALIDEZ	129
PROPUESTA DE LOGO	130
ESTRATEGIA N°2.- DIFUNDIR AL “PUYO” COMO UNA CIUDAD CULTURAL Y NATURAL.	133
ESTRATEGIA N ° 3.-CONSTRUIR UN PUYO, SEGURO Y CONFIABLE..	136
CAMPAÑA S.O.S TURISTA.	137
IMPLANTAR UNA CENTRAL TELEFÓNICA:	137
PROPUESTA DE STICKER.....	137
FIGURA N°5: STICKER S.O.S TURISTA.....	137
6. CONCLUSIONES	139

7. RECOMENDACIONES	140
8. RESUMEN	141
SUMMARY	142
9. BIBLIOGRAFÍA	143
10. LINGÜÍSTICA:	145
11. ANEXOS	146
ANEXO N° 1. ENCUESTA.....	146
ANEXO N°.- 2 STICKER DE CERTIFICACIÓN.....	148
ANEXO N°.-3 STICKER S.O.S TURISTA.....	149
ANEXO N°.-5 PRESUPUESTO DE CURSOS.....	150
ANEXO N°.-6 PRESUPUESTO DE CRÍPTICOS Y STICKERS	151

INDICE DE FIGURAS

FIGURA N° 1. MACRO LOCALIZACIÓN	13
FIGURA N°2 MICRO LOCALIZACIÓN	14
FIGURA N°3 ESTRUCTURA DEL SISTEMA TURÍSTICO.....	24
FIGURA N°4: I LOVE TURISTS.....	130
FIGURA N°5: STICKER S.O.S TURISTA.	137

INDICE DE GRAFICOS

GRAFICO N°1 PAÍS DE PROCEDENCIA	33
GRAFICO N°2.- CIUDAD DE PROCEDENCIA DE LOS ENCUESTADOS	35
GRAFICO N°3 GÉNERO Y EDAD.....	36
GRAFICO N°4.- EDAD DE LOS ENCUESTADOS.....	38
GRAFICO N°6 MOTIVO DE VISITA	40
GRAFICO N°7 GASTO DIARIO.....	42
GRAFICO N°8 TIEMPO DE ESTADÍA.....	43
GRAFICO N°9 SERVICIOS TURÍSTICOS QUE HACE USO DURANTE SU ESTADÍA	44
GRAFICO N°10 RANGO DE CALIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS	45
GRAFICO N°11 CONOCE USTED LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE PUYO ..	46
GRAFICO N°12 ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE PUYO	¡Error! Marcador no definido.
GRAFICO N°13 EXISTE SEÑALIZACIÓN VIAL	48
GRAFICO N°14 EXISTE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA	49
GRAFICO N°15 RECOMENDARÍA VISITAR PUYO.....	50
GRAFICO N°16 OPCIONES SON POR LAS QUE RECOMENDARÍA VISITAR LA CIUDAD DE PUYO.....	51
GRAFICO N°17 QUÉ SERVICIO TURÍSTICO DESEARÍA QUE OFRECIERA LA CIUDAD DE PUYO.....	53
GRAFICO N°18 VOLVERÍA A PUYO	54

INDICE DE TABLAS

TABLA N°1 ¿AL MOMENTO DE ELEGIR UN DESTINO TURÍSTICO USTED PREFIERE?.....	39
TABLA N°12 RANGO DE CALIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS	45
TABLA N°3 EXISTE SEÑALIZACIÓN VIAL	48
TABLA N°4 VOLVERÍA A PUYO	54

INDICE DE FOTOS

FOTO N°1: PARQUE ACUÁTICO MORETE PUYU.....	62
FOTO N° 2: JARDÍN ETNO-BOTÁNICO OMAERE	66
FOTO N°3: FINCA NAVEDA SANTOS	70
FOTO N°4: CATEDRAL DE PUYO	73
FOTO N°5: PUYO GARDEN	77
FOTO N°6: PARQUE CENTRAL 12 DE MAYO	80
FOTO N°7: ETNO-ARQUEOLÓGICO DE PASTAZA.....	84
FOTO N°8: MALECÓN	88
FOTO N 9: D`MARCO`S.....	92
FOTO N 10: LOS CHORRITOS.....	95
FOTO N 11: PARQUE REAL	98
FOTO N 12: PASEO ECOLÓGICO DE LOS MONOS	102
FOTO N 13: REFUGIO DE VIDA SILVESTRE YANA COCHA	107
FOTO N 14: JARDÍN BOTÁNICO LAS ORQUÍDEAS	112
FOTO N 15: MUSEO ETNOGRÁFICO DEL COLEGIO PASTAZA	116
FOTO N 16: DIQUE PAMBAY	120
FOTO N 17: DIQUE LAS PALMAS	123

INTRODUCCIÓN

La actividad turística en el mundo ha tenido un crecimiento superior al de otras actividades económicas, esto se evidencia en la importancia e interés de los gobiernos, establecimientos hoteleros, restaurantes, complejos turísticos y de otros servicios, en prestar particular atención a este fenómeno.

Por ello es necesario actuar con un sentido proactivo, dando protagonismo a los procesos de capacitación y formación afines a la actividad turística por parte del Ministerio de Turismo, Universidades e Instituciones involucradas puesto que constituyen un espacio propicio para desarrollar y difundir la importancia del Turismo como fuente generadora de recursos y alcanzar lo añorado por todos el “Alli Kausay”

A través de la ejecución de proyectos, planes, programas y acciones con enfoque en la capacitación, promoción turística alineados al PLANDETUR 2020, se logrará de ante mano que el turista que llega a nuestro sector reciba una atención personalizada, un servicio de calidad y sus necesidades al igual que sus deseos sean satisfechas, de esto dependerá que el viajero retorne.

Pastaza destino para los amantes de la naturaleza, cultura y aventura; dispone de múltiples atractivos, planta turística ideal que hacen de la ciudad floreciente y progresiva. Así también sus recursos naturales dignos de admiración para todos quienes nos visitan. A pesar de sus grandiosos atributos es evidente el desconocimiento de los atractivos que se encuentran en esta localidad, muchos de ellos generadores de trabajo, permiten mantener la dinámica turística de la Región.

Por este motivo es fundamental que en la ciudad de Puyo se realice un diagnóstico del desarrollo turístico y así crear estrategias que nos permitan aprovechar los recursos turísticos de forma responsable y consciente.

CAPÍTULO I

1. TEMA

Diagnóstico del desarrollo turístico en la ciudad del puyo para el diseño de un modelo de gestión estratégica que permita el aprovechamiento del turismo en la localidad

1.1. OBJETIVOS

1.1.1. GENERAL

- Realizar un diagnóstico del desarrollo turístico en la ciudad de Puyo para el diseño de un modelo de gestión estratégica que permita el aprovechamiento del turismo en la localidad.

1.1.2. ESPECIFICO

- Realizar un diagnóstico del desarrollo turístico en la ciudad de Puyo Provincia de Pastaza.
- Identificar los atractivos turísticos que existen en la ciudad de Puyo.
- Diseñar un modelo de gestión estratégica que permita aprovechar la oferta turística en la ciudad de Puyo.

1.2. HIPÓTESIS

1.2.1. HIPÓTESIS GENERAL

A través del diagnóstico adecuado del desarrollo turístico en la ciudad de Puyo, se lograra realizar un diseño de un modelo de gestión estratégica que permita el aprovechamiento del turismo en la localidad.

1.2.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICOS

- Mediante el modelo de gestión estratégica se lograra incrementar el turismo en la localidad.
- La Ciudad de Puyo posee una gran variedad de atractivos naturales y culturales, que contribuyen al desarrollo turístico de la localidad.

CAPÍTULO II

2. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1.1. ¿QUÉ ES EL TURISMO?

“La industria turística es la que se ocupa de transportar, cuidar, alimentar, y distraer a los turistas; a las cuales, en términos generales, podemos definir como aquellos que viajan fuera de su lugar de residencia”.(Vidal,2004)

Conceptualiza 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 lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural”. (Gurría, 2010)

“El Turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros “. (OMT ,2004)

“La Suma de fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de los no residentes, en tanto, en cuanto no están ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada”. (Hunziker y Krapf, 1942)

Es la suma de relaciones y de servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntario, no motivado por razones de negocios o profesionales. (Padilla, 1998)

2.1.2. EL TURISMO EN LA ACTUALIDAD

Actualmente la tendencia a nivel mundial es el turismo alternativo, la gente desea conocer, tener un contacto más estrecho con los pueblos y sus manifestaciones culturales; experimentar nuevas emociones o realizar alguna actividad fuera de lo común; conocer, disfrutar las prácticas de las labores cotidianas; o, simplemente, aprovechar de los beneficios de la naturaleza de la historia y el patrimonio de nuestros antepasados.

“En la actualidad, turismo no solo implica el viaje de turistas, sino también todo el complejo proceso de organización, promoción y prestación de los múltiples servicios por ello demandados, tanto como en el origen como en el destino, lo cual implica evidentemente diversidad de relaciones y efectos (positivos y negativos) entre quienes participan en este fenómeno sea de manera directa e indirecta”. (Quesada, 2002).

2.1.3. TURISTA

Es necesario hacer la aclaración de que turista, puede ser una persona tanto nacional o extranjera.

Turista nacional se entiende a los desplazamientos que efectúan los residentes de un país fuera de su lugar normal de domicilio, hacia otras áreas dentro del territorio de su propio país. (Acerenza ,1991).

El turista internacional) “se relaciona exclusivamente con los desplazamientos que realizan los residentes de un país a otro distinto de aquel en el cual tienen su domicilio habitual” (Acerenza ,1991).

“En este entendido, el turista vendría siendo aquel a quien dirige su oferta la industria turística”,(Errázuriz 2008)

“Aquella persona que se desplaza fuera de su entorno habitual por un periodo de tiempo superior a veinticuatro horas”. (Cabarcos 2006)

2.1.4. DEMANDA

La demanda se refiere a “, las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado”. (fisher, y espejo, 2006)

"Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca". (Ewaldo R., 2010).

"Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca". (Andrade, 2006).

Según, la autora de la presente investigación considera que: “La demanda es la cantidad de todos los bienes y/o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir y por medio de los mismos satisfacer sus necesidades, los mismos que tienen que realizar un pago a un precio establecido y en un lugar determinado.

2.1.5. OFERTAS

“Las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado. (Ewaldo, 2010)

“Las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado”; y complementando ésta definición indican que la Ley de la Oferta “son las cantidades de una

mercancía que los productores están dispuestos a poner en el mercado, las cuales, tienden a variar en relación directa con el movimiento del precio, esto es, si el precio baja, la oferta baja, y ésta aumenta a si el precio aumenta”. (Fisher y Espejo, 2006).

“La oferta complementaria la constituyen los bienes y/o servicios que se pueden servir de apoyo y atracción a nuestro proyecto. Es importante conocer las capacidades, precios y relaciones de cercanía al proyecto” además señala que “El análisis de la competencia es fundamental por varias razones, entre otras la estrategia comercial que se defina para el proyecto no puede ser indiferente a ella. Es preciso conocer la estrategia que sigue la competencia para aprovechar sus ventajas y evitar sus desventajas. Al mismo tiempo, se constituye en una buena fuente de información para calcular las posibilidades de captarle mercado y también para el cálculo de los costos probables involucrados” (Meneses, 1998)

2.1.6. SERVICIOS

Define los servicios como: “Actividades identificables que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades” Stanton, Etzel y Walter (2004)

Define un servicio de la siguiente manera: “Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico”. Kotler, Bloom y Hayes (2004)

Importancia del servicio al cliente

Los elementos que deben tomarse en cuenta al brindar servicio al cliente son: “contacto cara a cara, relación con el cliente, correspondencia, reclamos y cumplidos e instalaciones” (Calderón, 2002).

Todas las personas de la organización que entran en contacto con el cliente proyectan actitudes que afectan a éste. Consciente o inconsciente, el

consumidor siempre está evaluando la manera como la empresa hace negocios, cómo trata a los otros clientes y cómo esperaría que le trataran a él.

2.1.7. ATRACTIVO TURÍSTICO

El concepto de atractivo turístico se define como “El conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que 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. (Calderón, 2009).

2.1.8. INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA

La investigación descriptiva describe de modo sistemático las características de una población, situación o área de interés. (Tamayo Y Tamayo, 1999)

Características

Este tipo de estudio busca únicamente describir situaciones o acontecimientos; básicamente no está interesado en comprobar explicaciones, ni probar determinadas hipótesis, ni en hacer predicciones. Con mucha frecuencia las descripciones se hacen por encuestas (estudios por encuestas), aunque éstas también pueden servir para probar hipótesis específicas y poner a prueba explicaciones.

Etapas de la investigación descriptiva

Definir en términos claros y específicos qué características se desean describir.

Expresar cómo van a ser realizadas las observaciones; cómo los sujetos (personas, escuelas, por ejemplo) van a ser seleccionados de modo que

sean muestra adecuada de la población; qué técnicas para observación van a ser utilizadas (cuestionarios, entrevistas u otras) y si se someterán a una pre-prueba antes de usarlas; cómo se entrenará a los recolectores de información.

Recoger los datos.

2.1.9. DIAGNÓSTICO

La palabra Diagnóstico, proviene del griego *diagnostikós* formado por el prefijo *día* (a través), y *gnosis* (conocimiento o apto para conocer). En general, el término indica el análisis que se realiza para determinar cuál es la situación y cuáles son las tendencias de la misma. Esta determinación se realiza sobre la base de informaciones, datos y hechos recogidos y ordenados sistemáticamente, que permiten juzgar mejor qué es lo que está pasando. (Solis, 2010),

Desde un enfoque físico territorial indica que el diagnóstico consiste en el análisis de los componentes básicos de la estructura turística oferta y demanda del uso y estructura del territorio, así como del medio ambiente del sitio a planificar. (Vera, 1997).

El diagnóstico turístico es la etapa del proceso de planificación donde se establece y evalúa la situación de un destino en un momento determinado. En otras palabras, el diagnóstico consiste en una suerte de corte temporal que establece una diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística en un destino. (Ricaurte, 2009)

Desde este punto de vista, el diagnóstico constituye la fuente directa de información que nos permite tomar decisiones acerca de las futuras estrategias, así como la herramienta que nos va a permitir evaluar el éxito o fracaso de planes, programas y proyectos. En definitiva, constituye el punto

de partida y los cimientos sobre los cuales se asienta todo proceso de planificación turística.

Una vez revisado el proceso general de planificación turística y las herramientas aplicables a cada etapa, es importante empezar por definir en qué consiste exactamente el diagnóstico. De manera general, es entendido como la búsqueda y sistematización de información relativa a la oferta y la demanda turísticas en el destino, desde un enfoque físico territorial indica que el diagnóstico consiste en el análisis de los componentes básicos de la estructura turística oferta y demanda del uso y estructura del territorio, así como del medio ambiente del sitio a planificar.

En consecuencia, el éxito del diagnóstico y por lo tanto, del plan depende de que los datos y la información recogida sean coherentes con el enfoque, el nivel de planificación (escala territorial) y con los objetivos propuestos. Sin embargo, los elementos del turismo que se deben examinar son finitos e identificables.

El diagnóstico turístico es el proceso de planificación donde se establece y evalúa la situación de un destino determinado. Mediante un buen levantamiento de información y adecuada interpretación que permite la búsqueda de alternativas factibles para la solución de los problemas que se identifiquen. Mejor dicho, el diagnóstico es una planeación temporal que permite diferenciar entre la situación antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística en un destino. (Vera, 1997).

2.1.10. ESTUDIOS DE MERCADO

El estudio de mercado nos sirve para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un período de mediano plazo

y a qué precio están dispuestos a obtenerlos. Adicionalmente el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente. Nos dirá igualmente que tipo de clientes son los interesados en nuestros bienes, lo cual servirá para orientar la producción del negocio. Finalmente, el estudio de mercado nos dará la información acerca del precio apropiado para colocar nuestro bien o servicio y competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.

Por otra parte, cuando el estudio se hace como paso inicial de un propósito de inversión, ayuda a conocer el tamaño indicado del negocio por instalar, con las previsiones correspondientes para las ampliaciones posteriores, consecuentes del crecimiento esperado de la empresa.

Finalmente, el estudio de mercado deberá exponer los canales de distribución acostumbrado para el tipo de bien o servicio que se desea colocar y cuál es su funcionamiento.

El estudio de mercado busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifican la inversión en un programa de producción de un bien durante cierto período de tiempo.

Este estudio nos permite elaborar el producto o servicio de acuerdo a las necesidades y capacidad económica del consumidor para competir en el mercado. (Saira, 2009)

2.1.11. ANALISIS FODA

El Análisis DAFO, también conocido como Matriz o Análisis DOFA o FODA, es una metodología de estudio de la situación de una empresa o un proyecto, analizando sus características internas (Debilidades y Fortalezas) y su situación externa (Amenazas y Oportunidades) en una matriz cuadrada.

Proviene de las siglas en inglés SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities y Threats). (Wales, 2010).

Es una herramienta para conocer la situación real en que se encuentra una organización, empresa o proyecto, y planificar una estrategia de futuro.

Durante la etapa de planificación estratégica y a partir del análisis DAFO se debe poder contestar cada una de las siguientes preguntas:

- ¿Cómo se puede destacar cada fortaleza?
- ¿Cómo se puede disfrutar cada oportunidad?
- ¿Cómo se puede defender cada debilidad?
- ¿Cómo se puede detener cada amenaza?

Este recurso fue creado a principios de la década de los setenta y produjo una revolución en el campo de la estrategia empresarial. El objetivo del análisis DAFO es determinar las ventajas competitivas de la empresa bajo análisis y la estrategia genérica a emplear por la misma que más le convenga en función de sus características propias y de las del mercado en que se mueve.

El análisis consta de cuatro pasos:

- Análisis Externo
- Análisis Interno
- confección de la matriz DAFO
- Determinación de la estrategia a emplear

2.1.12. FACILIDADES TURÍSTICAS

Comprende el conjunto de bienes y servicios que hacen posible la actividad turística. Se refiere a las instalaciones donde los visitantes

pueden satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica del turismo. (MITUR. 2004).

2.1.13. ATRACTIVO TURÍSTICO

Son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante (MITUR. 2004).

“Atractivo Turístico es todo lugar, objeto o acontecimiento que cuenta con aptitud turista registrada y elevada, que motiva al turista a visitarlo y permanecer cierto tiempo en él”. (Garcés 1994).

2.1.14. FACILIDADES TURÍSTICAS

Comprende el conjunto de bienes y servicios que hacen posible la actividad turística.

Se refiere a las instalaciones donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica del turismo. (MITUR. 2004).

2.1.15. TRABAJO DE CAMPO

Consiste en la visita a efectuarse a los sitios para verificar la información sobre cada atractivo. Es el procedimiento mediante el cual se le asignan las características al atractivo. (MITUR. 2004).

CAPÍTULO III

3. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. LOCALIZACIÓN Y DURACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

País: Ecuador

Región: Amazónica

Provincia: Pastaza

Cantón: Pastaza

Parroquia: Puyo

3.1.1. Macro Localización

Figura N° 1. Macro Localización



Fuente: <http://ecuadortouristique.wordpress.comubicacion/>
Adaptado por: Melisa Gutiérrez

3.1.2. Micro Localización

Figura N°2 Micro Localización



Fuete:<http://www.viajandox.com/pastaza.htm>

3.2. Condiciones meteorológicas

Según el sitio web www.ecostravel.com, la ciudad de Puyo se encuentra a 950 m.s.n.m. El clima es cálido-húmedo y su temperatura durante el día oscila entre los 20 a 22°C, la humedad es de 77 a 88%; existen periodos extensos de fuertes lluvias. La dirección del viento es de 3.6ms/13kmh/8mph.

3.3. Materiales y equipos

- Laptop
- Cámara fotográfica
- Cámara de video
- Pen drive o Memoria digital
- Hojas de papel bond
- Esferos, lápices
- Impresora
- Cuaderno de campo

3.4. Talento humano

Melisa Gutiérrez: Egresada de la carrera de ingeniería en Turismo.

Personas naturales, jurídicas, empresarios turísticos.

Ing. Luis Manosalvas MBA

3.5. Factores de estudio

Cuadro N°1. Factores de estudio

FACTORES DE ESTUDIO	MEDICIÓN
Factores Sociales	<ul style="list-style-type: none">• Oferta:• Producto• Costos, servicio, atención al cliente, frecuencia de consumo.• Demanda:• Sexo, procedencia, disponibilidad económica, edad.
Factores Turísticos	<ul style="list-style-type: none">• Atractivos Turísticos más visitados.• Promoción turística.• Cultura turística.

Fuente: La Autora

Elaborado por: Melisa Gutiérrez

4. METODOLOGÍA

Para el desarrollo del presente estudio se aplicó una Investigación no experimental a través de un análisis estadístico descriptivo, empleando métodos empíricos, técnicas documentales, enmarcados en las siguientes actividades:

Estudio de la oferta:

a. Recopilación de información:

La recolección se recopiló por medio de revisión literaria y trabajo de campo.

b. Inventario: Se realizó un inventario de los atractivos turísticos de Puyo.

Estudio de la demanda:

a. Selección de la muestra

Para el desarrollo del proyecto se tomo como base realizar el cálculo de la muestra del universo desconocido ya que los datos que se obtuvieron de la población no son confiables así que se realizo el siguiente cálculo.

b. Calculo de la Muestra

Fórmula para población infinita, o se desconoce el tamaño de la muestra

$$n = \frac{z^2 p \cdot q}{e^2}$$

Dónde:

n: ∞

z: Constante(1.96)

p: probabilidad de ocurrencia de un fenómeno (0,5)

q: probabilidad de no ocurrencia de un fenómeno (0,5)

e: error máximo aceptable (0,0538)

Se realizó el siguiente análisis:

n= ∞

z= 1,96

p = 0,5

q= 0,5

E= 0,0538

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.0538)^2}$$

$$n = \frac{3.8416 (0.25)}{0.0289444}$$

$$n = \frac{9.604}{0.0289444}$$

$$n = 331,80$$

c. Aplicación de la encuesta:

Las encuestas se aplicaron conforme el cálculo de la muestra, a los turistas que visitaron la ciudad de Puyo cuyos resultados constan en el capítulo IV.

CAPITULO IV

5. RESULTADOS

5.1. Objetivo N°1.-Diagnostico del desarrollo turístico en la ciudad de Puyo Provincia de Pastaza.

5.1.1. INFORMACIÓN GENERAL

PUYO” palabra Kichwa que significa neblina, característica natural del sector, sobresale en la espesura de la selva, entre caña de azúcar, cultura, arte en balsa, gastronomía exquisita y la calidez de su gente emprendedora.

Puyo dispone de múltiples atractivos naturales y planta turística ideal que hacen de la Ciudad floreciente y progresiva. Así también sus encantos naturales, y culturas enigmáticas dignas de admiración para todos quienes nos visitan.

5.1.2. SÍNTESIS HISTÓRICA

Actualmente Puyo es una ciudad organizada que dispone de diferentes servicios para atender a los turistas nacionales e internacionales que llegan a disfrutar de los atractivos naturales y culturales que posee:

Fecha de Fundación: 12 de mayo de 1899

Protagonistas: Fray Álvaro Valladares y un grupo de indígenas canelos

Extensión: 104 Km²

Población: 40 211 habitantes (según proyección)

Altitud: entre 300 y 1.100 m.s.n.m.

Clima: Cálido húmedo

Temperatura: Entre los 17° C y 24° C.

Límites: Al Norte: Con la parroquia Fátima

Al Sur: Con las parroquias Tarqui y Madre Tierra

Al Este: Con las parroquias Diez de Agosto y Veracruz

Al Oeste: Con la parroquia Shell

DIVISIÓN POLÍTICO – TERRITORIAL

Barrios de la ciudad de Puyo

- Amazonas
- Central 12 de Mayo
- Cumandá
- Del Chofer
- El Dorado
- El Recreo
- Intipungo
- La Merced
- La Unión
- Las Palmas
- Libertad
- Mariscal
- México
- Miraflores
- Nuevos Horizontes
- Obrero
- Pambay
- Santo Domingo
- Vicentino

5.1.3. TRADICIONES Y CELEBRACIONES

La fiesta de fundación se realiza en las principales calles de la Ciudad, el 12 de Mayo las diferentes comisiones organizan varias y atractivas actividades como: Pregón de fiestas, Desfile cívico y folklórico, Bailes, Juegos populares, ferias ganaderas y agrícolas, Elección de la Reina, Verbenas populares y mucho más.

El 11 de mayo se celebra las fiestas de las nacionalidades indígenas. Presentan una gama de actividades como: desfiles folklóricos, elección de la reina, danzas típicas, ferias gastronómicas, otras.

