



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
SEDE ORELLANA
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

**EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO PARA
FORTALECER ECONÓMICA Y TURÍSTICAMENTE LA
PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LA COMUNA JUAN
PÍO MONTÚFAR PERTENECIENTE AL CANTÓN LORETO**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN TURISMO

AUTORAS:

LOURDES NAYELI CASTILLO MONTALVAN

JOSSELIN MISHHELL SÁNCHEZ ORTA

El Coca – Ecuador

2023



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
SEDE ORELLANA
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

**EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO PARA
FORTALECER ECONÓMICA Y TURÍSTICAMENTE LA
PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LA COMUNA JUAN
PÍO MONTÚFAR PERTENECIENTE AL CANTÓN LORETO**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN TURISMO

AUTORAS: LOURDES NAYELI CASTILLO MONTALVAN

JOSSELIN MISHHELL SÁNCHEZ ORTA

DIRECTORA: ING. GABRIELA ELIZABETH PROAÑO LUCERO MGS.

El Coca – Ecuador

2023

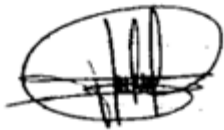
©2023, Josselin Mishell Sánchez Orta & Lourdes Nayeli Castillo Montalvan

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

Nosotras, Josselin Mishell Sánchez Orta y Lourdes Nayeli Castillo Montalvan declaramos que el presente Trabajo de Integración Curricular es de nuestra autoría y los resultados de este son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autores asumimos la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Integración Curricular. El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

El Coca, 22 de diciembre del 2023



Josselin Mishell Sánchez Orta
220008323-2



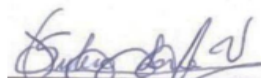
Lourdes Nayeli Castillo Montalvan
220027262-9

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: el Trabajo de Integración Curricular; tipo: Proyecto de Investigación, **EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO PARA FORTALECER ECONÓMICA Y TURÍSTICAMENTE LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LA COMUNA JUAN PÍO MONTÚFAR PERTENECIENTE AL CANTÓN LORETO** realizado por las señoras: **LOURDES NAYELI CASTILLO MONTALVAN Y JOSSELIN MISHHELL SÁNCHEZ ORTA** ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

FIRMA

FECHA



Ing. Rita Sulema Lara Vásconez Mgs
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

2023-12-22



Ing. Gabriela Elizabeth Proaño Lucero Mgs
DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

2023-12-22



Ing. Byron Jesús Serrano Castillo Mgs.
ASESOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

2023-12-22

DEDICATORIA

Querida familia Orta y Castillo éste logro no solo es nuestro, sino también de ustedes, quienes han sido la fuente inagotable de apoyo, inspiración y amor a lo largo de este arduo camino académico. Cada página de esta tesis lleva impresa la gratitud que sentimos por el esfuerzo y sacrificio que han dedicado para que hoy pueda alcanzar este hito. A ustedes, mis pilares inquebrantables, les dedico este trabajo con profundo cariño y reconocimiento. Su aliento constante y su fe en mis capacidades han sido el motor que me impulsó a superar obstáculos y perseguir mis sueños. Gracias por ser mi luz en los días oscuros, por celebrar mis triunfos y sostenerme en las caídas. Este logro es también suyo, y cada palabra escrita en estas páginas lleva consigo el reflejo de su amor y dedicación.

Josselin y Nayeli

AGRADECIMIENTO

Nuestro sincero agradecimiento a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo-Sede Orellana, por brindarnos la formación necesaria, una profesión y la oportunidad de servir a la sociedad y al país. De igual manera, a todos los docentes que nos han impartido sus conocimientos durante este transcurso académico. A la Ing. Gabriela Elizabeth Proaño Lucero Mgs, directora del trabajo de integración curricular y al Ing. Byron Jesús Serrano Castillo Mgs, miembro del tribunal, por sus asesoramientos y apoyo durante el tiempo de la realización del Proyecto de Investigación. También se agradece a las autoridades de la comunidad Juan Pío Montufar por su colaboración e información brindada.