5.1.4. ASPECTOS DEMOGRÁFICOS DE PUYO

En el año 2010, la ciudad de Puyo cantón con 36.659 habitantes, según censo 2010, registrándose un crecimiento acelerado con relación al censo del año 2001, que registraba 25.965 habitantes y 36.659 según el censo del año 2010. Mientras que la población a nivel provincial ha crecido a 83.933 habitantes en los últimos 10 años, de acuerdo al censo 2010 realizado por el INEC. En el año 2001 era de 61.779 habitantes. Esta información lo encontramos en el siguiente cuadro.

PROVINCIA	RESULTADOS POR CENSO		PORCENTAJE DE CRECIMIENTO
	2001	2010	
Galápagos	18.640	25.124	5.3 %
Santo Domingo	287.018	368.013	7 %
Pastaza	61.779	83.933	3.5 %

Fuente: www.inec.gob.ec

Elaborado por: Melisa Gutiérrez

De acuerdo a estas proyecciones, el índice de crecimiento anual de Puyo es del 3.5%, convirtiéndose en la **tercera ciudad de mayor densidad poblacional** del Ecuador, después de Galápagos y Santo Domingo. Circunstancia que puede traducirse en desarrollo, reflejándose en la expansión del área urbana, que se extiende hacia el Norte, Este y de manera especial, hacia al Sur, acercándose cada vez más a la cabecera parroquial de Tarqui.

Las nacionalidades indígenas Quichwa, Shuar, Achuar, Waorani, Shiwiar, Záparo y Andoa, representan el 16% de la población provincial, y reside tanto en las áreas rurales como urbanas.

El crecimiento de Puyo se aceleró con el asfaltado de la vía Baños Puyo, y obedece a varios factores, entre los más importantes sus recursos naturales, selva, biodiversidad, cascadas, ríos, siete nacionalidades indígenas,

afroamericanos y mestizos, fortalezas que atraen a los turistas y a la inversión privada.

5.1.5. SECTOR ECONÓMICO DE LA CIUDAD DE PUYO

La ciudad de Puyo concentra la administración pública provincial, existe una buena actividad económica cuenta con muchas facilidades como son:

Bancos: Pichincha, Guayaquil, Internacional, Austro y Fomento.

Cooperativas de ahorro: 29 de Octubre, San Francisco, Pequeña Empresa de Pastaza, Amazonas, Mushuruna, otras.

Comunicaciones: Telefonía Fija: Corporación nacional de telecomunicaciones (CNT); Móvil: Movistar, Alegro y Claro; Internet: Banda Ancha- Andinanet.

Transporte terrestre: Interprovincial, interparroquial, transporte urbano y servicio de taxis.

Hospitales: Puyo, Militar y del IESS.

También cuenta con tres ejes viales, Puyo-Quito, Puyo Tena y Puyo Macas, vías de primer orden estas vías se convierten en la puerta de entrada de turistas tanto nacionales como extranjeros.

Las principales actividades de los puyenses son, el comercio, el Turismo la construcción, la artesanía, empleo público, pequeña empresa, industrias manufactureras El turismo se está constituyendo una herramienta de desarrollo creando espacios de trabajo para los moradores.

El Puyo es una ciudad moderna, con una capacidad hotelera de más de 2.000 habitaciones. De acuerdo al estudio de la demanda turística de los feriados del año 2010 realizado por el Ministerio de Turismo. Sus atractivos se pueden distribuir en tres corredores turísticos: Puyo – Baños, Puyo –

Macas, y Puyo – Tena, con una infinidad de balnearios naturales en sus cristalinos ríos y recónditas cascadas en la exuberante selva.

El Ministerio de Turismo, conjuntamente con los Gobiernos Autónomos descentralizados, impulsa al desarrollo turístico por medio de la elaboración de material de difusión y material publicitario.

5.1.6. CAMBIO CLIMÁTICO

Se atribuye la modificación del clima a las actividades humanas estos cambios se producen sobre todos los parámetros meteorológicos: temperatura, presión atmosférica, precipitaciones, nubosidad, otros.

Haciendo referencia al calentamiento global las precipitaciones en la Provincia de Pastaza está a un nivel más alto, por lo que el futuro del Sector turístico es preocupante por el impacto que estas causan a la planta turística, si no se genera acciones contundentes que minimicen a gran escala el deterioro que produce las abundantes lluvias y la humedad.

Es una variable que como seres humanos no podemos incidir directamente pero si prevenir sus efectos y reducirlos con el uso de tecnologías innovadoras puestas en el mercado: extractor de humedad, materiales de construcción ecológicos, etc.

El Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología del Ecuador (INAMHI) señala los efectos del cambio climático en el Ecuador.

- Temperaturas fluctuantes, incluyendo extremo calor en invierno;
- Pérdida de producción agrícola y forestal debido a los cambios en los parámetros climáticos;
- Incremento de riesgo de inundaciones en las zonas costeras bajas, incluyendo el Golfo de Guayaquil y Jambelí;

- Incremento en el impacto a los caminos, puentes, edificios e infraestructura en general debido al cambio de las condiciones climáticas;
- Más aislamiento de las comunidades alejadas en épocas de fuertes precipitaciones; otros.
- Indica también las iniciativas y acciones que la comunidad puede realizar para mitigar el cambio climático.
- Cambiarse a focos ahorradores de luz (de focos incandescentes a fluorescentes) que usan 60% menos energía que uno regular;
- Escoger artefactos eléctricos, en el momento de comprarlos, que sean eficientes energéticamente. Buscar por el sello que indica;
- Usar menos agua caliente, se necesita mucha energía para calentarla, y prender el calentador sólo 20 minutos;
- Secar la ropa al sol o en una secadora a gas;
- Apagar los aparatos electrónicos cuando no se estén usando (TV, computadora, DVD, equipo de sonido);
- Reciclar en casa papeles, vidrio, fundas plásticas; Otros.

El ambiente no solo posee impactos negativos al contrario es un elemento favorable para la actividad turística para quienes lo vemos como una oportunidad de mejorar el entorno procurando un aspecto natural conservando la biodiversidad en el medio, manteniendo una relación armónica entre la arquitectura y el paisaje .

El integrar áreas verdes a una infraestructura, garantiza un escenario acogedor y agradable a más de ser un factor de ventaja competitiva.

5.1.7. SITUACIÓN TECNOLÓGICA

El desarrollo del sector turístico se debe a una serie de factores, entre los que cabe destacar la creciente globalización, los cambios en la demanda, la flexibilidad en los trámites de fronteras, el descanso creciente retribuido, el aumento de la competencia y difusión de nuevas tecnologías, entre las que se encuentran las de información y comunicación.

Esta última ha producido grandes cambios en la comunicación social gracias al desarrollo tecnológico, el Internet, móviles, banda ancha, satélites, expansión de redes informáticas.

El turismo es una actividad interterritorial que forma parte de una industria que involucra ocio y entretenimiento, necesita medios de promoción basados en medios audiovisuales que resulten atractivos para los consumidores es aquí donde la tecnología juega un papel fundamental en el desarrollo de la industria turística esta radica en la forma de acercarse a los clientes y en el equipamiento que poseen las empresas para presentar servicios de calidad. Los cambios tecnológicos varían constantemente, motivo por el cual hay que estar siempre actualizados con el propósito de ser más competitivos.

5.1.8. SISTEMA TURÍSTICO

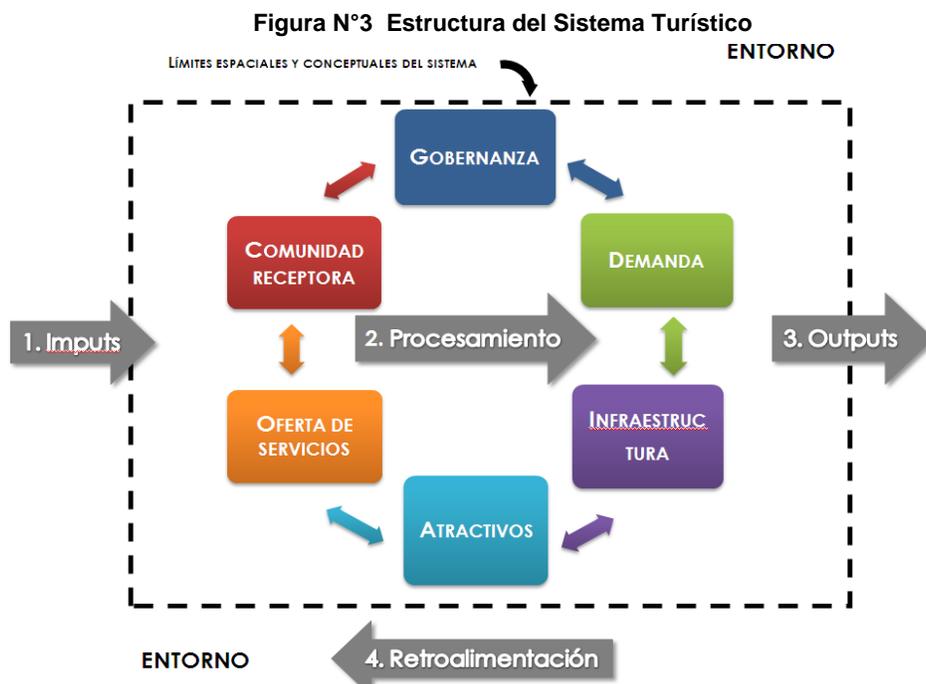
El sistema turístico de Sergio Molina (2000), se ha tomado como base para diseñar la metodología del diagnóstico turístico local. Se ha considerado como el más apropiado porque es el único que toma en cuenta a la comunidad receptora y a las organizaciones de apoyo al turismo como una parte fundamental del desarrollo de la actividad en el destino.

Por otra parte, la propuesta de Sergio Molina se asienta en la Teoría General de Sistemas y desde ese punto de vista considera al sistema turístico como

un sistema abierto que está inserto en un entorno social, ambiental, político y económico lo que nos proporciona una base teórica para la práctica de un turismo sostenible, responsable con la comunidad receptora y dinámico económica y políticamente.

5.1.9. ESTRUCTURA DEL SISTEMA TURÍSTICO

El sistema turístico según los autores Carla Ricaurte Quijano & Sergio Molina está compuesto por seis elementos que agrupan a todos los actores sociales del turismo, así como a los atractivos, servicios turísticos y básicos que son necesarios para el funcionamiento de la actividad, los cuales tienen una entrada, un procesamiento, una salida y una retroalimentación del sistema turístico.



Fuente: Carla Ricaurte Quijano que a su vez se baso en la propuesta de Sergio Molina, 2000.

Cada componente al interior de cada subsistema han sido adaptados por Carla Quijano de los originales de Sergio Molina para actualizarlos con las nuevas tendencias de desarrollo de la actividad y con base en los

parámetros de la Organización Mundial de Turismo, la Ley de Turismo del Ecuador y el PLANDETUR 2020.

Por lo tanto, tendremos de base la estructura del sistema turístico para realizar nuestro diagnóstico

5.1.9.1. COMUNIDAD RECEPTORA

La comunidad receptora se ha considerado un elemento esencial en el sistema turístico ya que no sólo abarca el espacio geográfico y sus habitantes, sino también las características propias de éstos y las relaciones y manifestaciones que se generen entre los habitantes de las mismas. En otras palabras, la comunidad implica los aspectos tangibles e intangibles de la misma. Aspectos como las tradiciones, la gastronomía, el vestido, el idioma, así como el conjunto de valores, creencias, actitudes y aspectos similares también forman parte de la comunidad.

Estos servicios incluyen no sólo aquellos relacionados con la satisfacción de necesidades fisiológicas (hospedaje y alimentación), sino también aquellos como servicios médicos, de recreación, y de consumo; es decir, servicios que fueron mayormente generados para beneficio de la comunidad local pero que son paralelamente aprovechados por el turismo.

El grado de amabilidad u hostilidad que la comunidad receptora presente es de suma importancia a tal grado de poder determinar la visita o el regreso de turistas al destino. En este mismo sentido, la disposición de la comunidad local ante el turismo puede definir el éxito o fracaso del destino turístico.

5.1.9.2. GOBERNANZA

El Ministerio de Turismo del Ecuador con apoyo del Gobierno Nacional en el año 2004 impulsó el desarrollo turístico del País a través de la ejecución de proyectos, planes, programas y acciones con enfoque en la capacitación, promoción, levantamiento de información, cofinanciamiento de proyectos de dinamización turística y desarrollo de productos alineados al Plan Operativo

Anual y Plan Estratégico de Desarrollo del Turismo Sostenible en Ecuador hacia el año 2020.

Con la aplicación de las estrategias del PLANDETUR 2020 el turismo en Ecuador registró un incremento del 9,38, durante el primer semestre de 2010, superando la media de las Américas que alcanza el 7%, según la actualización provisional del Barómetro del Turismo de la Organización Mundial del Turismo (OMT).

En el 2009 se determina la estrategia de la Ruta del Agua. El Mintur inicio el proceso de implementación de la estrategia desde el 2010 para la amazonia en el año 2011, se desarrollaron algunos proyectos a nivel de la amazonia en el 2012, se está estructurando una propuesta de promoción de la ruta del agua. o Yaku Ñamby.,

Esta es una estrategia de potencialización del turismo sostenible, proyecto integral de la Amazonía que permite la articulación total de los esfuerzos públicos, privados y comunitarios en pos de un desarrollo ordenado y planificado en cada una de las localidades. Para captar un mayor flujo turístico, resultados que hoy en día se visualizan en feriados de la Provincia de Pastaza.

Actualmente el MINTUR, conjuntamente con los gobiernos autónomos descentralizados impulsa el desarrollo turístico con la elaboración de material de difusión y promoción turística de los diferentes cantones.

5.1.9.3. DEMANDA

Puyo recibe varios tipos de clientes que vienen a disfrutar de los diferentes atractivos turísticos: acompañados de sus familias, amigos y enamorados/as, cuya motivación principal es la distracción a través de los deportes extremos, visita a comunidades indígenas, degustar de la deliciosa gastronomía y la

visita a los diferentes diques y atractivos turísticos donde se observa los paisajes naturales y culturales que posee Puyo.

5.1.9.4. INFRAESTRUCTURA

Puyo cuenta con una amplia infraestructura turística básica y complementaria integrada por los servicios básicos como: agua potable, energía eléctrica, alcantarillado, servicios de salud y gasolineras. Aquí se identifican además los servicios de transporte en sus diferentes tipos; terrestre, fluvial, y aéreo, Cuenta también con vías de acceso de primer orden hacia los diferentes destinos y un moderno terminal terrestre que permite la llegada de quienes llegan atraídos por la fascinante riqueza natural y cultural con que cuenta nuestra Provincia, así también la presencia del aeropuerto “Rio Amazonas” ubicado en la parroquia Shell facilita la movilización de la demanda y su traslado desde y hacia otras ciudades del Ecuador.

Por otro lado la infraestructura complementaria permite a nuestros visitantes su distracción, esparcimiento y el deguste de exquisita y variedad gastronomía, satisfaciendo sus necesidades, deseos y requerimientos a través de la planta e equipamiento turístico existente.

5.1.9.5. ATRACTIVOS

Puyo cuenta con una variada y genuina oferta de atractivos naturales y culturales, disponible a todos los turista que arriban a la ciudad, podrán observar paisajes naturales, realizar convivencias culturales, practicar deportes extremos, visitar los diferentes establecimientos turísticos y disfrutar de una variada gastronomía.

5.1.9.6. OFERTAS DE SERVICIOS

Alojamiento

La ciudad cuenta con toda la infraestructura necesaria para garantizar la mejor estadía y comodidad al turista nacional y extranjero, en sus diferentes

tipologías: Hoteles, Hostales, Hostales residenciales, Hosterías, Cabañas y Moteles, que van desde 1 a 4 categoría.

Alimentación y bebidas.

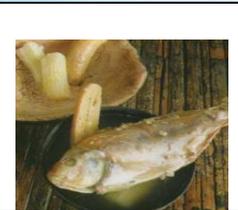
La gastronomía de una región cumple un papel fundamental para el desarrollo de la actividad turística, razón que para la práctica del turismo se necesita viajar y en este lapso de tiempo nuestro organismo requiere de alimentos, igualmente el turismo conlleva tiempo y disposición que puede ser utilizado para varias actividades, una de ellas, para degustar comida distinta a la cotidiana de la que siempre nos alimentamos, por lo que los restaurantes en los destinos turísticos son un importante atractivo y generador de recursos, al fin y acabo representa la identidad parte de las costumbres y tradiciones de una cultura, captando y trayendo una mayor demanda turística a una determina región.

Es por ello que la red gastronómica de la ciudad de Puyo cuenta con diversos restaurantes que mantienen una infraestructura apropiada, facilitando un servicio de calidad, característica que varia de acuerdo a la categoría que va desde lujo hasta cuarta categoría, situación que contribuye al bienestar, disfrute y satisfacción de los turistas.

Olores, colores, sabores, texturas y creencias forman parte de la oferta gastronómica, preparadas con técnicas culinarias tradicionales y otras algo sofisticadas con especialidades internacionales, nacionales y locales. Hay por supuesto opciones para todos los presupuestos y gustos.

Cuadro N°2: Comida típicas de Puyo

NOMBRE	REFERENCIA	IMAGEN
<p>Tamal de palmito(<i>Chamaerops humilis</i>) con carne de chancho(<i>Sus scrofa domestica</i>)</p>	<p>Preparación de tradición serrana, fusionada con productos Amazónicos, ya que sus ingredientes están referidos a estos dos sectores.</p>	

<p>Tamal de Yuca (<i>Manihot esculenta</i>)</p>	<p>El tamal es una preparación introducida por la gente proveniente de la región andina y se adoptó la utilización de los productos de la zona</p>	
<p>Tamal de pollo (<i>Oreochromis sp</i>)</p>	<p>Es una preparación de la serranía, que ha sido adaptada con productos Amazónicos para su preparación.</p>	
<p>Tamal de Papachina (<i>Colocasia esculenta</i>)</p>	<p>Tomado como base la papachina, que posee altos nutrientes se preparó este tamal; dando un uso adecuado al producto del medio.</p>	
<p>Caldo de Carachama (<i>Ancistrus Tamboensis</i>)</p>	<p>La carachama es un pez que habita en los ríos de la Amazonia. Es conocido el eslabón entre el pez prehistórico y el pez actual. Constituye parte de los alimentos tradicionales de las culturas indígenas.</p>	
<p>Caldo de Tilapia (<i>Oreochromis sp</i>)</p>	<p>Preparación tradicional de las nacionalidades indígenas, con el sazón peculiar en el que solo se incluye sal y agua. La tilapia es un pez introducido en la Región de fácil manejo y producción.</p>	
<p>Ceviche de palmito (<i>Gallus domesticus</i> con tilapia (<i>Oreochromis sp</i>))</p>	<p>El ceviche es una preparación de origen costeño. Los colonos han llevado consigo en su gastronomía y se ha ido funcionando con productos de la zona</p>	
<p>Tilapia (<i>Oreochromis sp</i>) al vapor</p>	<p>Se los puede encontrar en toda la Amazonia. La tilapia se la puede preparar al vapor, asadas, fritas, etc.</p>	
<p>Ceviche de caracol (<i>Helix pomatia</i>)</p>	<p>El caracol es una especie que está siendo cultivada, se utiliza en especial para hacer el ceviche que es muy apetecida por los turistas.</p>	
<p>Ayampaco de pollo (<i>Oreochromis sp</i>)</p>	<p>Es una preparación tradicional Amazónica que ha sido acogida por la población mestiza. Constituye un producto de integración cultural.</p>	

<p>Maito de tilapia (<i>Oreochromis sp</i>) con palmito (<i>Chamaerops humilis</i>)</p>	<p>Se ha preparado este plato desde la introducción de la tilapia a la región Amazónica, el maito es una técnica que se han utilizado las culturas indígenas desde hace varias décadas.</p>	
<p>Maito de Carachama (<i>Ancistrus Tamboensis</i>)</p>	<p>Es un preparación que constituye parte de la identidad de las culturas indígenas, se la conoce como maito o ayampaco, Y de igual forma se lo conoce al pez como caracha o carachama.</p>	
<p>Pollo (<i>Oreochromis sp</i>) al Arazá (<i>Eugenia stipitata</i>)</p>	<p>El arazá es una fruta exótica de la Amazonia, que crece por temporadas. En el Cantón Mera se ha experimentado con la preparación del pollo al arazá desde hace 5 años.</p>	
<p>Ceviche volquetero (Puyo)</p>	<p>Nació de la necesidad de brindar un alimento alternativo para los choferes de volquetas, que trabajaban en la construcción de carreteras hace mas de 30 años por lo que adopto el nombre de "el volquetero" creado por le Sr. Homero Escobar Del restaurant Astoria, actualmente se lo vende en varios establecimientos de la Provincia.</p>	
<p>Ceviche de Trucha (<i>Oncorhynchus mikiss</i>)</p>	<p>Este ceviche tiene el concepto costeño, se hicieron pequeñas modificaciones en su preparación; fue una creatividad de la Ing. Margarita Cajo.</p>	
<p>Hormiga ucuí</p>	<p>Es una tradición de las culturas indígenas que se ha adaptado a un consumo de los pobladores locales. Es un preparad muy apetecido por su delicioso aroma y sabor. Únicamente se puede degustar en dos épocas al año en toda la Amazonia.</p>	
<p>Tamales de carne</p>	<p>El tamal es introducido de la Sierra, se lo combina con productos Amazónicos como el palmito.</p>	
<p>Maito de Trucha (<i>Oncorhynchus mikiss</i>)</p>	<p>La trucha es un pez que se esta cultivando en las zonas altas de la Amazonia</p>	
<p>Muchines de yuca (<i>Manihot esculenta</i>)</p>	<p>La yuca es uno de los principales alimentos de la Amazonia, esta guarnición puede acompañar a platos fuertes, o servirse como bocaditos.</p>	

<p>Chontaduro (Bactris gasipaes) cocinada</p>	<p>La choncha es un producto con alta concentración de vitaminas, se puede disfrutar en toda la Amazonia.</p>	
<p>Pincho de Chontacuro</p>	<p>El chontacuro es una larva de escarabajo que crece en las palmas que han sido cortadas; son muy apetecidas por su aroma y sabor. Se le tribuye propiedades medicinales para la pulmonía y problemas respiratorios.</p>	
<p>Pastel de Cugo</p>	<p>El cugo es un fruto parecido a la calabaza que se cultiva en comunidades del cantón Mera. Rosario Villarroel es quien ha creado esta preparación.</p>	
<p>Postre de naranjilla (Solanum quitoense)</p>	<p>La naranjilla es un producto consumido a nivel nacional se produce en abundancia en la Región Amazónica, y los habitantes en distintas preparaciones, se han en bebidas, postres e incluso en aderezo de algunas recetas.</p>	
<p>Chicha de Chontaduro (Bactris gasipaes)</p>	<p>Es una preparación que se ha consumido desde siglos pasados por la nacionalidades indígenas, esta bebida se puede saborear en toda la Amazonia.</p>	
<p>Aroma y sabor de Pastaza</p>	<p>Esta bebida se creó a raíz de un concurso en la Provincia, en donde la Ing. María Isabel Escobar salió triunfadora.</p>	
<p>Batido de Noni (Morinda citrifolia L.)</p>	<p>Es una bebida que se atribuye propiedades curativas</p>	
<p>Chicha de Yuca (Manihot esculenta)</p>	<p>La chicha de yuca es preparada por las comunidades indígenas desde tiempos no registrados se la puede saborear en toda la Amazonia</p>	
<p>Chicha de Ungurahua</p>	<p>La chicha de yuca se la incorpora la unguahua ya que también es una tradición hereda.</p>	

<p>Agua Hierva Luisa (<i>Cymbopogon citratus</i>)</p>	<p>Esta bebida refrescante se la puede tomar en toda la Amazonia.</p>	
<p>Agua de Guayusa (<i>Ilex guayusa Loes</i>)</p>	<p>En la Amazonia crece más de 10 especies de guayusa, se le atribuye propiedades medicinales y curativas.</p>	
<p>Jugo de Caña Y Sánduche</p>	<p>La Provincia de Pastaza se destaca por los cultivos de caña, en varias localidades como Tarquí, Fátima, Teniente Hugo Ortiz, etc. La caña se utiliza como materia prima para varios preparados.</p>	
<p>Vinillo de Yuca (<i>Manihot esculenta</i>)</p>	<p>Es un legado de la cultura Kichwa Amazónica que se prepara en los Hogares.</p>	
<p>Macerado</p>	<p>Se ha instalado varios locales de venta de derivados de la caña en la Provincia, en donde se puede beber este preparado (Barrio el Dorado) y también en el trascurso de la vía Puyo-Tena</p>	

Fuente: Guía gastronómica de la provincia de Pastaza

Elaborado por: Melisa Gutiérrez

Diversión y actividades

La ciudad cuenta con parques y recorridos ecológicos de corta duración junto a ríos, parques y complejos turísticos. Además se puede practicar la natación en balnearios conocidos como “Diques”(Muro grueso que se construye para contener las aguas, para elevar su nivel).

Si desea disfrutar de las actividades nocturnas la ciudad ofrece bares y discotecas con buen ambiente.

5.1.10. Aplicación de las encuestas y tabulación de datos

Previo al desarrollo del modelo de gestión estratégica se realizó las encuestas a los turistas que nos visitaron en la ciudad del Puyo.

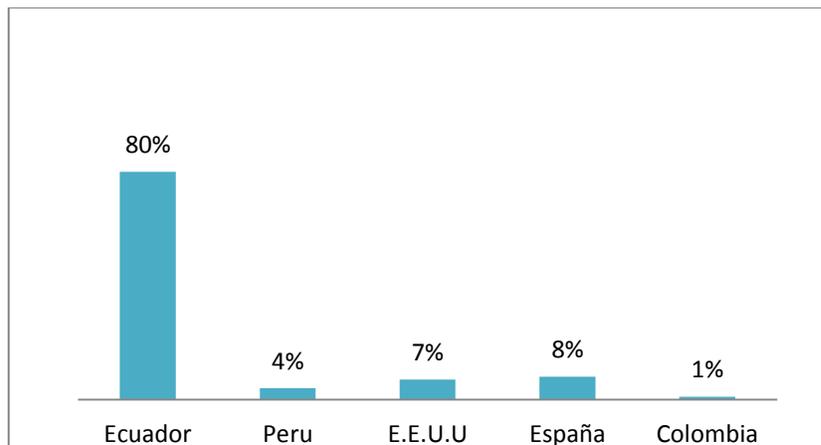
Pregunta 1.- Escriba el país y ciudad de procedencia

CuadroN°3 País de Procedencia

PAIS	N° DE VISITAS	PORCENTAJE
Ecuador	307	80%
Perú	15	4%
E.E.U.U	25	7%
España	30	8%
Colombia	5	1%
TOTAL	382	100%

Elaborado por: Melisa Gutiérrez

Grafico N°1 País de Procedencia



Elaborado por: Melisa Gutiérrez

- **Análisis:**

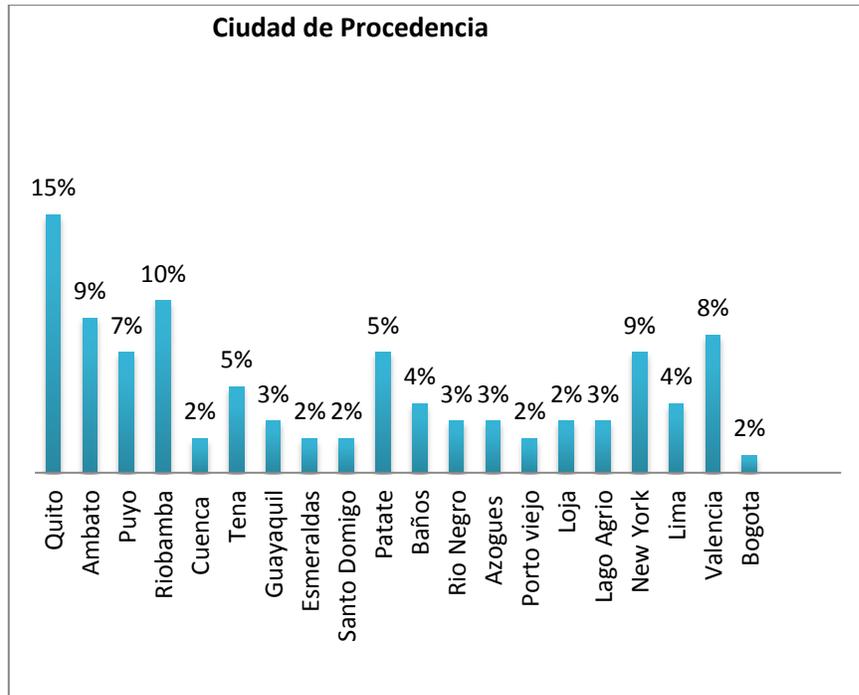
En el grafico N° 1 Observamos que a la ciudad de Puyo concurren en su gran mayoría turistas nacionales con un 80% y extranjeros el 20 %.Esto se justifica con la información obtenida del Ministerio de Turismo del Ecuador donde menciona que el País presenta un crecimiento del 4% anual para el turismo receptivo y un 10% para el turismo interno

Cuadro N°4.- Ciudad de procedencia de los encuestados

CIUDAD	No. DE VISITAS	PORCENTAJE
Quito	58	15%
Ambato	35	9%
Puyo	26	7%
Riobamba	38	10%
Cuenca	6	2%
Tena	19	5%
Guayaquil	11	3%
Esmeraldas	9	2%
Santo Domingo	8	2%
Patate	21	5%
Baños	15	4%
Rio Negro	6	3%
Azogues	12	3%
Porto viejo	7	2%
Loja	8	2%
Lago Agrio	13	3%
New York	35	9%
Lima	15	4%
Valencia	31	8%
Bogotá	9	2%
TOTAL	382	100%

Elaborado por: Melisa Gutiérrez

Grafico N°2.- Ciudad de procedencia de los encuestados



Fuente: Formato de encuesta de la presente investigación
Elaborado por: Melisa Gutiérrez

- **Análisis:**

En este grafico se logra identificar que los turistas que acuden a la ciudad de Puyo provienen en su mayoría de la Región Sierra con 48%, el 23% corresponde al turismo extranjero, el 21% de la región Amazónica, y un 7% a la región Costa. Podemos identificar mediante este grafico que Puyo tiene una gran aceptación por parte de los habitantes de la región sierra que se convertirían en nuestro mercado potencial.

Pregunta N.-2 Escriba su género y edad.

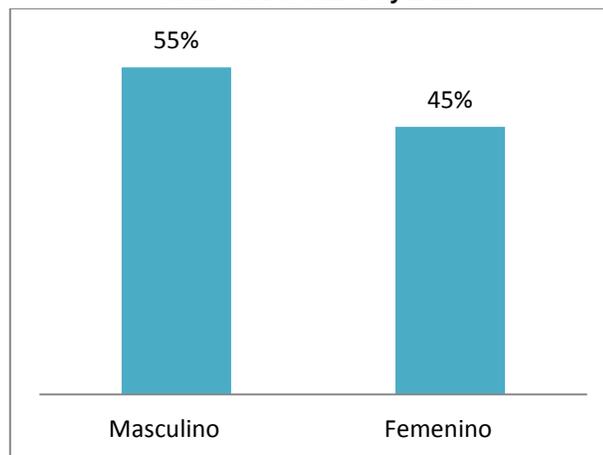
Cuadro N°5 Género y Edad

GENERO	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Masculino	209	55%
Femenino	171	45%
TOTAL	380	100%

Fuente: Formato de encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Melisa Gutiérrez

Grafico N°3 Género y Edad



Elaborado por: Melisa Gutiérrez

- **Análisis:**

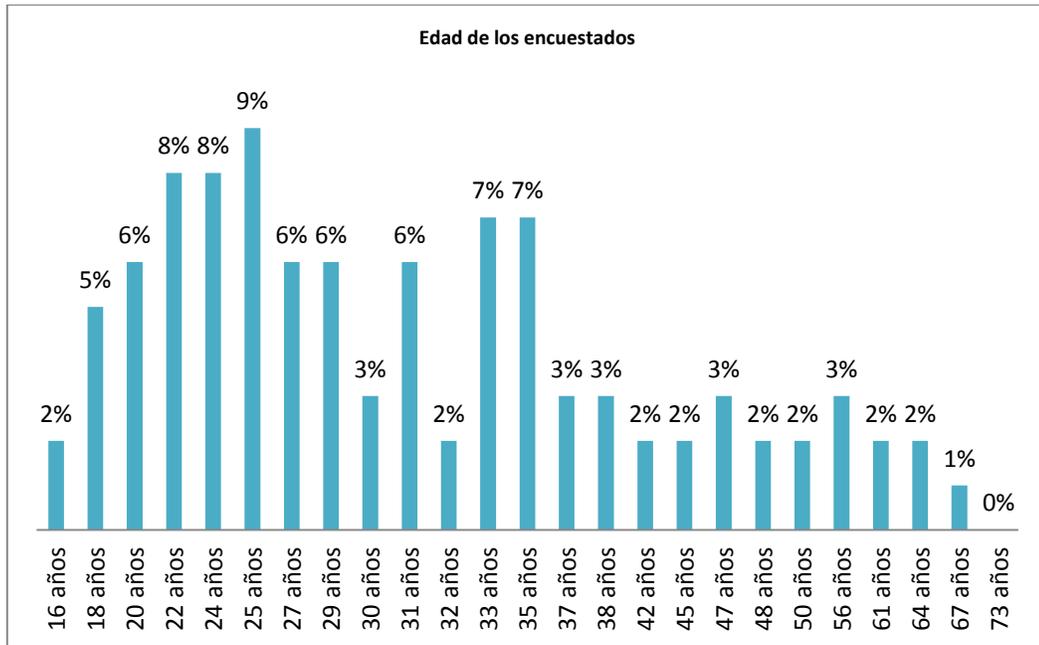
Se observa en el gráfico que el 55% de las personas encuestadas pertenecen al género masculino y 45% el género femenino. Se refleja que en la actualidad la mujer forma parte importante en la sociedad y que ya es parte de los procesos operativos y administrativos permitiéndole formar parte de la población económicamente activa.

Cuadros N°6.- Edad de los Encuestados

EDAD	N°	PORCENTAJE
16 años	7	2%
18 años	21	5%
20 años	22	6%
22 años	29	8%
24 años	29	8%
25 años	33	9%
27 años	23	6%
29 años	23	6%
30 años	10	3%
31 años	22	6%
32 años	8	2%
33 años	26	7%
35 años	27	7%
37 años	12	3%
38 años	13	3%
42 años	9	2%
45 años	8	2%
47 años	12	3%
48 años	7	2%
50 años	8	2%
56 años	10	3%
61 años	8	2%
64 años	9	2%
67 años	5	1%
73 años	1	0%
TOTAL	382	100%

Elaborado por: Melisa Gutiérrez

Grafico N°4.- Edad de los Encuestados



Elaborado por: Melisa Gutiérrez

- **Análisis:**

Dentro de la pregunta N.- 2: Se observa en el gráfico que el rango de edad promedio de los turistas que visitan la ciudad de Puyo oscila entre los 18 a 35 años siendo esta nuestra demanda potencial. Situación que da a interpretar que son personas joven adulta económica mente activa que disfrutan de los atractivos naturales y culturales que ofrece la ciudad.

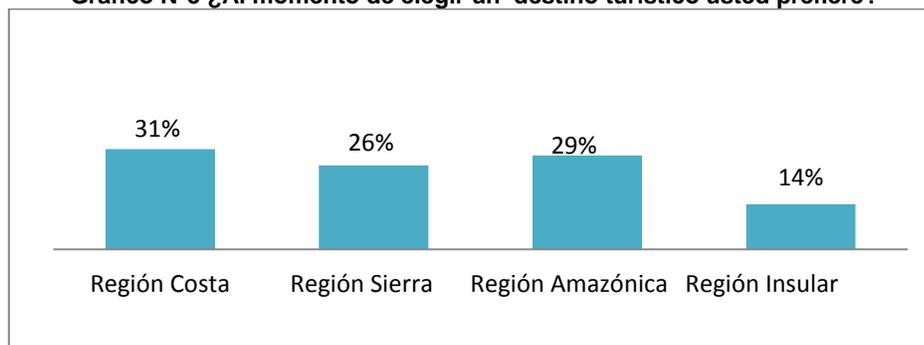
Pregunta N.-3 ¿Al momento de elegir un destino turístico usted prefiere?

Tabla N°1 ¿Al momento de elegir un destino turístico usted prefiere?

REGIÓN	N°	PORCENTAJE
Región Costa	120	31%
Región Sierra	98	26%
Región Amazónica	109	29%
Región Insular	55	14%
TOTAL	382	100%

Elaborado por: Melisa Gutiérrez

Grafico N°5 ¿Al momento de elegir un destino turístico usted prefiere?



Elaborado por: Melisa Gutiérrez

• Análisis:

En el gráfico N° 3 se observa que las regiones más visitadas son la costa con 31% y le sigue la región amazónica con 29% de aceptación, la región sierra con 26% y la región insular con un 14%. Se obtiene resultado que la región Amazónica sí tiene una buena aceptación por parte de los turistas ya que ocupa el segundo lugar de preferencia al momento de elegir un destino Turístico es muy importante destacar que nuestra región cuenta con una gran variedad de lugares turísticos paisajes naturales y culturales aptos para realizar diferentes actividades.

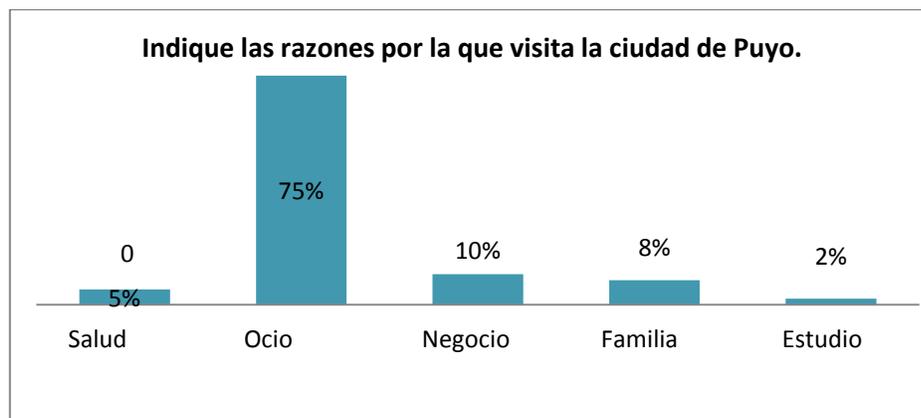
Pregunta N.-4 Indique la razón por la que visita la ciudad de Puyo.

Cuadro N°8 Motivo de visita

ALTERNATIVAS	N°	PORCENTAJE
Salud	19	5%
Ocio	287	75%
Negocio	39	10%
Familia	37	10%
Estudio	0	0%
TOTAL	382	100%

Elaborado por: Melisa Gutiérrez

Grafico N°6 Motivo de visita



Elaborado por: Melisa Gutiérrez

• **Análisis:**

En el grafico N.- 4: Se observa que a la ciudad de Puyo viajan los turistas por motivo de ocio con un 75%; el 10% viaja por negocios, el 8% por familia, el 5% motivo de salud y el 2% por motivo de estudio. Se concluye que los turistas vienen a la ciudad de Puyo en su mayoría por motivo de ocio debido a poseer una gran variedad de atractivos turísticos donde se puede realizar deportes de aventura, turismo comunitario, cultural y de naturaleza.

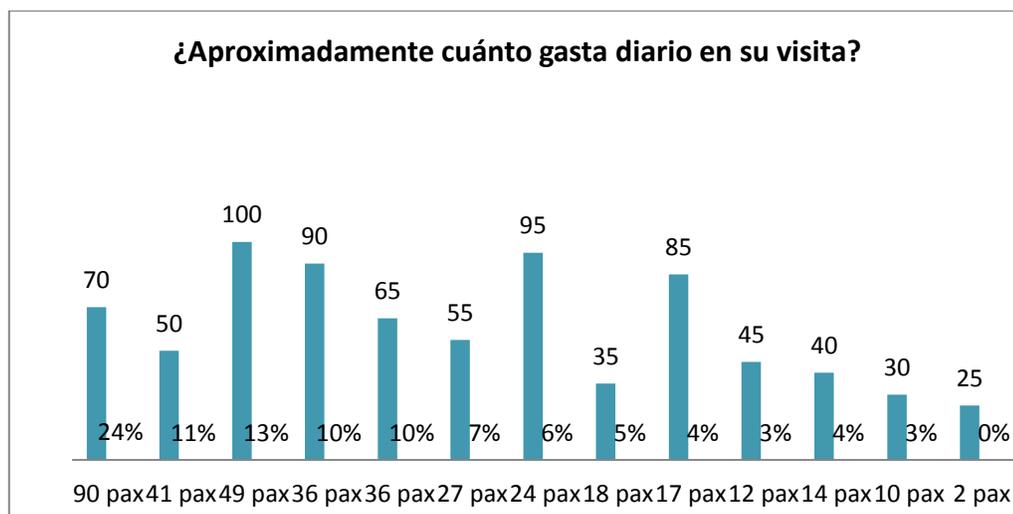
Pregunta N.-5 ¿Aproximadamente cuánto gasta diario en su visita y mencione el tiempo de estadía?

Cuadro N°9 Gasto diario

N° DE PERSONAS	GASTO DIARIO (USD)	PORCENTAJE
90	70	24%
41	50	11%
49	100	13%
36	90	10%
36	65	10%
27	55	7%
24	95	6%
18	35	5%
17	85	4%
12	45	3%
14	40	4%
10	30	3%
2	25	0%
376		100%

Elaborado por: Melisa Gutiérrez.

Grafico N°7 Gasto diario



Elaborado por: Melisa Gutiérrez

- **Análisis:**

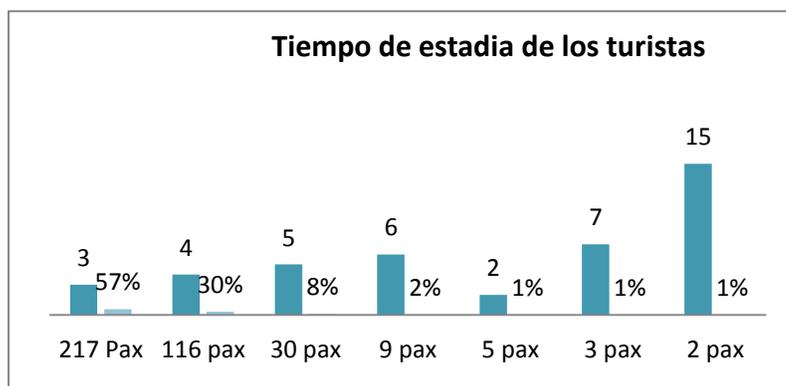
En el grafico N.- 5: Se observa que el 24% de los turistas que visitan la ciudad de Puyo gasta 70 dólares por día; el 13% gasta 100 dólares por día, el 11% gasta 50 dólares diarios, el 10% gasta 90 y 65 dólares diarios, el 6% gasta 95 dólares por día, el 4% gasta 85 dólares por día y el 19% gastan en un promedio de 25 a 55 dólares por día. Esto nos da como resultado que los turistas gastan en las diferentes actividades que realizan en su visita entre 50 y 100 dólares diarios esto contribuye a la economía de nuestra ciudad.

Cuadro N°10 Tiempo de estadía

N° DE PERSONAS	TIEMPO DE VISITAS (DÍAS)	PORCENTAJE
217 Pax	3	57%
116 pax	4	30%
30 pax	5	8%
9 pax	6	2%
5 pax	2	1%
3 pax	7	1%
2 pax	15	1%
382 pax		100%

Elaborado por: Melisa Gutiérrez

Grafico N°8 Tiempo de estadía



Elaborado por: Melisa Gutiérrez

- **Análisis:**

En el gráfico se observa que el 57% y 30% de los turistas que visitan la ciudad de Puyo tienen un tiempo de estadía de 3 a 4 días. Se concluye que el tiempo de visita de un turista en su mayoría no es más de 4 días en los cuales hacen uso de los diferentes servicios turísticos de la ciudad.

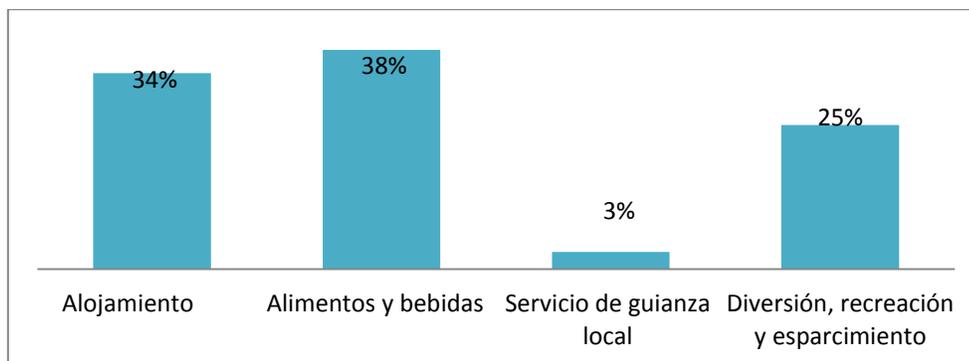
Pregunta N.-6 ¿Cuáles son los servicios turísticos que hace uso durante su estadía en la ciudad de Puyo?

Cuadro N°11 Servicios turísticos que hace uso durante su estadía

ALTERNATIVAS	N° DE RESPUESTAS	PORCENTAJE
Alojamiento	345	34%
Alimentos y bebidas	382	38%
Servicio de guianza local	30	3%
Diversión, recreación y esparcimiento	256	25%
TOTAL		100%

Elaborado por: Melisa Gutiérrez

Grafico N°9 Servicios turísticos que hace uso durante su estadía



Elaborado por: Melisa Gutiérrez

• **Análisis:**

En el grafico se observa que el servicio que mayor demanda son los establecimientos de alimentos y bebidas con el 38%, seguido de los establecimientos de alojamiento con el 34%, con un 25% Diversión, recreación y esparcimiento y con un 3% el servicio de guianza local. Se concluye que el servicio de mayor demanda es alimentos y bebidas gracias a su gran variedad gastronómica y el servicio de menor demanda es el guías locales por lo que es importante enfatizar ya que los turistas que visitaron nuestra ciudad venían con sus propios guías esto

no permite que nuestros guías sea quienes den a conocer nuestro ciudad.

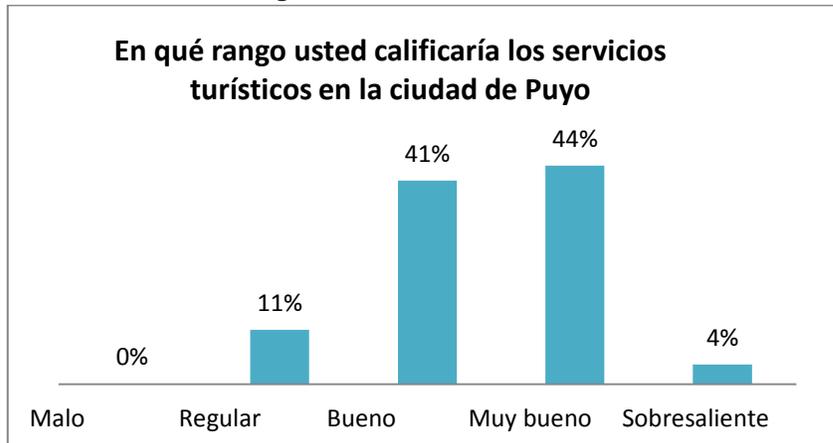
Pregunta N.-7¿En qué rango usted calificaría los servicios turísticos en la ciudad de Puyo? Subraye una respuesta

Tabla N°12 Rango de calificación de los servicios turísticos

ALTERNATIVAS	N°	PORCENTAJE
Malo	0	0%
Regular	41	11%
Bueno	157	41%
Muy bueno	169	44%
Sobresaliente	15	4%
TOTAL	382	100%

Elaborado por: Melisa Gutiérrez

Grafico N°10 Rango de calificación de los servicios turísticos



Elaborado por: Melisa Gutiérrez

• **Análisis:**

En el grafico se puede observar que el 44% de los encuestados opinan que el servicio que ofrecen los diferentes establecimientos son muy buenos en su atención, el 41% considera la atención como buena, el 11% considera que la atención es regular y el 4% nos menciona que es excelente.

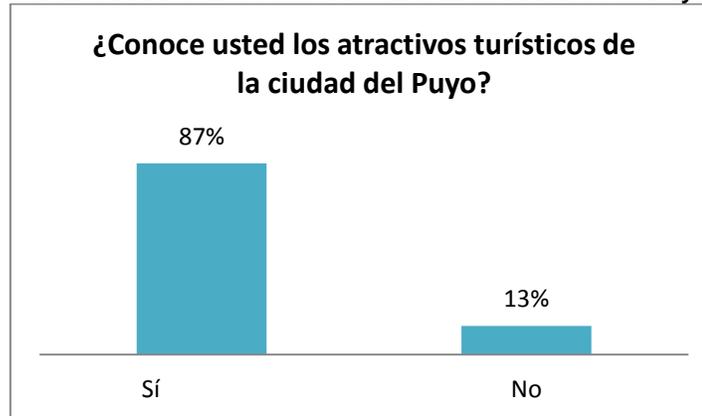
Pregunta N.-8 ¿Conoce usted los atractivos turísticos de la ciudad del Puyo? Cuáles.

Cuadro N°13 Conoce usted los atractivos turísticos de Puyo

ALTERNATIVAS	N°	PORCENTAJE
Sí	334	87%
No	48	13%
TOTAL	382	100%

Elaborado por: Melisa Gutiérrez

Grafico N°11 Conoce usted los atractivos turísticos de Puyo



Fuente: Formato de encuesta de la presente investigación

Elaborado por: Melisa Gutiérrez

• Análisis:

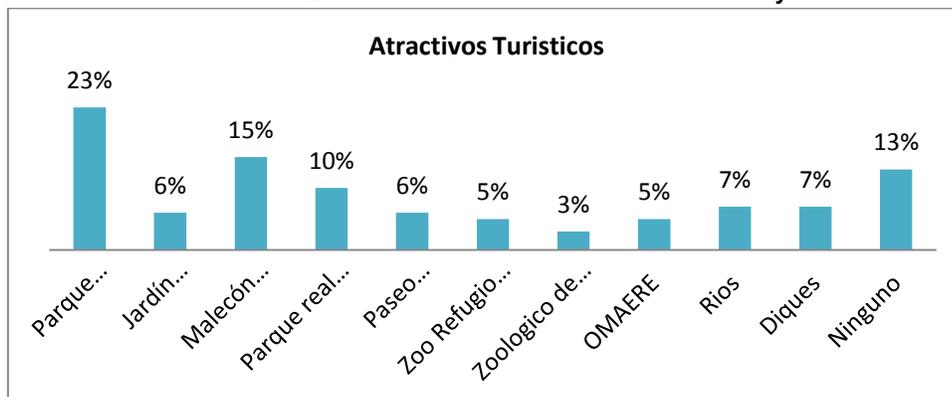
En el grafico N°8 se observa que el 87% de los turistas si conoce lugares turísticos de la ciudad y un 13% no. Esto nos a conocer que un gran porcentaje de los turistas que visitan nuestra ciudad ya tienen conocimiento de los atractivos turísticos que ofrece nuestra ciudad.

Cuadro N°14 Atractivos turísticos de la ciudad de Puyo

ATRATIVOS TURÍSTICOS	N°	TOTAL
Parque Acuático Morete Puyo	88	23%
Jardín Botánico las Orquídeas	21	6%
Malecón Turístico Boayacu Puyo	57	15%
Parque real de Aves Exóticas	39	10%
Paseo Ecológico de los Monos	23	6%
Zoo Refugio de Vida Silvestre “Yana Cocha”	20	5%
Zoológico de Tarqui	13	3%
OMAERE	20	5%
Ríos	28	7%
Diques	25	7%
Ninguno	48	13%
TOTAL	382	100%

Fuente: Formato de encuesta de la presente investigación
Elaborado por: Melisa Gutiérrez

Gráfico N°12 Atractivos turísticos de la ciudad de Puyo



Elaborado por: Melisa Gutiérrez

• **Análisis:**

En el gráfico N.- 8: Se observa que el atractivo más representativo de Puyo es el Parque Acuático con el 23% seguido del paseo turístico Puyo con un porcentaje del 15%, por lo cual es importante conservar y preservar en buen estado los atractivos de la ciudad.

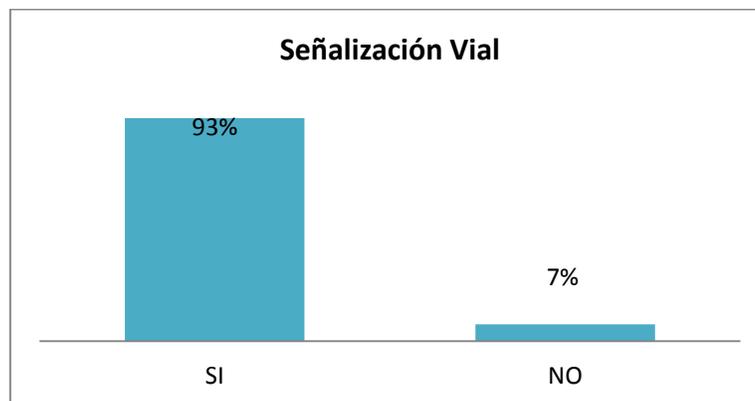
Pregunta N.-9 ¿Para llegar a los diferentes atractivos turísticos dentro de la ciudad existe señalización vial e información turística?

Tabla N°3 Existe señalización vial

VIAL	SI	354	93%
	NO	28	7%
	TOTAL	382	100%

Elaborado por: Melisa Gutiérrez

Grafico N°13 Existe señalización vial



Elaborado por: Melisa Gutiérrez

• Análisis:

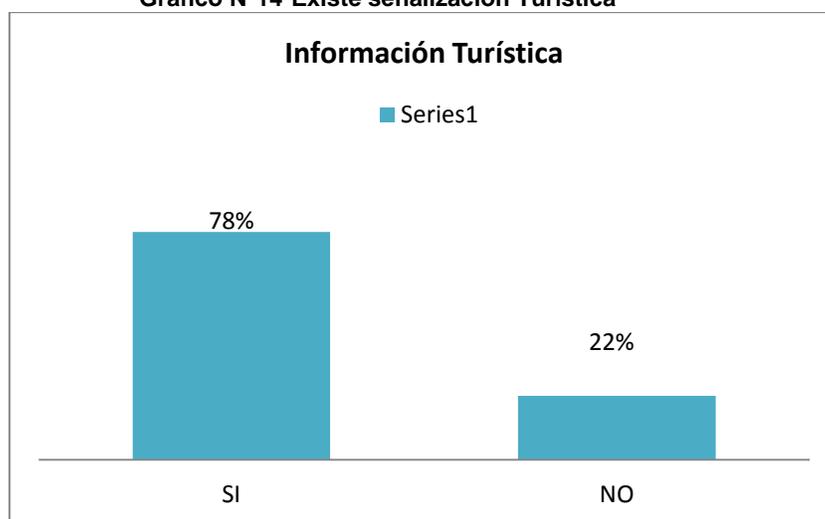
En el grafico N.- 9: Se observa que si existe una buena señalización vial esto se representa con un 93%, mantener una buena señalización vial aportara al ingreso de turista e incrementaran los ingresos económicos de la ciudad.

Cuadro N°16 Existe señalización Turística

TURÍSTICA	SI	299	78%
	NO	83	22%
	TOTAL	382	100%

Elaborado por: Melisa Gutiérrez

Grafico N°14 Existe señalización Turística



Elaborado por: Melisa Gutiérrez

- **Análisis:**

Se observa que si existe una buena señalización turística esto se representa con un 78% y el 22% opina que falta señalización por lo que se recomienda mantener una buena señalización turística ya que al momento de ingreso del turista no tendrá dificultad de llegar al lugar que destino.

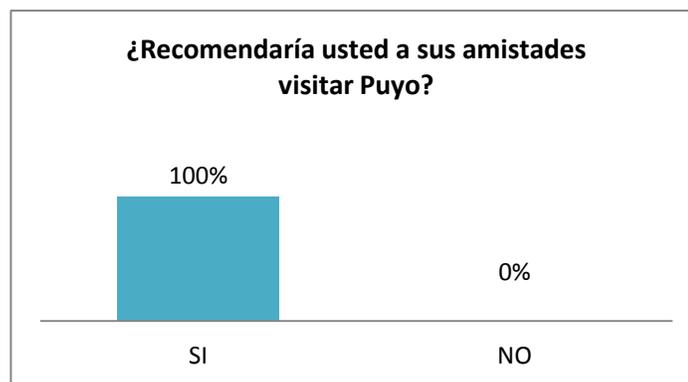
Pregunta N.-10 ¿Recomendaría usted a sus amistades visitar Puyo?

Cuadro N°17 Recomendaría visitar Puyo

ALTERNATIVAS	N°	Porcentaje
SI	382	100%
NO	0	0%
TOTAL	382	100%

Elaborado por: Melisa Gutiérrez

Grafico N°15 Recomendaría visitar Puyo



Elaborado por: Melisa Gutiérrez

- **Análisis:**

El 100% de encuestados recomiendan que visiten Puyo, ya que manifiestan que es una ciudad muy acogedora y cuenta con una gran variedad de atractivos turísticos.

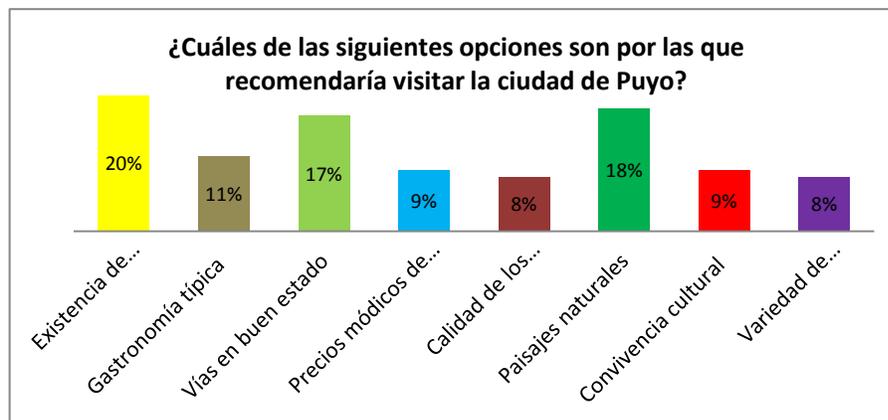
Pregunta N.-11 ¿Cuáles de las siguientes opciones son por las que recomendaría visitar la ciudad de Puyo? Subraye la respuesta que considere.

Cuadro N°18 Opciones son por las que recomendaría visitar la ciudad de Puyo

ALTERNATIVAS	N°	PORCENTAJE
Existencia de atractivos naturales y culturales	364	20%
Gastronomía típica	189	11%
Vías en buen estado	298	17%
Precios módicos de los servicios turísticos	156	9%
Calidad de los servicios turísticos	145	8%
Paisajes naturales	323	18%
Convivencia cultural	166	9%
Variedad de actividades turística	153	8%
TOTAL		100%

Elaborado por: Melisa Gutiérrez

Gráfico N°16 Opciones son por las que recomendaría visitar la ciudad de Puyo



Elaborado por: Melisa Gutiérrez

• **Análisis:**

En el gráfico N°11 se observa que el 20% de los turistas se sienten atraídos por los atractivos naturales y culturales de Puyo, un 18% por sus paisajes culturales y el 17% por las vías en buen estado, el 11% por su gastronomía siendo estos los factores principales que atraen a los turistas a la ciudad.

12 ¿Qué servicio turístico desearía que ofreciera la ciudad de Puyo?

Cuadro N°17 Qué servicio turístico desearía que ofreciera la ciudad de Puyo

RESPUESTAS	NUMERO	PORCENTAJE
Mall	32	8%
Guías locales	48	13%
Cines	15	4%
Restaurantes de mayor categoría con servicio de buffet y animación	46	12%
Señalización Turística en la ciudad	23	6%
Centros de Artesanías	20	5%
Incrementar buses públicos	24	6%
Centros de información turística	23	6%
Parques	19	5%
Zoológicos	23	6%
Mejorar la atención al cliente	12	3%
Incrementar Servicios Higiénicos en la ciudad	22	6%
Señalización Turística dentro de los atractivos turísticos	21	5%
Incrementar restaurantes de comida típica	23	6%
Discotecas mas amplias	6	2%
Incrementar piscinas	7	2%
Establecimientos de alojamiento con servicios complementarios	18	5%
TOTAL	382	100%

Elaborado por: Melisa Gutiérrez

Grafico N°17 Qué servicio turístico desearía que ofreciera la ciudad de Puyo



Elaborado por: Melisa Gutiérrez

• **Análisis:**

En el gráfico N°13, se observa que el 13% de los turistas que visitan Puyo sugiere que se incremente guías locales, un 12% sugieren que se incremente restaurantes de mayor categoría con servicio buffet y animación turística, un 8% sugiere que en el Puyo debería ya contar con un mall, un 6% manifiesta que faltan un poco más de señalización turística y centros de artesanías. Puyo es una ciudad que poco a poco ha ido creciendo por lo que sería recomendable realizar estudios para implementar un mall, esto incrementaría la demanda por parte de los turistas tanto local, nacional e internacional.

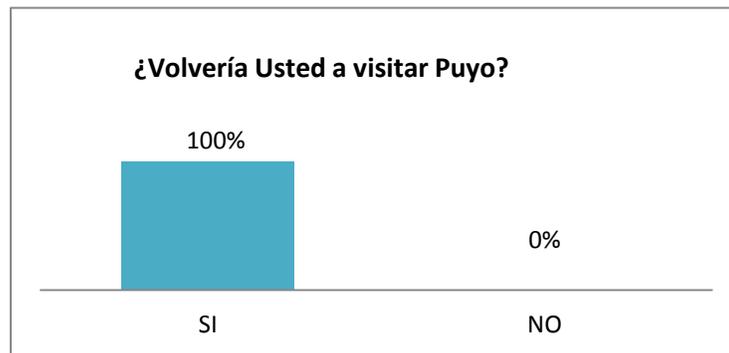
13) ¿Volvería Usted a visitar Puyo?

Tabla N°4 Volvería a Puyo

ALTERNATIVAS	N°	PORCENTAJE
SI	382	100%
NO	0	0%
TOTAL	382	100%

Elaborado por: Melisa Gutiérrez

Grafico N°18 Volvería a Puyo



Elaborado por: Melisa Gutiérrez

- **ANÁLISIS:**

En el grafico N°13 se observa que el 100% de los turistas que visitan Puyo si volverán nuestra ciudad ya que el servicio que recibieron fue muy bueno y también porque Puyo cuenta con una gran variedad de atractivos tanto naturales y culturales apto para realizar diferentes actividades.

5.1.11. ANÁLISIS FODA

Cuadro N°20 FODA

ANÁLISIS INTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Presencia de atractivos naturales y culturales. 2. 3 ejes viales y vías de acceso en buen estado, implica una gran oportunidad para el desarrollo comercial y turístico de la ciudad de Puyo. 3. Uso de la tecnología como medio de difusión y promoción de los servicios turísticos. 4. Buena señalización turística para llegar a los diferentes atractivos turísticos. 5. Presencia de escenarios naturales aptos para la práctica de deportes extremos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de transporte público para acceder a los lugares turísticos rurales. 2. Escasa planificación y coordinación por parte de los gobiernos seccionales e instituciones para fortalecer el desarrollo turístico. 3. La falta de empoderamiento de la ciudadanía en la actividad turística. 4. Presencia en los diferentes procesos turísticos de personal no calificado. 5. Falta de coordinación entre los empresarios turísticos. 6. Escasa animación turística en establecimientos turísticos
ANÁLISIS EXTERNO	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Mercado turístico en crecimiento. 2. Estable situación política y social del Ecuador 3. Marca turística del Ecuador posicionada a nivel internacional. 4. Tendencia de la demanda por modalidades turísticas: comunitaria y de naturaleza. 5. Crecimiento demográfico involucra demanda potencial. 6. Mercado potencial para la generación de empleos y diversificación de la economía. 7. Créditos facilitados por instituciones financieras, así como programas económicos para el desarrollo de la microempresa generados por el estado. 8. Incremento en el gasto turístico y la disposición de las personas en viajar en sus tiempos libres. 9. Existencia del PLANDETUR 2020, contempla programas de capacitación y promoción turística. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El incremento del cambio climático, deteriora la infraestructura de acceso vial caminos, puentes, edificios etc. 2. Tecnología cambia velozmente. 3. Competencia Real

Fuente: Trabajo de campo en la ciudad de Puyo

Elaborado por: Melisa Gutiérrez

- **Elaboración de estrategias**

Estrategias FO, Fortalezas vs Oportunidades

Maximizar características internas y externas favorables

Cuadro N. 21 Fortalezas vs Oportunidades

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Presencia de atractivos naturales y culturales. 2. Tres ejes viales y vías de acceso en buen estado, implica una gran oportunidad para el desarrollo comercial y turístico de la ciudad de Puyo. 3. Uso de la tecnología como medio de difusión y promoción de los servicios turísticos. 4. Buena señalización turística para llegar a los diferentes atractivos turísticos. 5. Presencia de escenarios naturales aptos para la práctica de deportes extremos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mercado turístico en crecimiento. 2. Estable situación política y social del Ecuador 3. Marca turística del Ecuador posicionada a nivel internacional. 4. Tendencia de la demanda por modalidades turísticas: comunitaria y de naturaleza. 5. Crecimiento demográfico involucra demanda potencial. 6. Mercado potencial para la generación de empleos y diversificación de la economía. 7. Créditos facilitados por instituciones financieras, así como programas económicos para el desarrollo de la microempresa generados por el estado. 8. Incremento en el gasto turístico y la disposición de las personas en viajar en sus tiempos libres. 9. Existencia del PLANDETUR 2020, contempla programas de capacitación y promoción turística.

Fuente: Trabajo de campo en la ciudad de Puyo

Elaborado por: Melisa Gutiérrez

Estrategias FO:

- Reforzar la imagen turística de la ciudad a través de la difusión y promoción de los atractivos turísticos utilizando medios audiovisuales.
- Realizar un estudio de la demanda segmentando el mercado en tres modalidades turismo de aventura, comunitario y de naturaleza, a fin de identificar los deseos, necesidades y preferencias de los turistas y garantizar la seguridad y satisfacción de los mismos.
- Impulsar programas de capacitación por parte del MINTUR Y GADS sobre creación de PYMES turísticas a la ciudadanía en general con el propósito de generar nuevos negocios, diversificar la economía local, crear fuentes de empleo. Esto a fin de inducir a los turistas a aumentar su estadía en la ciudad de Puyo, esto a través de Créditos facilitados por instituciones financieras, así como programas económicos para el desarrollo de la microempresa generados por el estado.

Estrategias DO, Debilidades vs Oportunidades

Minimizar puntos débiles para maximizar características externas favorables

Cuadro N°22 Debilidades vs Oportunidades

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none">1. Falta de transporte público para acceder a los lugares turísticos rurales.2. Escasa planificación y coordinación por parte de los gobiernos seccionales e instituciones para fortalecer el desarrollo turístico.3. La falta de empoderamiento de la ciudadanía en la actividad turística.4. Presencia en los diferentes procesos turísticos de personal no calificado.5. Falta de coordinación entre los empresarios turísticos.6. Escasa animación turísticas en establecimientos turísticos	<ol style="list-style-type: none">1. Mercado turístico en crecimiento.2. Estable situación política y social del Ecuador3. Marca turística del Ecuador posicionada a nivel internacional.4. Tendencia de la demanda por modalidades turísticas: comunitaria y de naturaleza.5. Crecimiento demográfico involucra demanda potencial.6. Mercado potencial para la generación de empleos y diversificación de la economía.7. Créditos facilitados por instituciones financieras, así como programas económicos para el desarrollo de la microempresa generados por el estado.8. Incremento en el gasto turístico y la disposición de las personas en viajar en sus tiempos libres.9. Existencia del PLANDETUR 2020, contempla programas de capacitación y promoción turística.

Fuente: Trabajo de campo en la ciudad de Puyo

Elaborado por: Melisa Gutiérrez

Estrategias DO:

- Aprovechar los programas de capacitación del MINTUR y otras instituciones, para fortalecer las capacidades de las diferentes competencias laborales de la industria turística.
- Impulsar una iniciativa para la creación de una asociación de empresarios turísticos con su respectiva normativa para la defensa de sus intereses, esta unificación servirá a los empresarios involucrados para un mejor desenvolvimiento y coordinación optimice el desarrollo de la actividad turística en la ciudad de Puyo.

Estrategias FA, Fortalezas vs Amenazas

Maximizar puntos favorables para reducir los efectos de aspectos externos fuera del control directo.

Cuadro N°23 Fortalezas vs Amenazas

FORTALEZAS	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none">1. Presencia de atractivos naturales y culturales.2. 3 ejes viales y vías de acceso en buen estado, implica una gran oportunidad para el desarrollo comercial y turístico de la ciudad de Puyo.3. Uso de la tecnología como medio de difusión y promoción de los servicios turísticos.4. Buena señalización turística para llegar a los diferentes atractivos turísticos.5. Presencia de escenarios naturales aptos para la práctica de deportes extremos.	<ol style="list-style-type: none">1. Incremento del impacto a los caminos, puentes, edificios e infraestructura en general debido al cambio de las condiciones climáticas.2. Tecnología cambia velozmente.3. Competencia Real4. Estacionalidad de la demanda.

Fuente: Trabajo de campo en la ciudad de Puyo

Elaborado por: Melisa Gutiérrez

Estrategias FA:

- Propuestas de paquetes turísticos de acuerdo a las modalidades desarrolladas en la Provincia y tomando en cuenta la temporada alta y baja.
- Proponer la gestión para la creación de una política de costos para los diferentes servicios turísticos incluyendo temporada alta y baja.
- Concientizar y animar a los proveedores turísticos a colocar mayor y mejor señalización turística dentro de los atractivos, incluyendo letreros de conservación ambiental.

Estrategias DA, Debilidades vs Amenazas

Minimizar características desfavorables a nivel interno y externo.

Cuadro N°24 Debilidades vs Amenazas

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none">1. Falta de transporte público para acceder a los lugares turísticos rurales.2. Escasa planificación y coordinación por parte de los gobiernos seccionales e instituciones para fortalecer el desarrollo turístico.3. La falta de empoderamiento de la ciudadanía en la actividad turística.4. Presencia en los diferentes procesos turísticos de personal no calificado.5. Falta de coordinación entre los empresarios turísticos.6. Escasa animación turística en establecimientos turísticos	<ol style="list-style-type: none">1. Incremento del impacto a los caminos, puentes, edificios e infraestructura en general debido al cambio de las condiciones climáticas.2. Tecnología cambia velozmente.3. Competencia Real4. Estacionalidad de la demanda.

Fuente: Trabajo de campo en la ciudad de Puyo

Elaborado por: Melisa Gutiérrez

Estrategias DA:

- Empezar programas de capacitación permanente para personal que trabaja en los diferentes establecimientos turísticos sobre temas de animación turística, atención al cliente, seguridad alimentaria y buenas prácticas de turismo sostenible.

Estrategias AO, Amenazas vs Oportunidades

Minimizar amenazas aprovechando las oportunidades

Cuadro N°25 Amenazas vs Oportunidades

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none">1. Incremento del impacto a los caminos, puentes, edificios e infraestructura en general debido al cambio de las condiciones climáticas.2. Tecnología cambia velozmente.3. Competencia Real4. Estacionalidad de la demanda.	<ol style="list-style-type: none">1. Mercado turístico en crecimiento.2. Estable situación política y social del Ecuador3. Marca turística del Ecuador posicionada a nivel internacional.4. Tendencia de la demanda por modalidades turísticas: comunitaria y de naturaleza.5. Crecimiento demográfico involucra demanda potencial.6. Mercado potencial para la generación de empleos y diversificación de la economía.7. Créditos facilitados por instituciones financieras, así como programas económicos para el desarrollo de la microempresa generados por el estado.8. Incremento en el gasto turístico y la disposición de las personas en viajar en sus tiempos libres.9. Existencia del PLANDETUR 2020, contempla programas de capacitación y promoción turística.

Fuente: Trabajo de campo en la ciudad de Puyo
Elaborado por: Melisa Gutiérrez

Estrategias AO:

Aprovechar de los créditos facilitados por instituciones financieras, así como programas económicos para el desarrollo de la microempresa generados por el estado, por parte de los empresarios turísticos para implementar equipos sofisticados que mitiguen en deterioro de la infraestructura causada por las condiciones climáticas.

Planes de acción F.O.D.A.

Una vez identificados los aspectos internos y externos del proyecto se planteó los planes de acción que potencializaran las fortalezas, podrán aprovecharse las oportunidades, lo cual permitirá la disminución de las debilidades y atenuar las amenazas del medio.

Transformar el servicio de las diferentes actividades turísticas a un escenario de acción y coordinación entre empresarios y gobiernos seccionales, generando productos y servicios de excelencia a través un talento humano idóneo, instalaciones correctamente equipadas, acogiendo de las facilidades financieras de instituciones bancarias y de los programas de capacitación emprendidas por instituciones públicas. Esto a través de la aplicación de estrategias contundentes como: **el desarrollar una cultura turística de excelencia basada en calidad y calidez.**

Aprovechar la tendencia de la demanda por las modalidades de turismo comunitario, de aventura y de naturaleza, así como la aceptación del desarrollo turístico, demográfico y la presencia de los tres ejes viales que involucra una demanda potencial. **A través de la implementación de la siguiente estrategia: difundir al Puyo como una ciudad cultural y natural.**

Integrar la riqueza natural a parques e infraestructura turística como ventaja competitiva, en conjugación con la arquitectura moderna, e incluyendo al presente plan mecanismos de seguridad ciudadana que garanticen la integridad de los turistas. Esto a través de la implementación de la siguiente estrategia: **Construir un Puyo, seguro y confiable.**

5.2. Objetivo n° 2.- Identificar los atractivos turísticos que existen en la ciudad de Puyo.

5.2.1. Atractivos turísticos de la ciudad de Puyo

ATRACTIVO N°1

1. DATOS GENERALES

1.2 CATEGORÍA: Manifestación Cultural

1.3 TIPO: Realizaciones técnicas y científicas

1.4 SUBTIPO: Parque Acuático

1.5 NOMBRE: Parque Acuático Morete Puyu



Foto N°1: Parque Acuático Morete Puyu

Por: Melisa Gutiérrez

1.6 UBICACIÓN

Se ubica en el Complejo Deportivo Libertad, ubicado en las calles Cacique Nayapi y Juan de Velasco

PROVINCIA: Pastaza **CANTÓN:** Pastaza **LOCALIDAD:** Parroquia Puyo

DISTANCIA AL CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

Se encuentra ubicado a 1 Km. Del centro de la ciudad.

1.7 DISTANCIA A OTROS ATRACTIVOS CERCANOS

Está a 2.5 km. del Parque Real de Aves Exóticas.

2. CALIDAD

2.1 CARACTERÍSTICAS

El proyecto se inició hace cuatro años atrás, con el objetivo de brindar al turista nacional y extranjero de una nueva alternativa de servicio recreacional, el cual cuenta con la debida infraestructura acorde a las necesidades actuales.

Cabe mencionar que el Parque Acuático brinda los servicios de: una piscina de Olas, otra semiolimpica, y una piscina de clavados, adicional a esto están dos toboganes cuya altura es de 12 metros, en lo referente a distracción de niños hay una piscina con juegos interactivos.

Además brinda el servicio de sauna, turco, hidromasaje para el deleite de los visitantes que diariamente llegan a visitar el complejo.

En lo referente a la alimentación existe un restaurante el cual proporciona una variedad de platos para el deleite del turista y que de esta manera se pueda compartir entre amigos el mayor tiempo posible en este lugar.

El horario de atención es 9h00 a 18h00 de miércoles a domingo.

2.2 VALOR INTRÍNSECO

Este atractivo es una infraestructura moderna acorde a las necesidades del visitante que busca el sano esparcimiento, conjugado con la variedad de servicios que presta las instalaciones acuáticas, complementada con los jardines en los cuales hay una gran variedad de especies florísticas de la zona para darle el toque de tranquilidad en un ambiente natural.

2.3 TEMPERATURA

Su temperatura es de 18.4 °C y su pluviosidad promedio es de 2000 a 4000 mm. Anuales.

2.4 VALOR EXTRINSECO

Debido a la variedad de servicios que presta el parque acuático se pueden realizar las siguientes actividades tales como: natación, fotografía; adicional a esto se realizan competencias de clavados, elección de la tanga bonita, etc.

2.4 ESTADO DE CONSERVACIÓN

Conservado

CAUSA: Esta infraestructura se encuentra conservada ya que recibe constantemente mantenimiento para precautelar la integridad de los visitantes.

2.6 ENTORNO

Alterado

CAUSA: Por cuanto se encuentra en la parte urbana de la ciudad.

3 APOYO

Infraestructura vial y de acceso

Para llegar a este lugar se toma la vía Baños - Puyo, hasta llegar al Terminal terrestre de la ciudad, se ingresa a mano izquierda hasta llegar al Complejo Libertad.

3.1 FRECUENCIA

Los buses urbanos realizan recorridos cada 30 minutos

3.2 TEMPORALIDAD DE ACCESOS

A este lugar se puede acceder de martes a domingo, en un horario restringido de 9:00 AM hasta las 5:00 PM.

3.3 FACILIDADES O SERVICIOS TURÍSTICOS

Este sitio ofrece el servicio de alimentación y todos los servicios básicos turísticos con los que cuenta Puyo. Las principales cooperativas de transporte interprovincial son Express Baños, Baños, San Francisco, Latinoamericana y Amazonas, Riobamba, etc. y las demás que cubren las rutas de la Troncal Amazónica.

El costo del ingreso es de 3 USD adultos y de 1 USD exclusivamente para niños.

3.4 INFRAESTRUCTURA BÁSICA

El atractivo se abastece de agua potable, sistema interconectado de energía eléctrica y red pública de alcantarillado.

4. SIGNIFICADOS

La difusión del atractivo es a nivel nacional.

5 VALORACIÓN

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	9
	b) Valor extrínseco	9
	c) Entorno	4
	d) Estado de Conservación y/o Organización	9
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	7
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		50

Elaborado por: Melisa Gutiérrez

6. JERARQUÍA

Este atractivo tiene un puntaje de 50/100 y corresponde a la Jerarquía II.

ATRACTIVO N° 2

1. DATOS GENERALES

1.1 CATEGORÍA: manifestación cultural

1.2 TIPO: realizaciones técnicas y científicas

1.3 SUBTIPO: Jardín Etno-Botánico

1.4 NOMBRE: Jardín Etno-Botánico OMAERE



Foto N° 2: JARDÍN ETNO-BOTÁNICO OMAERE

Por: Melisa Gutiérrez

1.5 UBICACIÓN

El parque pedagógico etno-botánico Omaere se encuentra ubicado en la ciudad de Puyo a orillas del río del mismo nombre.

PROVINCIA: Pastaza **CANTÓN:** Pastaza **LOCALIDAD:** Parroquia-Puyo

1.6 DISTANCIA AL CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

Este atractivo se encuentra a 10 minutos del centro de la ciudad de Puyo.

1.7 DISTANCIA A OTROS ATRACTIVOS CERCANOS

Se encuentra a un kilómetro del Parque Central 12 de Mayo.

2. CALIDAD

2.1 CARACTERÍSTICAS

Omaere es una palabra en idioma Waorani que significa selva o naturaleza. Este atractivo conserva su estado natural, ya que cuenta con una gran variedad de especies nativas propias del sector, así como su forma de cultivo lo que le hace tener características únicas en su tipo. Omaere, posee viviendas representativas de las culturas Shuar, Waorani. En las viviendas se puede observar los diferentes utensilios que la gente de cada comunidad utiliza en sus actividades.

Además trabaja en programas de capacitación ambiental con la Escuela Andoas y el Colegio Pastaza. Existe un centro de documentación, videoteca, herbario, y aula para capacitación.

2.2 VALOR INTRÍNSECO

El objetivo es promover la conservación y rescate de plantas nativa. Y revalorizar las culturas indígenas de la Amazonía ecuatoriana, además ha estado trabajando en programas de educación ambiental.

2.3 TEMPERATURA

Posee una temperatura promedio anual de 18.4 °C, y una precipitación de 4682 mm.

2.4 VALOR EXTRÍNSECO

Debido a los recursos turísticos existentes en este atractivo se realiza actividades como: Observación de flora silvestre y sus usos, observación de las construcciones típicas de las dos culturas, Educación Ambiental, Investigación científica sobre botánica.

2.5 ESTADO DE CONSERVACIÓN

Conservado

CAUSA: Este sitio está conservado, ya que se mantiene el bosque primario.

2.6 ENTORNO

En proceso de deterioro

CAUSA: Por ubicarse en la zona urbana es susceptible de contaminación, basura en el río Puyo.

3. APOYO

Infraestructura vial y de acceso

Se puede llegar en el bus de la Cooperativa Cordero Guerra. Orquídea Amazónica, que conduce al barrio Obrero, la carretera es adoquinada.

3.1 FRECUENCIA

Los buses urbanos que circulan cerca del atractivo son cada 15 minutos.

3.2 TEMPORALIDAD DE ACCESOS

A este lugar se puede acceder los 365 días del año, sin restricciones.

3.3 FACILIDADES O SERVICIOS TURÍSTICOS

Ofrecen servicios de guianza, una tienda de artesanías.

Precios: Adultos 3,00, Estudiantes 1,50, niños 0,50 y Descuentos Familias grupos de 20 pax.

3.4 INFRAESTRUCTURA BÁSICA

Existe energía eléctrica, recolección de agua lluvia, red de alcantarillado e inodoros ecológicos.

4. SIGNIFICADOS

La difusión del atractivo es a nivel nacional e internación

5 VALORACIÓN

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	9
	b) Valor extrínseco	9
	c) Entorno	3
	d) Estado de Conservación y/o Organización	9
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	7
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		49

Elaborado por: Melisa Gutiérrez

JERARQUÍA

Este atractivo tiene un puntaje de 49/100 y corresponde a la Jerarquía II.

ATRACTIVO N° 3

1. DATOS GENERALES

1.1 CATEGORÍA: Manifestación Cultural

1.2 TIPO: Realizaciones técnicas y científicos

1.3 SUBTIPO: Finca Recreacional

1.4 NOMBRE: Finca Agroturística Naveda Santos



Foto N°3: Finca Naveda Santos

Por: **Melisa Gutiérrez**

1.5 UBICACIÓN

La Finca está ubicado en el corredor Puyo-Tena en la vía Curaray.

PROVINCIA: Pastaza **CANTÓN:** Pastaza **LOCALIDAD:** Parroquia-Puyo

1.6 DISTANCIA AL CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

Este atractivo se encuentra a 40 minutos del centro de la ciudad de Puyo.

1.7 DISTANCIA A OTROS ATRACTIVOS CERCANOS

El lugar más cercano a este atractivo es la Finca Recreacional El Edén.

2. CALIDAD

2.1 CARACTERÍSTICAS

La Finca Agro turística Naveda Santos, está funcionando desde 1993, la quinta es una extensión de 5 hectáreas, el propietario de este establecimiento es el Señor Marco Naveda.

2.2 VALOR INTRÍNSECO

El objetivo de la finca agro turística es conservar la naturaleza y que el turista venga y disfrute de la convivencia en una ambiente puro.

2.3 VALOR EXTRÍNSECO

Dentro de los servicios que ofrece son los siguientes: paseo por los senderos, observación de la naturaleza, durante este recorrido explican la importancia de las plantas medicinales.

2.4 ESTADO DE CONSERVACIÓN

No Alterado

CAUSA: Este sitio lo conserva.

2.5 ENTORNO

Alterado

CAUSA: hace falta mantenimiento.

3. APOYO

Infraestructura vial y de acceso

Se puede llegar en los buses que se van al Tena o a su vez en la Orquídea Amazónica, que se conduce a la Parroquia Fátima, el mismo que pasa con una frecuencia de 15 minutos, la carretera es asfaltada.

3.1 FRECUENCIA

Los buses urbanos y cooperativas que circulan en la vía Puyo-Tena, cada 15 Minutos y los buses de cooperativas cada 30 minutos.

3.2 TEMPORALIDAD DE ACCESOS

A este lugar se puede acceder los 365 días del año, sin restricciones.

3.3 FACILIDADES O SERVICIOS TURÍSTICOS

Ofrecen paseo por los senderos, observación de la naturaleza.

Precios: Adultos 2,00, Niños 1,00 y Extranjeros (incluye todo) 10,00.

3.4 INFRAESTRUCTURA BÁSICA

Existe energía eléctrica, agua entubada, sistema interconectado, red pública.

4. SIGNIFICADOS

La difusión del atractivo es a nivel provincial.

5. VALORACIÓN

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	9
	b) Valor extrínseco	9
	c) Entorno	3
	d) Estado de Conservación y/o Organización	3
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	4
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	3
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		38

Elaborado por: melisa Gutiérrez

6. JERARQUÍA

Este atractivo tiene un puntaje de 38100 y corresponde a la Jerarquía II.

ATRACTIVO N° 4

1. DATOS GENERALES

1.1 CATEGORÍA: Manifestación Cultural

1.2 TIPO: Históricas

1.3 SUBTIPO: Arquitectura

1.4 NOMBRE: Catedral de Puyo



Foto N°4: Catedral de Puyo

Por: Melisa Gutiérrez

1.5 UBICACIÓN

La Catedral de Puyo está ubicada entre la calle Sucre y 10 de Agosto, junto al Vicariato

PROVINCIA: Pastaza **CANTÓN:** Pastaza **LOCALIDAD:** Parroquia Puyo

1.6 DISTANCIA AL CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

Está en el Centro de la ciudad de Puyo.

1.7 DISTANCIA A OTROS ATRACTIVOS CERCANOS

Parque Central 12 de mayo, a 15 metros

2. CALIDAD

2.1 CARACTERÍSTICAS

En el año de 1936 se estableció precisamente en este sitio la primera sede misionera de la orden Dominicana, que en ese entonces trabajaba en las comunidades indígenas del interior de la provincia (**Montalvo, Canelos y Sarayacu**) estas poblaciones fueron evangelizadas por los religiosos dominicos desde tiempos coloniales es ahí donde radica la importancia histórica que tiene esta obra, aparte del significado religioso que representa la Iglesia Catedral para la comunidad católica de la ciudad de Puyo, la cual fue inaugurada en el año 1970 a cargo del Obispo Alberto Zambrano Palacios.

2.2 VALOR INTRÍNSECO

La Catedral representa el cristianismo del pueblo de Pastaza, simplificada en el amor al todo poderoso, a través de los padres dominicos, quienes día a día comparten sus enseñanzas con los fieles devotos y con la gente que más lo necesita.

2.3 TEMPERATURA

Su temperatura es de 18.4 °C y su pluviosidad promedio es de 2000 a 4000 mm. anuales

2.4 VALOR EXTRINSECO

Debido a la gran devoción por la fe católica se realizan procesiones, pases del niño Jesús.

También se puede realizar recorrido para conocer la historia de esta edificación. Fotografía del entorno.

2.5 ESTADO DE CONSERVACIÓN

Conservado

CAUSA: Ya que el Vicariato es el organismo que esta constantemente dando mantenimiento a la catedral, por lo que permite estar en buen estado.

2.6 ENTORNO

Conservado

CAUSA: El entorno esta conservado, por estar en el centro de la ciudad y cuenta con todas las facilidades y los servicios indispensables.

3. APOYO

Infraestructura vial y de acceso

Se puede llegar en el bus de la Cooperativa Cordero Guerra que conduce al barrio central. Las calles de la ciudad son adoquinadas.

3.1 FRECUENCIA

Los buses pasa con una frecuencia de 15 minutos.

3.2 TEMPORALIDAD DE ACCESOS

A este lugar se puede acceder los 365 días del año.

3.3 FACILIDADES O SERVICIOS TURÍSTICOS

El Sitio cuenta con todas las facilidades y los servicios turísticos con los que cuenta la ciudad del Puyo. Sin embargo no se cuenta “in situ” la señalética necesaria o la información que requiere el visitante.

Las actividades que se pueden realizar son: safari fotográfico del entorno, conocer la historia del atractivo, tener contacto con el Creador en uno minutos de reflexión y así alcanzar la paz interior.

3.4 INFRAESTRUCTURA BÁSICA

Existe energía eléctrica, servicio telefónico, Internet, agua potable y alcantarillado.

4. SIGNIFICADOS

La difusión del atractivo es a nivel nacional e internacional.

5. VALORACIÓN

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	9
	b) Valor extrínseco	9
	c) Entorno	3
	d) Estado de Conservación y/o Organización	9
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	7
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		48

Elaborado por: Melisa Gutiérrez.

6. JERARQUÍA

Este atractivo tiene un puntaje de 48/100 y corresponde a la Jerarquía II.

ATRACTIVO N° 5

1. DATOS GENERALES

1.1 CATEGORÍA: Manifestación Cultural

1.2 TIPO: Realizaciones Técnicas y Científicos

1.3 SUBTIPO: Complejo

1.4 NOMBRE: Complejo Turístico Puyo Garden



Foto N°5: Puyo Garden

Por: Melisa Gutiérrez

1.5 UBICACIÓN

El complejo está ubicado en el corredor Puyo-Tena en la vía Curaray.

PROVINCIA: Pastaza **CANTÓN:** Pastaza **LOCALIDAD:** Parroquia-Puyo

1.6 DISTANCIA AL CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

Este atractivo se encuentra a 30 minutos del centro de la ciudad de Puyo.

1.7 DISTANCIA A OTROS ATRACTIVOS CERCANOS

El lugar más cercano a este atractivo es la Finca Agroturística Naveda Santos.

2. CALIDAD

2.1 CARACTERÍSTICAS

El Complejo Turístico Puyo Garden viene funcionando desde hace un año y medio, el propietario de este establecimiento es el Señor Hugo Poveda, y

nos relata de que el nombre del complejo es Garden que significa naturaleza y que prevalezca el color verde que significa naturaleza y Puyo por la ciudad.

2.2 VALOR INTRÍNSECO

El objetivo de este complejo es brindar un servicio diferente donde los turistas se sientan cómodos junto a la naturaleza.

2.3 VALOR EXTRÍNSECO

Dentro de los servicios que ofrece son los siguientes: piscina, sauna turco, hidromasaje, hospedaje, alimentación, fauna, área de picnic.

2.4 ESTADO DE CONSERVACIÓN

Alterado

CAUSA: Este sitio hace falta mantenimiento.

2.5 ENTORNO

En proceso de deterioro

CAUSA: Hace falta reinvertir en el lugar.

3. APOYO

Infraestructura vial y de acceso

Se puede llegar en los buses que se van al Tena o a su vez en la Orquídea Amazónica, que se conduce a la Parroquia Fátima, el mismo que pasa con una frecuencia de 15 minutos, la carretera es asfaltada.

3.1 FRECUENCIA

Los buses urbanos y cooperativas que circulan en la vía Puyo-Tena, cada 15 minutos y los buses de cooperativas cada 30 minutos.

3.2 TEMPORALIDAD DE ACCESOS

A este lugar se puede acceder los 365 días del año, sin restricciones.

3.3 FACILIDADES O SERVICIOS TURÍSTICOS

Ofrecen servicios piscina, sauna turco, hidromasaje, hospedaje, alimentación, fauna, área de picnic.

Precios: Todas las instalaciones 3,50, hospedaje familias 4 Pax 40,00

3.4 INFRAESTRUCTURA BÁSICA

Existe energía eléctrica, agua entubada, sistema interconectado, red pública.

4. SIGNIFICADOS

La difusión del atractivo es a nivel provincial.

5. VALORACIÓN

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	8
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	4
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	3
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		39

Elaborado por: Melisa Gutiérrez

6. JERARQUÍA

Este atractivo tiene un puntaje de 39/100 y corresponde a la Jerarquía II.

ATRACTIVO N° 6

1. DATOS GENERALES

1.1 CATEGORÍA: Manifestación Cultural

1.2 TIPO: Históricas

1.3 SUBTIPO: Arquitectura

1.4 NOMBRE: Parque Central 12 de Mayo



Foto N°6: Parque Central 12 de Mayo

Por: Melisa Gutiérrez

1.5 UBICACIÓN

Se ubica en la calle 9 de Octubre y Bolívar

PROVINCIA: Pastaza CANTÓN: Pastaza LOCALIDAD: Parroquia Puyo

1.6 DISTANCIA AL CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

Está en el Centro de la ciudad de Puyo.

1.7 DISTANCIA A OTROS ATRACTIVOS CERCANOS

Plaza Roja o Plaza del Arte a 5 metros.

2. CALIDAD

2.1 CARACTERÍSTICAS

La plaza mayor de acuerdo a la costumbre de la época es la primera que trazaron los gestores de la construcción de la nueva ciudad.

De acuerdo a la costumbre colonial es el lugar donde se encuentran el poder político, religioso y aristocrático. A un costado se encuentra la catedral, y en los dos restantes se levantaban las viviendas de las familias más importantes de la época.

2.2 VALOR INTRÍNSECO

El Parque es el sitio de descanso y recreación utilizado por los habitantes del cantón ya que se cuenta que fue la primera plaza de la época colonial por lo que le hace importante por su valor histórico.

Adicional se encuentra el monumento al héroe del Cenepa, lo que le da una importancia simbólica al patriotismo del cantón.

2.3 TEMPERATURA

Su temperatura es de 18.4 °C y su pluviosidad promedio es de 2000 a 4000 mm. Anuales

2.4 VALOR EXTRINSECO

Como actividades principales que se pueden realizar son paseos, recreación y descanso, así como fotografía del entorno.

2.5 ESTADO DE CONSERVACIÓN

Entorno: Conservado

2.6 ENTORNO

En Proceso de deterioro

CAUSA: Por estar rodeado de edificaciones mixtas y por encontrarse en el centro de la ciudad.

No hay un criterio de armonía en las edificaciones cercanas.

3. APOYO

Infraestructura vial y de acceso

Se puede llegar en el bus de la Cooperativa Cordero Guerra que conduce al barrio central. Las calles de la ciudad son adoquinadas.

3.1 FRECUENCIA

Los buses urbanos pasa con una frecuencia de 15 minutos.

3.2 TEMPORALIDAD DE ACCESOS

A este lugar se puede acceder los 365 días del año.

3.3 FACILIDADES O SERVICIOS TURÍSTICOS

El Sitio cuenta con todas las facilidades y servicios turísticos de la ciudad del Puyo. Sin embargo no se cuenta con señalización turística necesaria o la información que requiere el visitante.

3.4 INFRAESTRUCTURA BÁSICA

Existe energía eléctrica, servicio telefónico, Internet, agua potable y alcantarillado.

4. SIGNIFICADOS

La difusión del atractivo es a nivel nacional.

5. VALORACIÓN

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	8
	c) Entorno	2
	d) Estado de Conservación y/o Organización	8
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	7
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		43

6. JERARQUÍA

Este atractivo tiene un puntaje de 43/100 y corresponde a la Jerarquía II.

ATRACTIVO N° 7

1. DATOS GENERALES

1.1 CATEGORÍA: Manifestación Cultural

1.2 TIPO: Realizaciones Artísticas Contemporáneas

1.3 SUBTIPO: Museo

1.4 NOMBRE: Etno-Arqueológico de Pastaza



Foto N°7: Etno-Arqueológico de Pastaza

Por: Melisa Gutiérrez

1.5 UBICACIÓN

Está entre las calles Atahualpa y 9 de Octubre, en el centro de la ciudad de Puyo.

PROVINCIA: Pastaza **CANTÓN:** Pastaza **LOCALIDAD:** Parroquia Puyo

1.6 DISTANCIA AL CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

Está en el Centro de la ciudad de Puyo.

1.7 DISTANCIA A OTROS ATRACTIVOS CERCANOS

Monumento a la Mochua 300 metros.

2. CALIDAD

2.1 CARACTERÍSTICAS

Este lugar viene funcionando desde el año de 1996, con el objetivo de recuperar, difundir y reafirmar la identidad cultural.

Los habitantes achuar de la cuenca del río Pastaza, fueron quienes descubrieron un asentamiento arqueológico en la quebrada ***Tinajayacu*** en el año de 1988, esto dio lugar a que se conforme una comisión pro museo al siguiente año, con la colaboración del Banco Central del Ecuador, para lo que intervino el museógrafo Arq. Guidmón Tamayo A.

Pastaza es la provincia con mayor número de nacionalidades indígenas, alberga a siete de trece etnias ecuatorianas: los Shuar, Achuar, Kichwa, Waorani, Zápara, Shiwiar y Andoa, constituyéndose un potencial cultural, digno de ser considerado como patrimonio provincial de las culturas indígenas.

La Subdirección de Cultura, ha realizado importantes investigaciones antropológicas desde el año de 1988, siendo estos estudios precisamente los que descubrieron y difundieron a la nacionalidad Zápara, actualmente esta entidad pública se encuentra realizando un estudio con el cuál se pretende recuperar a los Andoas, siendo esta una nacionalidad ancestral de gran valor cultural, debido a que se encuentra en proceso de extinción.

2.2 VALOR INTRÍNSECO

En este lugar se encuentra representado todo el valor histórico y cultural de las nacionalidades indígenas de la Amazonía, también se puede observar diferentes restos arqueológicos, que permiten identificar el origen del hombre amazónico.

2.3 TEMPERATURA

Su temperatura es de 18.4 °C y su pluviosidad promedio es de 2000 a 4000 m.m. anuales

2.4 VALOR EXTRINSECO

Refleja la parte interpretativa y educativa para los adultos, niños y a la vez les permite conocer la identidad cultural de las regiones que conforman nuestro país, sus costumbres, tradiciones así como su vestimenta típica.

2.5 ESTADO DE CONSERVACIÓN

En proceso de deterioro.

CAUSA: Poco presupuesto para mantenimiento y conservación de las piezas.

2.6 ENTORNO

Conservado

CAUSA: Por estar dentro de la ciudad e incide en el manejo de la sociedad en si a que ayude a su mantenimiento y funcionalidad.

3. APOYO

Infraestructura vial y de acceso

Las Cooperativas de buses urbanos que transitan son: Cordero Guerra y Orquídea Amazónica.

3.1 FRECUENCIA

Los buses circulan cada 15 minutos, por las calles de la ciudad.

3.2 TEMPORALIDAD DE ACCESOS

A este lugar se puede acceder los 261 días del año. (De lunes a viernes, en horario de: 9 a.m. a 5 p.m.).

3.3 FACILIDADES O SERVICIOS TURÍSTICOS

El Sitio cuenta con todas las facilidades y servicios turísticos de la ciudad del Puyo. Sin embargo no se cuenta con señalización turística necesaria o la información que requiere el visitante.

3.4 INFRAESTRUCTURA BÁSICA

Existe energía eléctrica, teléfono, Internet, agua potable y red de alcantarillado.

4. SIGNIFICADOS

La difusión del atractivo es a nivel nacional.

5. VALORACIÓN

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	7
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		50

Elaborado por: Melisa Gutiérrez

6. JERARQUÍA

Este atractivo tiene un puntaje de 50/100 y corresponde a la Jerarquía II.

ATRACTIVO N°8

1. DATOS GENERALES

1.1 CATEGORÍA: Manifestación Cultural

1.2 TIPO: Realizaciones Técnico Científicas

1.3 SUBTIPO: Obra Técnica

1.4 NOMBRE: Malecón Turístico Boayacu Puyo



Foto N°8: Malecón

Por: Melisa Gutiérrez

1.5 UBICACIÓN

El atractivo está ubicado en el Barrios Obrero, entre las coordenadas 01° 28' 31" de Latitud Sur y 077° 59' 45" de longitud Oeste, a una altitud de 936 m.s.n.m. y con una precipitación de 2000 a 4000 mm.

PROVINCIA: Pastaza **CANTÓN:** Pastaza **LOCALIDAD:** Parroquia Puyo

1.6 DISTANCIA AL CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

Esta dentro del perímetro urbano de la ciudad de Puyo.

1.7 DISTANCIA A OTROS ATRACTIVOS CERCANOS

Paseo turístico del río Puyo a 100 metros.

2. CALIDAD

2.1 CARACTERÍSTICAS

El Malecón del Río Puyo conocido como "Boayacu Puyu" se ubica en la ribera derecha del Río, en una extensión de 500 metros aproximadamente. Se ha procurado integrar las construcciones a la forma del río. Consta de un mirador de cinco niveles en la que funciona una cafetería y desde el cual se puede tener una perspectiva panorámica de: gran parte de la ciudad del Puyo, el río que lleva su mismo nombre, del Volcán Sangay, Altar, hosterías y del Parque Etnobotánico Omaere. Además tiene una zona de recreación o parque con múltiples jardineras que recrean la forma de las especies de animales conocidos en la zona amazónica por ejemplo, la Boa (Boa constrictor), el paseo a lo largo del río, una zona deportiva con canchas, y el monumento a las Nacionalidades Indígenas que integra a varias figuras humanas de las siete nacionalidades indígenas: Shuar, Achuar, Kichwa, Waorani, Zápara, Shiwiar y Andoa, dispuestas en círculo. El material empleado es de bronce sobre un zócalo de cemento, el emplazamiento de este conjunto representativo es la forma circular y que luego se inserta en la geometría del parque en su conjunto muy cercano del río Puyo.

2.2 VALOR INTRÍNSECO

Esta manifestación cultural clasificada como obra técnica, logra insertarse de forma armoniosa con el paisaje de la subcuenca del río Puyo y parejamente es utilizada por la gente del Puyo como sitio de solaz, descanso, recreación, deporte y también para reafirmar su condición de

País Multiétnico y Plurinacional. El nombre "Boayacu" viene de la forma que tiene el malecón y la escultura, representa por el valor cultural de los pueblos indígenas de la Amazonía ecuatoriana en todo su esplendor y

arquitectura prehistórica, desde sus inicios hasta su colonización, por los primeros mestizos que llegaron al territorio amazónico.

2.3 TEMPERATURA

Posee una temperatura promedio anual de 18.4 °C, la pluviosidad promedio es de 2000 a 4000 mm. Anuales.

2.4 VALOR EXTRINSECO

Entre las variadas actividades relacionadas con el malecón están principalmente: el paseo, fotografía, descanso, recreación, alojamiento en las hosterías cercanas, alimentación en los muchos lugares disponibles. Esto hace que el malecón del río Puyo sea un sitio de visita obligatorio para los turistas que llegan a la ciudad.

2.5 ESTADO DE CONSERVACIÓN

No alterado

CAUSA: Por cuanto recibe mantenimiento permanente por parte del municipio a través del departamento de turismo y ambiente.

2.6 ENTORNO

Conservado

CAUSA: El Paseo Turístico cuenta con una infraestructura acorde a las necesidades actuales para el desarrollo de la actividad turística.

3. APOYO

Infraestructura vial y de acceso

Se puede acceder por buses de las Cooperativas: Cordero Guerra y Orquídea Amazónica, que se puede tomar en el Parque Central 12 de Mayo. Las calles que conducen al atractivo son adoquinadas.

3.1 FRECUENCIA

Las líneas de los buses urbanos, pasan con una frecuencia cada 15 minutos.

3.2 TEMPORALIDAD DE ACCESOS

A este lugar se puede acceder los 365 días del año.

3.3 FACILIDADES O SERVICIOS TURÍSTICOS

El Sitio cuenta con todas las facilidades y servicios turísticos de la ciudad del Puyo.

3.4 INFRAESTRUCTURA BÁSICA

Existe sistema interconectado de energía eléctrica, teléfono, Internet, agua potable y alcantarillado.

4. SIGNIFICADOS

La difusión del atractivo es a nivel nacional.

5. VALORACIÓN

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	9
	b) Valor extrínseco	9
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	4
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	7
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		50

Elaborado por: Melisa Gutiérrez

6. JERARQUÍA

Este atractivo tiene un puntaje de 50/100 y corresponde a la Jerarquía II.

ATRACTIVO N°9

1. DATOS GENERALES

1.1 CATEGORÍA: Manifestación Cultural

1.2 TIPO: Realizaciones Técnicas y Científicos

1.3 SUBTIPO: Complejo

1.4 NOMBRE: Complejo Turístico D´marcos



Foto N 9: D`Marco`s

Por: **Melisa Gutiérrez**

1.5 UBICACIÓN

El complejo está ubicado en el corredor Puyo-Tena en la vía Curaray.

PROVINCIA: Pastaza **CANTÓN:** Pastaza **LOCALIDAD:** Parroquia-Puyo

1.6 DISTANCIA AL CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

Este atractivo se encuentra a 25 minutos del centro de la ciudad de Puyo.

1.7 DISTANCIA A OTROS ATRACTIVOS CERCANOS

El lugar más cercano a este atractivo es Complejo Turístico Puyo Garden.

2. CALIDAD

2.1 CARACTERÍSTICAS

El Complejo Turístico D´Marcos está funcionando desde 1993, el propietario de dicho establecimiento es el Señor Marco Vega, cual tuvo una iniciativa de realizar este complejo y ponerle con su propio nombre.

2.2 VALOR INTRÍNSECO

El objetivo de este complejo es brindar un servicio y que la gente disfrute del paisaje que posee su entorno.

2.3 VALOR EXTRÍNSECO

Dentro de los servicios que ofrece son los siguientes: piscina, paseo a la selva, existe un laberinto, canchas para realizar deportes.

2.4 ESTADO DE CONSERVACIÓN

Deteriorado

CAUSA: Este sitio está deteriorado, hace falta un buen mantenimiento.

2.5 ENTORNO

Deteriorado

CAUSA: Hace falta reinvertir en el lugar.

3. APOYO

Infraestructura vial y de acceso

Se puede llegar en los buses que se van al Tena o a su vez en la Orquídea Amazónica, que se conduce a la Parroquia Fátima, el mismo que pasa con una frecuencia de 15 minutos, la carretera es asfaltada.

3.1 FRECUENCIA

Los buses urbanos que circulan cerca del atractivo son cada 15 minutos y los buses de cooperativas cada 30 minutos.

3.2 TEMPORALIDAD DE ACCESOS

A este lugar se puede acceder los 365 días del año, sin restricciones.

3.3 FACILIDADES O SERVICIOS TURÍSTICOS

Ofrecen servicios piscina, paseos a la selva, turco, laberintos y canchas deportivas. Precios: Adultos 1,00 y Niños 0,50.

3.4 INFRAESTRUCTURA BÁSICA

Existe energía eléctrica, agua entubada, red pública.

4. SIGNIFICADOS

La difusión del atractivo es a nivel provincial.

5. VALORACIÓN

VARIABLE FACTOR PUNTOS

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	9
	b) Valor extrínseco	8
	c) Entorno	3
	d) Estado de Conservación y/o Organización	4
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		34

Elaborado por: Melisa Gutiérrez

6. JERARQUÍA

Este atractivo tiene un puntaje de 34/100 y corresponde a la Jerarquía II.

ATRACTIVO N° 10

1. DATOS GENERALES

1.1 CATEGORÍA: Manifestación Cultural

1.2 TIPO: Realizaciones Técnicas y Científicos

1.3 SUBTIPO: Complejo

1.4 NOMBRE: Complejo Turístico los Chorritos



Foto N 10: Los Chorritos

Por: Melisa Gutiérrez

1.2 UBICACIÓN

El complejo está ubicado en el corredor Puyo-Tena en el barrio Los Olivos.

PROVINCIA: Pastaza **CANTÓN:** Pastaza **LOCALIDAD:** Parroquia-Puyo

1.3 DISTANCIA AL CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

Este atractivo se encuentra a 20 minutos del centro de la ciudad de Puyo.

1.4 DISTANCIA A OTROS ATRACTIVOS CERCANOS

El lugar más cercano a este atractivo es D´Marcos a 400 metros.

2. CALIDAD

2.1 CARACTERÍSTICAS

El Complejo Turístico los Chorritos viene funcionando hace tres años, el propietario de dicho establecimiento es el Señor Luis Antonio García Ledesma, y relata que el nombre del complejo, lo puso porque existe una presión de bombas como juegos interactivos que forman unos Chorritos de

agua, la cual pensó que el lugar debería llamarse como ya lo mencionamos anteriormente.

2.2 VALOR INTRÍNSECO

El objetivo de este complejo es brindar un servicio de calidad a los visitantes y que disfruten de los servicios que ofrece.

2.3 VALOR EXTRÍNSECO

Dentro de los servicios que ofrece son los siguientes: piscina, ambiente húmedo, turco, hidromasaje, servicio de restaurante donde podemos degustar de una bandeja llamada Chorritos.

2.4 ESTADO DE CONSERVACIÓN

Conservado

CAUSA: Este sitio está conservado, ya que lo mantienen para brindar un buen servicio.

2.5 ENTORNO

Conservado

CAUSA: Porque está en mantenimiento continuo.

3. APOYO

Infraestructura vial y de acceso

Se puede llegar en los buses que se van al Tena o a su vez en la Orquídea Amazónica, que se conduce a la Parroquia Fátima, el mismo que pasa con una frecuencia de 15 minutos, la carretera es asfaltada.

3.1 FRECUENCIA

Los buses urbanos que circulan cerca del atractivo son cada 15 minutos y los buses de cooperativas cada 30 minutos.

3.2 TEMPORALIDAD DE ACCESOS

A este lugar se puede acceder los 365 días del año, sin restricciones.

3.3 FACILIDADES O SERVICIOS TURÍSTICOS

Ofrecen servicios piscina, restaurante, turco, hidromasaje.

Precios: Adultos 2,50, Niños 2,00

3.4 INFRAESTRUCTURA BÁSICA

Existe energía eléctrica, agua entubada, red pública.

4. SIGNIFICADOS

La difusión del atractivo es a nivel provincial.

5. VALORACIÓN

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	9
	b) Valor extrínseco	8
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o Organización	4
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	3
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		43

Elaborado por: Melisa Gutiérrez

6. JERARQUÍA

Este atractivo tiene un puntaje de 43/100 y corresponde a la Jerarquía II.

ATRACTIVO N°11

1. DATOS GENERALES

1.1 CATEGORÍA: Manifestación Cultural

1.2 TIPO: Realizaciones Técnicas y Científicas

1.3 SUBTIPO: Zoológico

1.4 NOMBRE: Parque Real de Aves Exóticas

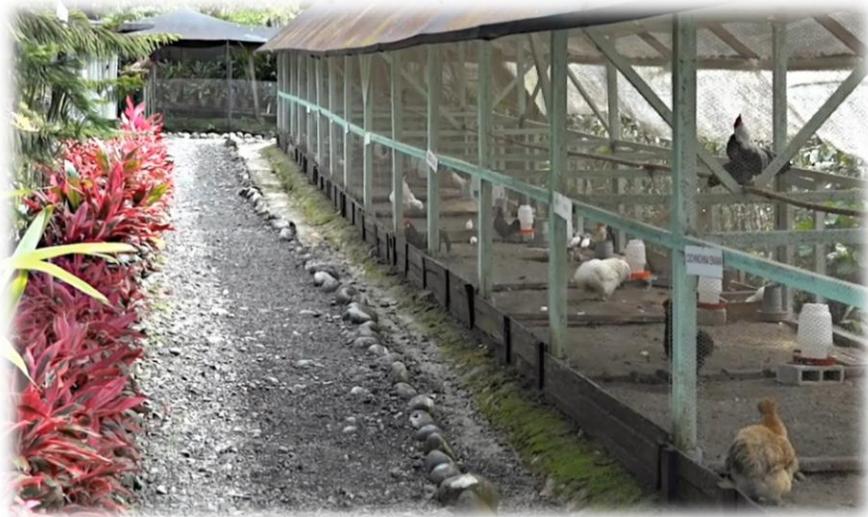


Foto N 11: Parque Real

Por: Melisa Gutiérrez

1.5 UBICACIÓN

El atractivo está ubicado en el Barrio la Merced por la Ave. Monseñor Alberto Zambrano, en las siguientes coordenadas 01° 29' 29" de latitud Sur y 077° 59' 09" de longitud Oeste y a una altitud de 939 m.s.n.m.

PROVINCIA: Pastaza **CANTÓN:** Pastaza **LOCALIDAD:** Parroquia Puyo

1.6 DISTANCIA AL CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

Esta dentro del perímetro urbano de la ciudad de Puyo.

1.7 DISTANCIA A OTROS ATRACTIVOS CERCANOS

Jardín botánico las Orquídeas a 3 km.

2. CALIDAD

2.1 CARACTERÍSTICAS

Este atractivo tiene 5 años de creación, está a cargo de sus propietarios, los mismos que se ha dedicado al cuidado y manejo de las especies locales, nacionales e internacionales; entre las cuales están los pájaros, faisanes, avestruz, pavas reales, loros, pericos, tucanes, etc.

2.2 VALOR INTRÍNSECO

Este atractivo cuenta con especies de aves de tres continentes y el Ecuador, entre estas anotamos: avestruz, faisanes, gran diversidad de palomas, variedad de loros, patos, pericos, pavas, pavas reales, gansos, tucanes, y entre mamíferos 5 variedades de monos como: chorongo, chichico, barizo, titi y machin. Los mismos que son mantenidas en cautiverio, pero a la vez cuidadas de la mejor manera por sus propietarios y personal de apoyo.

2.3 TEMPERATURA

Posee una temperatura promedio anual de 18 °C y una pluviosidad promedio de 2000 a 4000 mm., anuales.

2.4 VALOR EXTRINSECO

Este sitio permite el desarrollo del turismo receptivo nacional e internacional, además de visitas educativas por parte de jardines, escuelas, colegios y universidades de la localidad.

2.5 ESTADO DE CONSERVACIÓN

Alterado

CAUSA: Por no tener el espacio suficiente las jaulas de muchas especies de aves, por lo que dificulta un mejor desenvolvimiento de los animales.

2.6 ENTORNO

En proceso de deterioro

CAUSA: Por estar dentro del perímetro urbano, se va deteriorando progresivamente la infraestructura.

3. APOYO

Infraestructura vial y de acceso

Se puede llegar en los buses urbanos de la cooperativa Cordero Guerra e interprovinciales de las Cooperativas, que se dirigen a la ciudad de Macas.

3.1 FRECUENCIA

Las buses que transitan con frecuencia son de 15 minutos.

3.2 TEMPORALIDAD DE ACCESOS

A este lugar se puede acceder los 365 días del año. (En horario de 8 a.m. 5 p.m.)

3.3 FACILIDADES O SERVICIOS TURÍSTICOS

El Sitio cuenta con todas las facilidades y servicios turísticos de la ciudad del Puyo.

3.4 INFRAESTRUCTURA BÁSICA

Existe sistema interconectado de energía eléctrica, agua potable y red de alcantarillado.

4. SIGNIFICADOS

La difusión del atractivo es a nivel nacional.

5. VALORACIÓN

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	9
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	7
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		49

6. JERARQUÍA II

Este atractivo tiene un puntaje de 49/100 y corresponde a la Jerarquía II.

ATRACTIVO N° 12

1. DATOS GENERALES

1.1 CATEGORÍA: Manifestación Cultural

1.2 TIPO: realizaciones técnicas y científicas

1.3 SUBTIPO: Zoológico

1.4 NOMBRE: Paseo Ecológico de los Monos



Foto N 12: **Paseo Ecológico de los Monos**

Por: **Melisa Gutiérrez**

1.5 UBICACIÓN

El Paseo Ecológico de los Monos, se encuentra ubicado al Este de la ciudad de Puyo, en el Km. 2, de la vía 10 de Agosto.

PROVINCIA: Pastaza **CANTÓN:** Pastaza **LOCALIDAD:** Parroquia Puyo

1.6 DISTANCIA AL CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

Se encuentra ubicado a 4 K m. de la centro de la ciudad.

1.7 DISTANCIA A OTROS ATRACTIVOS CERCANOS

Dique de Veracruz a 4 Km. de distancia

2. CALIDAD

2.1 CARACTERÍSTICAS

El paseo ecológico los monos, pertenece a la Fundación Los Monos Selva y Vida, la cual es manejada por personas extranjeras; se encarga del rescate y recuperación de animales silvestres.

La fundación cuenta con una hectárea de terreno para tener a los animales en estado libre, en caso de ser agresivos se les mantiene aislada en una jaula. El sitio cuentan con cinco variedades de monos: chichico, araña, barizo, machin, con dos variedades de cuchucho de la baja y la alta Amazonía, tortugas acuáticas, terrestres y una boa.

2.2 VALOR INTRÍNSECO

Este atractivo cuenta con dos senderos: el uno está a una hora de recorrido y el otro dura aproximadamente de 2 o 3 horas el recorrido, el mismo que se encuentra dentro del bosque primario, donde se puede observar las especies de monos como: machin, chichico, araña, barizo; boa, 2 clases de cuchuchos y tortugas.

2.3 TEMPERATURA

La temperatura ambiental oscila entre 18 - 24°C y la pluviosidad fluctúa entre los 2000 a 4000mm al año.

2.4 VALOR EXTRINSECO

Se puede observar gran variedad de Flora, en la que se mencionan las más relevantes: plantas medicinales el palo de araña que sirve para la mordedura de culebra, zarzaparrilla para la regulación de la sangre, la sangre de drago y camacho para las heridas externas, ortiga para las articulaciones, copal para dolores de huesos; entre maderables: canelo, laurel, copal, yuyun, chonta,

mata palos, hacha caspi, balsa, pigüe; y frutales: paso, pito, guaba, ungurahua, entre otros.

El zoológico sirve para crear conciencia de las especies animales, en este caso de los monos preferentemente, con especial atención en los que pertenecen a la región amazónica. El objetivo es procurar un entendimiento en la gente que visita el lugar sobre la importancia de la conservación y de las especies animales y el valor que tienen en los ecosistemas terrestres.

2.5 ESTADO DE CONSERVACIÓN

Conservado

CAUSA: Debido a la existencia de bosque primario a su entorno y por mantener a los animales en estado libre.

2.6 ENTORNO

En proceso de deterioro.

CAUSA: Debido al proceso de deforestación, ganadería, avance de la frontera agrícola, introducción de especies ajenas al hábitat nativo.

3. APOYO

Infraestructura vial y acceso

Se puede acceder por vía terrestre asfaltada hasta el sector el Danubio y luego por una carretera lastrada a 2 Km. en estado regular por la vía a la Diez de Agosto, se toma un desvío a mano izquierda por una carretera de segundo orden, en estado regular hasta llegar a la punta, se habla de 1 Km. más hasta llegar al paseo de los monos, se recomienda utilizar camioneta, 4x4 o bus.

3.1 FRECUENCIA

La frecuencia con que recorren los buses de transporte intercantonal, es de cada 60 minutos, hasta la vía principal de la Diez de Agosto.

3.2 TEMPORALIDAD DE ACCESOS

A este atractivo se puede visitar permanentemente los 365 días del año.

3.3 FACILIDADES O SERVICIOS TURÍSTICOS

Se ofrece servicios de: alimentación con sobre pedido, guianza. Para mantenimiento del lugar lo realizan con fondos de las entradas y autogestión. Un 80% de los visitantes son extranjeros y el restante nacionales.

Recorrido a caballo, caminatas diurnas y nocturnas por el sendero ecológico.

3.4 INFRAESTRUCTURA BÁSICA

El paseo de los monos se provee de agua subterránea, energía eléctrica y pozos sépticos como sistema de alcantarillado.

4. SIGNIFICADOS

La difusión del atractivo es a nivel internacional.

5. VALORACIÓN

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	10
	b) Valor extrínseco	9
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	9
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	6
	c) Asociación con otros atractivos	5
SIGNIFICADO	a) Local	12
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
¹ TOTAL		62

Elaborado por: Melisa Gutiérrez

6. JERARQUÍA

Este atractivo tiene un puntaje de 62/100 y corresponde a la Jerarquía III.

ATRACTIVO N° 13

1. DATOS GENERALES

1.1 CATEGORÍA: Manifestación Cultural.

1.2 TIPO: Realizaciones Técnicas y Científicas

1.3 SUBTIPO: Zoológico

1.4 NOMBRE: Refugio de Vida Silvestre Yana Cocha



Foto N 13: Refugio de Vida Silvestre Yana Cocha

Por: Melisa Gutiérrez

1.5 UBICACIÓN

El Refugio de Vida Silvestre "Yanacocha", se encuentra ubicado en el Km. 3 vía a Tena, en el barrio las Américas. Localizado en las siguientes coordenadas: 01° 27' 26" de latitud Sur y 77°59' 09" de longitud Oeste.

PROVINCIA: Pastaza **CANTÓN:** Pastaza **LOCALIDAD:** Parroquia Puyo

1.6 DISTANCIA AL CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

Se encuentra ubicado a 3 Km. de la ciudad de Puyo.

1.7 DISTANCIA A OTROS ATRACTIVOS CERCANOS

Granja Naveda Santos a 1 Km.

2. CALIDAD

2.1 CARACTERÍSTICAS

El Refugio de Vida Silvestre "Yana Cocha" comprende 8 Has., las cuales están dividida en 11 áreas.

Área de Canopy.-En donde se encuentran unos cabos sujetos a los árboles con una altura de 15m., en el sector del mirador, de igual manera se adaptaron 8 cabos, en esta área también se puede apreciar la casa del comején y de la hormiga quita calzón y un sin número de árboles en proceso de clasificación sistemática.

Área de la casa del Shamán.- Es una choza con dimensiones de 4 m. de ancho y 5m. De largo, en su interior se puede encontrar un fogón, objetos autóctonos de la cultura Kichwa, en donde se realizan rituales eventuales.

Área de pesca deportiva.- Dispone de diez piscinas en las cuales se puede encontrar especies como: cachamas, tilapias, chutis, sardinas, viejas, caracoles de río y de estanque.

Área de Hospedaje.- Cuenta con dos cabañas, las mismas que están construidas con material de la zona, como guadúa, bambú y ugsha para cubrir el techo.

Área de animales silvestres.- Esta área cuenta con 85 especies de animales, como: monos barizo, araña, chorongó, chichico, nocturno; también la guanta, guatusa, un tigrillo, puerco sahino, en cuanto a reptiles se puede apreciar a la boa arco iris, constrictor, tortugas, charapas, caimanes; aves como los papagayos rojo y verdes, chilicreses, lora real, paigil, trompetero, pava de monte, loros australianos, etc.

Área de pesca.-Se puede practicar pesca deportiva y en la noche, pescar guanchiche, chustis y viejas.

Área de tiro al blanco.- Donde se puede practicar este deporte utilizando armas autóctonas como la bodoquera, lanzas, arcos y catapultas.

Área de canotaje.- Ubicada en la laguna de Yanacocha, tiene una dimensión de 10 m. por 100m., en la que se encuentran dos balsas.

Área de interpretación ambiental.- El sendero ecológico que se recorre tiene una extensión de 4 Has., por el bosque primario y secundario. En el recorrido se puede apreciar al árbol de los musgos, el bosque de las uvillas, las raíces gigantes, árbol de las hormigas ukuy, bejucos.

Área de recepción.- Comprende un área de 24 m. cuadrados construido con material del medio, destinado para dar la bienvenida a los visitantes, así como el reglamento interno referente al cuidado de especies de flora y fauna.

Área de descanso.- Comprende 8 hamacas.

2.2 VALOR INTRÍNSECO

Esta manifestación cultural clasificada como zoológico sirve para generar conocimiento y conciencia de las especies animales, con especial atención en los que pertenecen a la región amazónica. El objetivo es procurar un entendimiento en la gente que visita el lugar sobre la importancia de la conservación y de las especies animales y el valor que tienen en los ecosistemas amazónicos. Se encuentra a una altitud de 996 m.s.n.m.

2.3 TEMPERATURA

La temperatura oscila entre 20 ° 25°C y su pluviosidad promedio es de 2000 a 4000 mm., anuales.

2.4 VALOR EXTRINSECO

Se realizan actividades recreativas, educativas y de interpretación, sin dejar a un lado el aspecto cultural.

2.5 ESTADO DE CONSERVACIÓN

Conservado.

CAUSAS: Debido al manteniendo permanentemente.

2.6 ENTORNO

Deteriorado.

CAUSAS: deforestación, colonización, aperturas de vías, actividades humanas extractivas.

3. APOYO

3.1 FRECUENCIA

La frecuencia con que recorren los buses de transporte interprovincial y urbano, es cada 60 minutos.

3.2 TEMPORALIDAD DE ACCESOS

A este atractivo se puede visitar los 365 días del año. La temporada recomendada para la visita es desde Mayo a Julio.

3.3 FACILIDADES O SERVICIOS TURÍSTICOS

Los servicios que ofrecen son: hospedaje (2 cabañas), con un costo de 5 USD; camping, 3 USD; la alimentación solo bajo pedido con un costo de 2,50 USD., el plato. Se tiene la facilidad de contar con distintas cooperativas de transporte que transitan por esta vía que conduce a la provincia de Napo como: San Francisco, Centinela del Oriente, Baños, Riobamba, Amazonas y una línea urbana como la Orquídea Amazónica.

La promoción de este lugar se la realiza por medio de tarjetas, convenios con hoteles y participación en ferias locales y nacionales.

Los turistas que visitan el Refugio de Vida Silvestre son nacionales y extranjeros.

Los contactos son: e-mail: jpfloresr@yahoo.com ; teléfonos: 032885641, 098973018.

3.4 INFRAESTRUCTURA BÁSICA

Los servicios con que cuenta el atractivo son: agua de estero, sistema interconectado de energía eléctrica y un pozo séptico como red de alcantarillado.

4. SIGNIFICADOS

La difusión del atractivo es a nivel internacional.

5. VALORACIÓN

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	9
	b) Valor extrínseco	9
	c) Entorno	3
	d) Estado de Conservación y/o Organización	6
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	11
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		52

Elaborado por Melisa Gutiérrez

6. JERARQUÍA III

Este atractivo tiene un puntaje de 52/100 y corresponde a la Jerarquía III.

ATRACTIVO N° 14

1. DATOS GENERALES

1.1 CATEGORÍA: Manifestación Cultural

1.2 TIPO: Realizaciones Técnicas y Científicas

1.3 SUBTIPO: Jardín Botánico

1.4 NOMBRE: Jardín Botánico las Orquídeas



Foto N 14: Jardín Botánico las Orquídeas

Por: Melisa Gutiérrez

1.5.1 UBICACIÓN

El jardín botánico Las Orquídeas está localizado en la parroquia y cabecera cantonal Puyo, a 3 Km. del centro en el sector suroccidental. Su ubicación geográfica es 1o 30 '33'' de latitud Sur y 77o 58'36'' de longitud Oeste.

PROVINCIA: Pastaza **CANTÓN:** Pastaza **PARROQUIA:** Puyo

1.6 DISTANCIA AL CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

Se encuentra ubicado a 3 Km. de la ciudad de Puyo.

1.7 DISTANCIA A OTROS ATRACTIVOS CERCANOS

Parque Real de Aves Exóticas a 2 Km.

2. CALIDAD

2.1 CARACTERÍSTICAS

El jardín botánico Las Orquídeas se inició en 1980, tiene una extensión de 6,75 hectáreas que han sido dedicadas a la recuperación del suelo a través

de abono orgánico y a la reforestación de especies nativas, logrando de esta manera recuperar las vertientes de agua.

En este sitio existen 300 especies de orquídeas, 100 especies maderables, 38 especies de heliconias, plantas medicinales y comestibles. El jardín está haciendo una labor de rescate lo que quiere decir que irán aumentando las especies.

Algunas de las orquídeas que se observan en el jardín han sido recolectadas en diferentes lugares de la Amazonía y cuidadosamente tratadas para lograr su adaptación en el jardín. Entre las especies de orquídeas recolectadas en Pastaza tenemos: *Chaubardia heteroclita*, *Maxillaria striata*, *Maxillaria sanderiana*, *Maxillaria sanderiana*, *Maxillaria fractiflexa*, *Stanhopea impresa*, *Comparettia falcata*, *Brassia lonngissima*, entre otras; de la provincia de Napo existen especies como: *Rodriguezia secunda*, *Góngora pliochroma*, *Cattleya iricolor*, *Oncidium warscewiczii*, entre otras.

De las especies de heliconias 29 se recolectaron en la provincia de Pastaza, 5 en la provincia de Napo y 4 en Morona Santiago; de la familia de las Rubiáceas existen aproximadamente 8 especies, de las cuales 7 corresponden a Pastaza y 1 a la provincia de Napo; de las Cycadaceas existe una especie recolectada en Morona Santiago; de las Bromeliáceas 63 especies se recolectaron en Pastaza, 2 especies en Napo y 4 especies en Morona Santiago.

Aproximadamente 2 ½ has., han sido dedicadas para el cultivo de anturios con una diversidad de colores que han sido obtenidos por el cruzamiento de algunas especies.

2.2 VALOR INTRÍNSECO

El servicio educativo, turístico, pedagógico, que consolida la interpretación ambiental de las muchas zonas de vida de la Amazonía se refleja en la variada colección de plantas del Jardín Botánico. La guía especializada hace de la visita a este lugar una experiencia enriquecedora para los

entendidos en botánica como para los que quieren empezar a entender mejor el mundo vegetal. Este atractivo se ubica a una altura de 890 m.s.n m.

2.3 TEMPERATURA

Su temperatura es de 22 - 23° C y su pluviosidad es de 2000 a 4000 m.m. anuales

2.4 VALOR EXTRINSECO

Buscar alternativas sustentables de cultivo y poder compartir con la comunidad los conocimientos adquiridos a través de esta práctica. De la misma manera, impulsa la educación ambiental, la conservación de los recursos naturales, y la investigación científica de la flora amazónica.

2.5 ESTADO DE CONSERVACIÓN

En proceso de recuperación.

CAUSA: Se ha logrado recuperarlo gradualmente y se sigue reforestando con especies nativas.

2.6 ENTORNO

Alterado.

CAUSA: Debido a que en los terrenos aledaños se dedican a la ganadería, deforestación y colonización.

3. APOYO

Infraestructura vial y de acceso

Para llegar a este sitio se dirige por la vía a Macas, es una carretera de primer orden, se toma el desvío al caserío de Unión Base, por una carretera lastrada hasta llegar al barrio los Ángeles donde se puede guiar por la señalización que conduce al Jardín.

3.1 FRECUENCIA

Cada 15 minutos.

3.2 TEMPORALIDAD DE ACCESOS

A este lugar se puede acceder los 365 días del año.

3.3 FACILIDADES O SERVICIOS TURÍSTICOS

Servicio de guianza para las siguientes actividades:

- ✓ Observación de especies vegetales endémicas
- ✓ Observación de aves
- ✓ Observación de producción de peces y caracoles
- ✓ Observación de productos agrícolas cultivados con técnicas alternativas
- ✓ Investigación científica de flora.

La cooperativa de transporte urbano público que ingresa a este sitio es la Cordero Guerra. O se puede tomar también un taxi.

3.4 INFRAESTRUCTURA BÁSICA

El atractivo se provee agua potable, tiene energía eléctrica por estar conectado a la red pública al igual que el alcantarillado.

4. SIGNIFICADOS

La difusión del atractivo es a nivel nacional.

5. VALORACIÓN

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	9
	b) Valor extrínseco	9
	c) Entorno	4
	d) Estado de Conservación y/o Organización	9
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	7
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		48

Elaborado por: Melisa Gutiérrez

6. JERARQUÍA

Este atractivo tiene un puntaje de 48/100 y corresponde a la jerarquía II.

ATRACTIVO N° 15

1. DATOS GENERALES

1.1 CATEGORÍA: Manifestación Cultural

1.2 TIPO: Realizaciones Artísticas Contemporáneas

1.3 SUBTIPO: Museo

1.4 NOMBRE: Museo Etnográfico del Colegio Pastaza



Foto N 15: Museo Etnográfico del Colegio Pastaza

Por: Melisa Gutiérrez

1.6 UBICACIÓN

Está ubicado en la calle Vicente Rocafuerte s/n y Tungurahua, en el barrio Cumandá, en las siguientes coordenadas 01° 29' 10" de latitud Sur y 077° 59' 14" de longitud Oeste.

PROVINCIA: Pastaza **CANTÓN:** Pastaza **LOCALIDAD:** Parroquia Puyo

1.6 DISTANCIA AL CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

A 2 Km. del centro de la ciudad de Puyo.

1.7 DISTANCIA A OTROS ATRACTIVOS CERCANOS

- ✓ Catedral del Puyo a 2 Km.
- ✓ Monumento a la Fragua Indio Mestizo a 1 Km.

2. CALIDAD

2.1 CARACTERÍSTICAS

El museo etnográfico del Colegio Técnico Provincia de Pastaza, está a cargo por una docente del establecimiento en el área de turismo.

El Museo se inició con trabajos investigativos propios de cada uno de los estudiantes del establecimiento en la cátedra de folklore.

Este atractivo está destinado a resaltar cada una de las representaciones del Folklore de la sierra, a través de la vestimenta típica y artesanías de algunas provincias de la región andina y amazónica entre las cuales se pueden admirar muestras de:

- ✓ Provincia de Azuay (traje típico de la Chola cuencana)
- ✓ Provincia de Loja (Saraguro)
- ✓ Provincia del Cañar (Cañari)
- ✓ Provincia de Cotopaxi (Pujilí)
- ✓ Provincia de Pichincha (Traje típico de los Tsáchilas y del Chagra)
- ✓ Provincia de Imbabura (Traje típico de Otavalo; traje tradicional del sector del Chota, Aricucho, Zuleta).
- ✓ Provincia de Tungurahua (Salasacas, Pilahuín)
- ✓ Provincia de Chimborazo (Traje típico de Cacha y Colta, traje tradicional de la Princesa y el Rey Puruhá)

Se observa una muestra de orfebrería popular en cobre, bronce, paja toquilla, hojalata, cerámica, madera, etc.) Además se ha destacado una parte del folklore de la región amazónica representando vestimenta y viviendas típicas.

2.2 VALOR INTRÍNSECO

El objetivo principal es dar a conocer el folklore nacional, (tratado con fines didácticos dirigidos al sector educativo). Este refleja la parte interpretativa y educativa para los adultos y niños y a la vez les permite conocer la identidad cultural de las regiones que conforman nuestro país, sus costumbres y tradiciones así como su vestimenta típica.

2.3 TEMPERATURA

Su temperatura es de 18.4 °C y su pluviosidad promedio es de 2000 a 4000 m.m. anuales

2.4 VALOR EXTRINSECO

Este sitio representa la riqueza y valor cultural de varias nacionalidades del Ecuador, exhibiendo las vestimentas típicas de la gente de la Sierra y Amazonía. Se promueve además entre los visitantes, la identidad multiétnica.

2.5 ESTADO DE CONSERVACIÓN

Conservado

CAUSA: Existe el interés del Colegio y de los alumnos por conservar y aumentar la colección de vestimentas típicas.

2.6 ENTORNO

Conservado

CAUSA: Valores museográficos como el del colegio Pastaza organizan las sociedades en las ciudades incluyendo valores que le son hasta cierto punto desconocidos, pero que parejamente son parte de su identidad como país multiétnico.

3. APOYO

Infraestructura vial y de acceso

Se puede acceder en las Cooperativas Cordero Guerra.

3.1 FRECUENCIA

Las dos cooperativas de buses urbanos, tienen una frecuencia de 15 minutos.

3.2 TEMPORALIDAD DE ACCESOS

A este lugar se puede visitar los 261 días del año. (En horario de lunes a viernes de 9 a.m. a 5 p.m.).

3.3 FACILIDADES O SERVICIOS TURÍSTICOS

Uso turístico, interpretación cultural, científico, histórico, educacional, servicio de guía especializado.

3.4 INFRAESTRUCTURA BÁSICA

Existe energía eléctrica, teléfono, Internet, agua potable y red de alcantarillado.

4. SIGNIFICADOS

La difusión del atractivo es a nivel nacional.

5. VALORACIÓN

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	7
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		50

6. JERARQUÍA

Este atractivo tiene un puntaje de 50/100 y corresponde a la Jerarquía II.

ATRACTIVO N° 16

1. DATOS GENERALES

1.1 CATEGORÍA: Manifestación Cultural

1.2 TIPO: Etnografía

1.3 SUBTIPO: Arquitectura

1.4 NOMBRE: Dique Pambay



Foto N 16: Dique Pambay

Por: **Melisa Gutiérrez**

1.5 UBICACIÓN

El Dique se encuentra ubicado en el paso lateral, sector la Alborada II DEL Barrio El Chofer.

PROVINCIA: Pastaza **CANTÓN:** Pastaza **LOCALIDAD:** Parroquia Puyo

1.6 DISTANCIA AL CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

A 2 Km. del centro de la ciudad de Puyo.

1.7 DISTANCIA A OTROS ATRACTIVOS CERCANOS

Se encuentra a 1.5 Km. del Dique las Palmas.

2. CALIDAD

2.1 CARACTERÍSTICAS

El Dique, está construido con cemento armado.

2.2 VALOR INTRÍNSECO

Esta manifestación cultural a más del aérea destinada a la natación y la infraestructura, también se vende productos derivados de la caña de azúcar como el jugo, especialmente los fines de semana. Se encuentra a una altitud de 924 m.s.n.m.

2.3 TEMPERATURA

La temperatura ambiental oscila entre 20° 25°C y la pluviosidad fluctúa entre los 2000 a 4000 mm al año.

2.4 VALOR EXTRINSECO

En este lugar se organizan actos sociales y eventos artísticos ocasionales, como por ejemplo la elección de la señorita carnaval, organizado por el GADPP, entre otros.

2.5 ESTADO DE CONSERVACIÓN

Conservado.

Causas: Mantenimiento diario.

2.6 ENTORNO

En proceso de deterioro.

CAUSA: Crecimiento de la población.

3. APOYO

Infraestructura vial y de acceso

Se puede acceder en las Cooperativas Cordero Guerra, que pasan a dos cuadras.

3.1 FRECUENCIA

Diaria

3.2 TEMPORALIDAD DE ACCESOS

Este atractivo se puede acceder los 365 días del año, 6 horas diarias.

3.3 FACILIDADES O SERVICIOS TURÍSTICOS

Existen vestidores, estacionamiento y pequeños locales adecuado en el que se ofrecen alimentos y bebidas.

Para llegar al dique se puede acceder en las Cooperativas Cordero Guerra que pasan a dos cuadras del dique, o también se puede ingresar en un taxi.

3.4 INFRAESTRUCTURA BÁSICA

Cuenta con agua entubada, sistema interconectado de energía eléctrica y alcantarillado.

4. SIGNIFICADOS

La difusión del atractivo es a nivel provincial.

5. VALORACIÓN

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	8
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	5
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	4
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		46

Elaborado: Melisa Gutiérrez.

6. JERARQUÍA

Este atractivo tiene un puntaje de 46/100 y corresponde a la Jerarquía II.

ATRACTIVO N° 17

1. DATOS GENERALES

1.1 CATEGORÍA: Manifestación Cultural

1.2 TIPO: Etnografía

1.3 SUBTIPO: Arquitectura

1.4 NOMBRE: Dique las palmas



Foto N 17: **Dique las palmas**

Por: **Melisa Gutiérrez**

1.5 UBICACIÓN

El Dique se encuentra ubicado al oeste de Puyo, en la Av. Alberto Zambrano, salida a Baños.

PROVINCIA: Pastaza **CANTÓN:** Pastaza **LOCALIDAD:** Parroquia Puyo

1.6 DISTANCIA AL CENTRO URBANO MÁS CERCANO AL ATRACTIVO

A 2 Km. del centro de la ciudad de Puyo.

1.7 DISTANCIA A OTROS ATRACTIVOS CERCANOS

Se encuentra a 1.5 Km. del Dique las Pambay.

2. CALIDAD

2.1 CARACTERÍSTICAS

El dique que fue construido en 1998, tenía características pequeñas y se estaba deteriorando, por lo que le solicitaron al alcalde Germán Flores su intervención para remodelarlo y embellecer el ingreso a Puyo, actualmente

cuenta el dique con una extensión de 80 metros de estanque e instalaciones apropiadas para su uso.

2.2 VALOR INTRÍNSECO

Esta manifestación cultural destinada a la natación y, también se vende productos derivados de la caña de azúcar como el jugo, especialmente los fines de semana. Se encuentra a una altitud de 924 m.s.n.m.

2.3 TEMPERATURA

La temperatura ambiental oscila entre 20° 25°C y la pluviosidad fluctúa entre los 2000 a 4000 mm al año.

2.4 VALOR EXTRINSECO

En este lugar se organizan actos sociales y eventos artísticos ocasionales, como por ejemplo la presentación de las señoritas candidatas a reina del Puyo, organizado por el GADPP, entre otros.

2.5 ESTADO DE CONSERVACIÓN

Conservado.

Causas: Mantenimiento diario.

2.6 ENTORNO

En proceso de deterioro.

CAUSA: Crecimiento de la población.

3. APOYO

Infraestructura vial y de acceso

Se puede acceder en las Cooperativas Cordero Guerra, Cumanda, Alpayan que pasan por un lado del atractivo turístico.

3.1 FRECUENCIA

Diaria con intervalos de 15 minutos

3.2 TEMPORALIDAD DE ACCESOS

Este atractivo se puede acceder los 365 días del año, 6 horas diarias.

3.3 FACILIDADES O SERVICIOS TURÍSTICOS

Cuenta con senderos adoquinado, baterías sanitarias vestidores, locales donde puedes adquirir alimentos y bebidas.

Para llegar al dique se puede acceder en las Cooperativas Cordero Guerra, o en los urbanos Cumanda, Alpayan que recorren hacia la parroquia Shell y también se puede tomar un taxi.

3.4 INFRAESTRUCTURA BÁSICA

Cuenta con agua entubada, sistema interconectado de energía eléctrica y alcantarillado.

4. SIGNIFICADOS

La difusión del atractivo es a nivel provincial.

5. VALORACIÓN

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	8
APOYO	a) Acceso	9
	b) Servicios	6
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	4
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		51

Elaborado: Melisa Gutiérrez.

6. JERARQUÍA

Este atractivo tiene un puntaje de 51/100 y corresponde a la Jerarquía III.

5.3. Objetivo N°3.- Diseño del modelo de gestión estratégica que permita aprovechar la oferta turística en la ciudad de Puyo.

DISEÑO DEL MODELO DE GESTIÓN ESTRATÉGICA

Antecedentes de la propuesta

El gobierno de la República del Ecuador actualmente destaca la importancia del turismo como industria productiva.

El turismo es en particular uno de los componentes más importantes de la actual economía mundial, cuyo crecimiento trasciende en su estratégica economía de servicios.

La ciudad de Puyo tiene definido su vocación económica que está basada en el comercio, el turismo y la agricultura, por lo que requiere de generación de estrategias para atraer un número mayor de turismo, y con ello contribuir a solucionar en parte el problema del desempleo.

Las estrategias además de diseñarse para el provecho económico, obedecen coyunturalmente a rescatar nuestros valores y recuperar la memoria histórica de la ciudad para las futuras generaciones.

Justificación

El turismo se considera como un sistema abierto que está constantemente siendo influido por los continuos cambios que se producen en el entorno general o macro entorno, el cual afecta a los destinos turísticos, presentándose como oportunidades y amenazas, por consiguiente cualquier acontecimiento a nivel nacional o mundial afecta al nivel competitivo de los destinos turísticos.

Siendo el turismo una alternativa de desarrollo económico y social debe fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad, es decir, que debe beneficiar a todos los actores involucrados, que sea económicamente rentable,

ecológicamente sostenible, y socioculturalmente aceptable, a mas que proporcione un alto grado de satisfacción al turista.

Este proyecto cuenta con tres estrategias cuyos objetivos son mejorar y fomentar la actividad turística de una forma responsable, consiente y así permita el aprovechamiento del turismo en la localidad.

OBJETIVO GENERAL

Crear estrategias que permita mejorar la actividad turística en la ciudad de Puyo.

OBJETIVO ESPECÍFICOS

Desarrollar una cultura turística de excelencia basada en calidad y calidez.

Difundir “Puyo” como una ciudad cultural y natural.

Construir un Puyo natural, seguro y confiable

OBJETIVO GENERAL	ESTRATEGIAS	OBJETIVO	META	¿CÓMO LOGRARLO?	RESPONSABLES	FECHA A EJECUTARSE	PRESUPUESTO
Crear estrategias que permita mejorar la actividad turística en la ciudad de Puyo.	Desarrollar una cultura turística de excelencia basada en calidad y calidez.	Lograr que los turistas se sientan atendidos y que puedan disfrutar su viaje por medio de un ambiente hospitalario y la buena actitud de los puyenses.	Transmitir la calidez y la alegría de los moradores del Puyo para lograr que la estadía del turista sea buena, esto nos llevaría a dar una mejor impresión del Puyo y su gente, así motivar a que los turistas regresen y hablen positivamente del Puyo motivando a amigos y familiares a que compartan su grata experiencia.	Se lo hará mediante una campaña denominada “YO AMO AL TURISTA” por lo que se plantea lo siguiente: -Charlas educativas. -Propuesta de un logo. -Sistema de inspecciones y stickers de certificación. -Campaña en acción; Sistema de taxis asociado a la campaña.	MINTUR, Cámara de Turismo,UEA, Municipio.	Por definirse.	\$ 6345,00
	Difundir “Puyo” como una ciudad cultural y natural.	Difundir las tradiciones y celebraciones del Puyo como sus lugares turísticos, planta turística, comidas típicas y así lograr que los turistas puedan apreciar mejor y por lo tanto valorar las riquezas culturales de Puyo	Mostrar la diversidad de productos y actividades que el Puyo ofrece y como se adaptan a los intereses de diferentes tipos de viajeros.	-Difundir las tradiciones y celebraciones del Puyo -Atractivos que puede visitar en la ciudad y actividades que puede realizar en los diferentes lugares turísticos de Puyo -Difundiendo danzas típicas -Difundiendo la comida típica de Puyo. -Guía de Buenas Practicas del Turismo -Folleto “Información turista” Video promocional	MINTUR, Cámara de Turismo, UEA,Municipio .	Por definirse.	\$13290,00
	Construir un Puyo seguro y confiable.	Proporcionar un servicio para que los turistas tengan ayuda en todo momento, se sientan seguros y protegidos. Asimismo que sean capaces de realizar todas las actividades que deseen teniendo la información necesaria al alcance de sus manos.	Esto permitiría al turista tener un viaje placentero libre de preocupaciones ya que la información da seguridad para tomar las decisiones adecuadas	Campaña S.O.S Turista •Implantar una central telefónica •Propuesta de sticker •Funcionamiento del sistema Informando al turista	MINTUR, Cámara de Turismo, UEA,Municipio .	Por definirse.	\$ 85,00
TOTAL							\$ 19720,00

Cuadro N°26: Modelo de gestión estratégica
Elaborado por: Melisa Gutiérrez

Estrategia N°1.- Desarrollar una cultura turística de excelencia basada en calidad y calidez

Objetivo:

Lograr que los turistas se sientan atendidos y que puedan disfrutar su viaje por medio de un ambiente hospitalario y la buena actitud de los puyenses.

Meta:

Transmitir la calidez y la alegría de los moradores del Puyo para lograr que la estadía del turista sea buena, esto nos llevaría a dar una mejor impresión del Puyo y su gente, así motivar a que los turistas regresen y hablen positivamente del Puyo motivando a amigos y familiares a que compartan su grata experiencia.

¿Cómo lograrlo?

Se lo hará mediante una campaña denominada “YO AMO AL TURISTA” por lo que se plantea lo siguiente:

CAMPAÑA “YO AMO AL TURISTA”

En la campaña “Yo amo al turista” se difundirá la importancia de la atención al cliente como calidad total, comprometiendo a la ciudadanía en general a servir con respeto, educación y cortesía a los turistas nacional y extranjeros, con el fin de lograr que se sientan seguros, importantes y se lleven una buena imagen de Puyo.

Por lo que se brindara:

Charlas Educativas

Se deben dar charlas a comerciantes en mercados, taxistas, y propietarios de hostales o negocios pequeños relacionados con el turismo. Las charlas les explicara que deben tratar con respeto al turista ser pacientes, amables recordar que el turista casi siempre tiene la razón.

Respetar los precios establecidos y no tratar de subirlos en temporadas altas ya que el turista al gastar en nuestra ciudad contribuye a nuestra economía.

Propuesta de Logo

Figura N°4: I love Tourists



Elaborado por: Melisa Gutiérrez

Este es el sticker de certificación y logo que se propone para la CAMPAÑA YO AMO AL TURISTA/ I LOVE TOURISTS. Consiste en un corazón de color rojo, principalmente y un sin número de colores estáticos y dinámicos a la vez, el mismo que representa o responde a un verdadero y profundo compromiso de servicio, constituyendo al turista como el núcleo de todas las acciones y actividades dirigidas a satisfacer sus necesidades y deseos en su totalidad, incorporando los valores intangibles que caracterizan a nuestra gente. A más simboliza la variedad cultural y natural que posee la Provincia de Pastaza complementándose con las pendientes de color verde, reflejando la vegetación de la amazonia y ya que nosotros formamos parte de la misma. Nació bajo la inspiración de la marca País (Ecuador ama la vida)

La frase YO AMO AL TURISTA, está relacionada con el respeto, hospitalidad y seguridad que como anfitriones debemos brindar a los visitantes.

Sistema de inspecciones y sticker de certificación

El sticker presentado anteriormente serán asignados a cooperativas de taxis, locales comerciales, establecimientos turísticos como: tiendas, hoteles, hostales y hosterías, centros turísticos, etc. Siempre y cuando sigan ciertos parámetros definidos por la Dirección de turismo cómo: Limpieza, seguridad, papeles en orden, buen servicio, precios justos, esto con el propósito de garantizar al turista que se sienta seguro y confiable. Se inspeccionaría a los establecimientos y obtendrán el stickers los que cumplen con los requisitos.

Si no cumplen con su compromiso se les quitaría el sticker y pondría ser sancionados dependiendo de lo que hayan hecho.

Las agencias de viaje, el gobierno municipal y Mintur de Puyo se encargarán de promover que los turistas vayan a sitios que tienen stickers. Esto hará que todos los locales y taxis quieran tener stickers, porque así tendrán más clientes; no solo turistas nacionales sino también locales, porque ven que han sido inspeccionados y son confiables.

Campaña en acción: Caso de taxis asociados

Siempre se habla de seguridad es un tema muy importante ya que siempre al llegar a un destino se tiene el temor al subimos a los medios de transporte. Por lo que se plantea asociarse con cooperativas de taxis de la ciudad los mismos que se registrarían y tendrán que asistir a charlas de “Yo amo al turista”. Ellos deberán firmar un compromiso donde afirmen que tratarán bien al turista y respetarán las tarifas establecidas. En caso de que alguien que tome un taxi con sticker no esté satisfecho con el servicio podrá llamar a quejarse a la respectiva cooperativa.

Los taxistas estarán al tanto de que las personas pueden quejarse si no condujeron bien, o si el cobro fue excesivo, o no los trataron bien por eso si un taxista tiene muchas quejas inmediatamente se le suspenderá el sticker, y

dependiendo de las infracciones se le podría quitar el sticker y hasta consecuencias legales por no cumplir su compromiso.

Responsables: MINTUR, Cámara de Turismo, Municipio, Universidad Estatal Amazónica.

Fecha a ejecutarse: Por definirse.

Estrategia N°2.- Difundir al “Puyo” como una ciudad Cultural y Natural.

Objetivo:

Difundir las tradiciones y celebraciones del Puyo como sus lugares turísticos, planta turística, comidas típicas y así lograr que los turistas puedan apreciar mejor y por lo tanto valorar las riquezas culturales de Puyo

Meta:

Mostrar la diversidad de productos y actividades que el Puyo ofrece y como se adaptan a los intereses de diferentes tipos de viajeros.

¿Cómo lograrlo?

Para lograr esta estrategia se deberá realizar mayor publicidad dentro y fuera de la ciudad por los medios de comunicación: como radio, TV, internet, trípticos y verificar que la información sea actualizada.

Difundir las tradiciones y celebraciones del Puyo

Realizar mayor publicidad de Fiestas de Fundación: La fiesta de fundación se realiza en las principales calles de la Ciudad, el 12 de Mayo las diferentes comisiones organizan varias actividades como: Pregón de fiestas, Desfile cívico y folklórico, Bailes, Juegos populares, ferias ganaderas y agrícolas, Elección de la Reina, Verbenas populares y mucho más.

El 11 de mayo se celebra las fiestas de las nacionalidades indígenas. Presentan una gama de actividades como: desfiles folklóricos, elección de la reina, danzas típicas, ferias gastronómicas, otras

Atractivos que puede visitar y actividades que puede realizar en los diferentes lugares turísticos de Puyo.

La ciudad cuenta varios atractivos turísticos, si viene a la ciudad cuenta con parques y recorridos ecológicos de corta duración junto a ríos, parques y complejos turísticos. Además podrá practicar natación en balnearios llamados Diques. Si desea disfrutar de las actividades nocturnas la ciudad ofrece bares y discotecas con buen ambiente.

Es muy importante mencionar que no toda la planta turística está registrada en el MINTUR por lo que se recomienda actualizar y registrar los establecimientos que aún no constan.

Difundiendo danzas típicas de Puyo.

Propuesta para incrementar espectáculos de danza en restaurantes

La Amazonia es región rica en danzas folklóricas, por eso debería darlas a conocer al resto del país y porque no del mundo. Los bailes típicos poseen vestuario propio y original. Por eso para promover la cultura de nuestra ciudad y la diversidad de bailes podría haber restaurantes, donde se sirva comida de todo tipo y que al mismo tiempo brinde entretenimiento como bailes típicos de las diferentes nacionalidades de Puyo y por qué no de la región.

Por medio del ministerio de turismo se podría realizar convenios para que auspicias a grupos de danzas que se presenten en diferentes restaurantes y así incentiven a los propietarios a continuar brindando estos espectáculos de danzas en sus establecimientos.

Para que estos restaurantes sean de buena calidad el MINTUR se debe encargar de hacer inspecciones verificando el estado del local cada cierto tiempo para que cumplan con lo necesario para una buena atención y seguridad para el turista.

Difundiendo la comida típica de puyo.

La red gastronómica de la ciudad de Puyo cuenta con diversos restaurantes que mantienen una infraestructura apropiada, facilitando un servicio de calidad, característica que varía de acuerdo a la categoría que va desde lujo hasta cuarta categoría, situación que contribuye al bienestar, disfrute y satisfacción de los turistas.

Olores, colores, sabores, texturas y creencias forman parte de la oferta gastronómica, preparadas con técnicas culinarias tradicionales y otras algo sofisticadas con especialidades internacionales, nacionales y locales. Hay por supuesto opciones para todos los presupuestos y gustos.

Guía de Buenas Practicas del Turismo

Guía de buenas prácticas para el turismo sostenible, plantea a través de distintas normas y acciones, la protección del medio ambiente como parte integrante de las actividades y políticas de los establecimientos turísticos, a fin de conseguir en nuestro medio un desarrollo turístico; equilibrado y sostenible desde el punto de vista económico, social y ambiental.

Folleto “Información turística”

Los folletos es un medio muy importante por medio del cual paquetes turísticos y productos de destinos particulares son seleccionados. Sin embargo, Zhou (citado en Weaver y Lawton, 2002) señalan que “investigaciones recientes sugieren que los folletos tienen más influencia en aquellos que no tienen experiencia previa del destino o producto que aquellos que si la tienen”. Una característica que distingue a los folletos de la televisión u otro medio impreso es su naturaleza especializada, ya que concentran el cien por ciento de la fuerza promocional, a diferencia de la televisión o el periódico, que traen elementos adicionales. Ver anexo N° 3

Video promocional

Es importante contar con un video actual de los atractivos turísticos de Puyo, que sea difundido y llame el interés del visitante.

Estos videos se los podría transmitir durante el trayecto del bus hasta llegar a Puyo también se podría difundir en puntos estratégicos como es el terminal terrestre ya que es la llegada y salida de turistas.

Responsables: MINTUR, Cámara de Turismo, Municipio

Fecha a ejecutarse: por definirse.

Estrategia N° 3.-Construir un Puyo, seguro y confiable.

Objetivo:

Proporcionar un servicio para que los turistas tengan ayuda en todo momento, se sientan seguros y protegidos. Asimismo que sean capaces de realizar todas las actividades que deseen teniendo la información necesaria al alcance de sus manos.

Meta:

Esto permitiría al turista tener un viaje placentero libre de preocupaciones ya que la información da seguridad para tomar las decisiones adecuadas.

¿Cómo lograrlo?

Campaña S.O.S Turista

- Implantar una central telefónica
- Propuesta de sticker
- Funcionamiento del sistema
- Informando al turista
-

CAMPAÑA S.O.S TURISTA.

Implantar una central telefónica:

Esta campaña consiste en crear una central telefónica para los turistas llamada S.O.S Turista. Esta central telefónica trabajaría las 24 horas del día, los 7 días de la semana, incluyendo los feriados.

Los turistas pueden llamar a este número gratuitamente en caso de emergencia. Por ejemplo si necesitan información pueden llamar a este número desde cualquier teléfono público para que la operadora los asista. Para obtener el número, el turista no necesita saberlo sino que cada cabina contaría con un sticker donde se indique el número de S.O.S Turista. La operadora tendrá que saber por lo menos dos idiomas. De esta manera será capaz de comunicarse con el turista sin problema alguno.

Propuesta de sticker

Figura N°5: Sticker S.O.S Turista.



Elaborado por: Melisa Gutiérrez

Este es un modelo del sticker que se propone y que se pegaría en los teléfonos públicos (con el número adecuado).

Funcionamiento del sistema.

Cuando un turista necesite información este llamará al número que se encuentra en los stiker que estarán pegados en los teléfonos públicos. La operadora quien contestará el teléfono preguntara su inquietud, tomará el nombre completo del turista, el hotel en que se hospeda y adonde quiere llegar.

Con esta información, la operadora le mandara inmediatamente un taxi en caso de que sea necesario para que pueda llegar a su destino. La operadora contará con contacto directo con la cooperativa de taxis de la campaña “Yo amo al turista” para que la unidad más cercana vaya a recoger y socorrer al turista. El taxista identificará al turista preguntándole su nombre y apellido y el hotel donde se hospeda. Cuando el turista llegue a su destino deberá pagar por el servicio utilizado de taxi sin costo extra alguno.

Los estiker contaran con los números de la policía nacional, bomberos y cruz roja. Esto sería muy útil porque de esta forma los turistas se sentirían seguros.

Informando al turista.

Al aplicar las encuestas arrojó que se debería implementar más centros de información turística en la ciudad. Por lo que se seguirá que los centros de información turística que existe en Puyo sea más suministrado con folletería como:(mapas, guías turísticas, etc.), también sería recomendable que el personal que labora en los Centros de Información Turística domino por menos dos idiomas y así brinden mayor información turística de Puyo.

6. CONCLUSIONES

- El resultado del diagnóstico situacional demuestra, las principales actividades económicas de la ciudad de Puyo es el comercio, Turismo, construcción, artesanía, empleo público, pequeña empresa e industrias manufactureras, por medio de las se identificó el perfil del turista, el turista nacional provienen de la Región Sierra y el turista internacional provienen de España y Estados Unidos, edad promedio de 18 a 35 años, el motivo de su visita es ocio, la mayoría son hombres, su tiempo de estadía es de 3 a 4 días, tienen un promedio de gasto diario de 50 y 100 dólares, siendo esta nuestra demanda potencial situación que da a interpretar que son personas joven adulta económica mente activa, por medio del análisis FODA se planteó las estrategias para el desarrollo del modelo de gestión estratégica que se concluyó en el objetivo 3.
- Se realizó exitosamente el inventario de los atractivos turísticos de la ciudad de Puyo los mismos que se utilizó de base para la elaboración de los folletos turísticos y video promocional de la ciudad de Puyo.
- Se realizó el modelo de gestión estratégica el mismo que contribuirá a la promoción, y difusión de la oferta turística en la ciudad de Puyo

7. RECOMENDACIONES

- Se sugiere que las instancias gubernamentales mantengan actualizado el catastro turístico, ya que hay varios establecimientos con diferentes denominaciones y no concuerda con la denominación actual de los establecimientos, es importante que los GADs, parroquial, cantonal, provincial lleve un sistema de registro estimado por meses y años de la demanda en la provincia, ya que así se contaría con registros confiables para la elaboración de proyectos.
- Se sugiere Impulsar programas de capacitación por parte del MINTUR y GADS sobre creación de PYMES turísticas a la ciudadanía en general con el propósito de generar nuevos negocios, diversificar la economía local, crear fuentes de empleo. Esto a fin de inducir a los turistas a aumentar su estadía en la ciudad de Puyo, esto a través de Créditos facilitados por instituciones financieras, así como programas económicos para el desarrollo de la microempresa generados por el estado.
- Se recomienda ejecutar el presente proyecto puesto que son estrategias que nos ayudaran dar una buena imagen a la ciudad de puyo y así incentivar al turista a visitar puyo

8. RESUMEN

El presente trabajo de tesis constituye un estudio de diagnóstico del desarrollo turístico en la ciudad del Puyo para el diseño de un modelo de gestión estratégica que permita el aprovechamiento del turismo en la localidad.

Para el desarrollo del presente estudio se aplicó una Investigación no experimental a través de un análisis estadístico descriptivo, empleando métodos empíricos, técnicas documentales.

Se realizó un diagnóstico turístico en la ciudad de Puyo, por medio del mismo se logró identificar los atractivos turísticos relevantes y potenciales, también se identificó cuáles son los servicios turísticos que se podría incrementar en la ciudad de Puyo.

Luego de realizar el diagnóstico turístico, se “Diseño de un modelo de gestión estratégica” con la finalidad de aprovechar al máximo el turismo en la localidad; en las cuales se planteó estrategias enfocadas en el bienestar del turista y la comunidad.

Y así promover a la ciudad de Puyo como un destino turístico competitivo de la Amazonia y porque no decirlo del Ecuador.

SUMMARY

This thesis is a diagnostic study of tourism development in the city of Puyo for the design of a strategic management model that allows the use of tourism in the town.

For the development of this study we applied a non-experimental research through a descriptive statistical analysis using empirical methods, documentary techniques.

Diagnosis was made a tourist in the city of Puyo, through the same achievement identify relevant and potential tourist attractions, which are also identified tourism services could be increased in the city of Puyo.

After the diagnosis tourism is "Design of a strategic management model" in order to make the most of tourism in the town, in which wont strategies focused on the welfare of tourist and community. And thus promote the city of Puyo as a competitive tourist destination and because they say Amazon of Ecuador.

9. BIBLIOGRAFÍA

Lundberg, D. E. (1986). *Manual de organización y administración de turismo*. (5aed). Barcelona: Ediciones Centrum Técnicas y Científicas.

Torrejón, (2004). *Conceptualización de Atractivo Turístico*. Universidad Nacional de la Patagonia.

Catastro Turístico (2011). *Ministerio de Turismo del Ecuador*.

Betancourt & Ramón (1998) *Gestión estratégica* –Tercera Edición Porlamar -- Publicaciones Vértice S.L – 2008- Marketing Turístico – Imprenta en España

Bigné, E., Font, X., y Andreu, L.(2000) *Marketing de Destinos Turísticos: Análisis y Estrategias de Desarrollo*, Madrid, ESIC Editorial.

Del Reguero (1994). *Ecoturismo: Nuevas formas de turismo en el espacio rural*, Barcelona, Bosch Casa Editorial.

EPTCE. Guía de Turismo Comunitario. 2007

Kotler, y Hayes (2004). *El estudio de mercado*, Ediciones Paidós Ibérica S.A Barcelona-España

ANADRADE, Simon. (2005) *Diccionario de la economía*. 3 ed. Edit. Andrade. Guía turística del cantón Pastaza 2008

ACERENZA (1991) *Análisis del sistema turístico del cantón de buenos aires: insumo para un diseño de plan de desarrollo en turismo rural*

FLEIMAN, Jack. (2000). *Negocios exitosos*. Edit. Graw Hill.

- WALLES, Jimmy (2010). *Wikipedia, la enciclopedia libre. Análisis FODA*
- Tamayo y Tamayo, (1999) *Serie Aprender a Investigar. Modulo 2. La investigación*. Bogotá, Edit. Arfo editores Ltda.
- WALEES, Jimmy. (2004) *Wikipedia la enciclopedia libre. Cambio climático*.
- OMT (1998). *“Introducción al turismo”*, Organización Mundial del Turismo, España
- Kotler, P. y otros (1997). *Mercadotecnia para Hotelería y Turismo*. Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A.
- Acerenza, M. (2000). *“Promoción Turística”*. México: Editorial Trillas,
- Acerenza, M. (1999). *“En Administración de Turismo”*. Conceptualización y organización. Ed. Trillas México. Cap. 5 y 6. FODA
- Errázuriz, T. (2008). *“Tras la imagen de Santiago Turístico”*. Edición the tourist city
- Cabarcos, N (2006). *“Promoción y venta de servicios turísticos: comercialización de servicios”*· edición Gesbiblo, S.L.
- Quezada. (2010). *“Elementos de turismo, teoría, Clasificación y actividad”*. Edición Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica.
- Gurría, D. -B. (2010). *Introducción al turismo*. En M. A. Acerenza, Administración del Turismo Conceptualización y Organización Oferta

10. LINGÜÍSTICA:

Disponible en:

<http://www.definicion.org/diagnostico>

http://es.wikipedia.org/wiki/Atracci%C3%B3n_tur%C3%ADstica

<http://zip.rincondelvago.com/00017195>

<http://ficus.pntic.mec.es/ibus0001/servicios/turismo.html>

<http://www.slideshare.net/guestac53ba8/la-demanda-turistica>

<http://www.slideshare.net/angelucmex/definicion-atractivos-naturales-3763186>

<http://periodismousac.wordpress.com/2008/08/08/desarrollo-socioeconomico/>

http://www.tablero-decomando.com/FODA_Matematico.htm

<http://registro.turismo.gob.ec/noticias/index.php?que-es-un-catastro-turistico,22>

<http://www.monografias.com/trabajos17/turismo/turismo.shtml>

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/vazquez_d_ri/capitulo2.pdf

http://www.portaldeamerica.com/index.php?option=com_k2&view=itemlist&layout=category&task=category&id=17&Itemid=39

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/vazquez_d_ri/capitulo2.pdf

<http://www.vivepastaza.com/p/pastaza.html>

http://es.Wikipedia.Org/wiki/cambio_clim%C3%A1tico

11. ANEXOS

ANEXO N° 1. ENCUESTA

UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA



ENCUESTA

CIUDAD:FECHA..... ENCUESTA N°.....

La presente encuesta tiene por objeto adquirir información de los turistas que visitan nuestra ciudad, con la finalidad de conocer su perfil y las preferencias mejorando el desarrollo del turismo en la Amazonia.

Marque con una **X** su respuesta

1) Escriba el país y ciudad de procedencia

País Ciudad

2) Escriba su género y edad.

Masculino () Femenino () Edad.....

3) ¿Al momento de elegir un destino turístico usted prefiere?

Región Costa () Región Amazónica ()
Región Sierra () Región Insular ()

4) Indique la razón por la que visita la ciudad de Puyo.

1. Salud () 3. Negocio () 5. Estudio ()
2. Ocio () 4. Familia ()

5) ¿Aproximadamente cuánto gasta diario en su visita y mencione el tiempo de estadía?

Gasto diario (USD)..... Tiempo de visitas (días).....

6) ¿Cuáles son los servicios turísticos que hace uso durante su estadía en la ciudad de Puyo?

1. Alojamiento () 3. Servicio de guianza local ()
2. Alimentos y bebidas () 4. Diversión, recreación y esparcimiento ()

7) ¿En qué rango usted calificaría los servicios turísticos en la ciudad de Puyo. Subraye una respuesta?

Malo Bueno Sobresaliente
Regular Muy bueno

8) ¿Conoce usted los atractivos turísticos de la ciudad del Puyo?

Sí () No ()

Cuales:.....

9) ¿Para llegar a los diferentes atractivos turísticos dentro de la ciudad existe señalización vial e información turística?

a) VIAL b) TURÍSTICA
Sí () No () Sí () No

10) ¿Recomendaría usted a sus amistades visitar Puyo?

Sí () No ()

11) ¿Cuáles de las siguientes opciones son por las que recomendaría visitar la ciudad de Puyo? Subraye la respuesta que considere.

Existencia de atractivos naturales y culturales

Gastronomía típica

Vías en buen estado

Precios módicos de los servicios turísticos

Calidad de los servicios turísticos

Paisajes naturales

Convivencia cultural

Variedad de actividades turístico

12 ¿Qué servicio turístico desearía que ofreciera la ciudad de Puyo?

.....
.....

13) ¿Volvería Usted a visitar Puyo?

Sí ()

No ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO N°.- 2 STICKER DE CERTIFICACIÓN



ANEXO N°.-3 STICKER S.O.S TURISTA

TURISTA/TOURIST

TURISTA/TOURIST

TURISTA/TOURIST

S.O.S

TURISTA

LLAMAR EN CASO DE EMERGENCIA XXXXXX

Barrio: xxxxxx
Calle: xxxxxx

Policia: 885-101
Cruz Roja: 885-335
Bomberos: 885-102



ANEXO N°.-5 PRESUPUESTO DE CURSOS

ACTIVIDAD (CURSO)	MATERIALES REQUERIDOS	PRESUPUESTO REFERENCIAL	FECHA TENTATIVA DE EJECUCIÓN EN MESES
Coordinador Facilitador Asistente		350,00 2600,00 270,00	2 Meces
MANDOS MEDIOS Y OPERATIVOS: Atención y servicio al cliente. Higiene y salubridad. Gestión de Calidad y Buenas prácticas de Turismo Sostenible.	Papelería . Textos . Cámara Fotográfica . Proyector Digital (alquiler) . Computador Portátil . Movilización . Alimentación (refrigerio)	60,00 150,00 250,00 1500,00 1000,00 500,00 1300,00	
Total		6180,00	

ANEXON°.6 PRESUPUESTO DE CRÍPTICOS Y STICKERS

TIPO DE PUBLICIDAD	DETALLE	OBJETIVO	PUBLICO OBJETIVO	PRESUPUESTO	OBSERVACIÓN
Folletos	20000 trípticos a full color, papel couché, 150 gramos.	Difundir y promocionar los atractivos turísticos naturales y culturales de Puyo.	Población local, nacional, e internacional	\$ 1890,00	Impresión anual
Folletos	20000 trípticos a full color, papel couché, 150 gramos.	Guía de buenas prácticas para el turismo sostenible, plantea a través de distintas normas y acciones, la protección del medio ambiente.	Población Local	\$ 1400,00	Impresión anual
Video	Elaboración del video De alta resolución, 15000	Difundir y promocionar los atractivos turísticos naturales y culturales de Puyo por medio de un video que llame el interés del visitante.	Población local, nacional, e internacional	Elaboración \$ 500,00\$ 7500,00	Impresión anual
Total				\$ 13290,00	
Stickers	100 Stickers en adhesivo.	Stiker de certificación para establecimientos.	Población Local	\$ 165,00	Impresión anual
Stickers	50 Stickers en adhesivo.	Stiker de certificación para establecimientos.	Población Local	\$ 85,00	Impresión anual
total				\$ 250,00	