Josselin y Nayeli

ÍNDICE DE CONTENIDO

| | |
|------------------------------|------|
| ÍNDICE DE TABLAS..... | xiii |
| ÍNDICE DE ILUSTRACIONES..... | xiv |
| ÍNDICE DE ANEXOS..... | xvi |
| RESUMEN..... | xvii |
| SUMMARY / ABSTRACT..... | xvii |
| INTRODUCCIÓN..... | 1 |

CAPÍTULO I

| | |
|------------------------------------------|---|
| 1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN..... | 4 |
| 1.1 Planteamiento del problema..... | 4 |
| 1.2 Objetivos..... | 5 |
| 1.2.1 <i>Objetivo General</i> | 5 |
| 1.2.2 <i>Objetivos específicos</i> | 5 |
| 1.3 Justificación..... | 6 |
| 1.4 Pregunta de investigación..... | 6 |

CAPÍTULO II

| | |
|---------------------------------------|---|
| 2. MARCO TEÓRICO..... | 7 |
| 2.1 Referencias teóricas..... | 7 |
| 2.1.1 <i>Turismo</i> | 7 |
| 2.1.1.1 <i>Conceptos</i> | 7 |
| 2.1.1.2 <i>Tipos de turismo</i> | 7 |
| 2.1.2 <i>Comunidad</i> | 7 |
| 2.1.2.1 <i>Conceptos</i> | 8 |
| 2.1.3 <i>Cultura</i> | 8 |

| | | |
|----------|----------------------------------------------------------|----|
| 2.1.3.1 | <i>Patrimoniocultural</i> | 9 |
| 2.1.3.2 | <i>Patrimonio cultural material</i> | 9 |
| 2.1.3.3 | <i>Tipos de patrimonio material</i> | 10 |
| 2.1.3.4 | <i>Patrimonio cultural inmaterial</i> | 11 |
| 2.1.3.5 | <i>Tipos de Patrimonio inmaterial</i> | 12 |
| 2.1.4 | <i>Kichwa</i> | 13 |
| 2.1.4.1 | <i>Definición de kichwa según autores</i> | 13 |
| 2.1.5 | <i>Patrimonio natural</i> | 13 |
| 2.1.6 | <i>Biodiversidad</i> | 14 |
| 2.1.7 | <i>Ecosistema</i> | 14 |
| 2.1.8 | <i>Diversidad biológica</i> | 15 |
| 2.1.9 | <i>Sistema turístico</i> | 15 |
| 2.1.9.1 | <i>Destino turístico</i> | 15 |
| 2.1.9.2 | <i>Infraestructura turística</i> | 15 |
| 2.1.9.3 | <i>Demanda turística</i> | 15 |
| 2.1.10 | <i>Creación de un producto turístico</i> | 16 |
| 2.1.10.1 | <i>Diseño del producto</i> | 16 |
| 2.1.10.2 | <i>Gestión del producto</i> | 16 |
| 2.1.11 | <i>Gestión de los atractivos turísticos</i> | 16 |
| 2.1.11.1 | <i>Atractivos turísticos</i> | 17 |
| 2.1.11.2 | <i>Tipos de atractivos turísticos</i> | 17 |
| 2.1.12 | <i>Evaluación</i> | 17 |
| 2.1.12.1 | <i>Metodología de la evaluación turística</i> | 17 |
| 2.1.13 | <i>Potencial turístico</i> | 18 |
| 2.1.13.1 | <i>Evaluación del potencial turístico</i> | 18 |
| 2.1.14 | <i>Fortalecer</i> | 19 |
| 2.1.14.1 | <i>Definición</i> | 19 |
| 2.1.15 | <i>Productividad</i> | 19 |
| 2.1.15.1 | <i>Definición</i> | 19 |

| | | |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.1.16 | <i>Competitividad</i> | 19 |
| 2.1.16.1 | <i>Definición</i> | 19 |
| 2.1.17 | <i>Economía</i> | 20 |
| 2.1.17.1 | <i>Definición</i> | 20 |
| 2.1.17.2 | <i>Economía turística</i> | 20 |
| 2.1.18 | <i>Alternativa de desarrollo</i> | 20 |
| 2.1.19 | <i>Diagnostico</i> | 21 |
| 2.1.19.1 | <i>Tipos de diagnostico</i> | 21 |
| 2.1.20 | <i>Estrategias</i> | 22 |
| 2.1.20.1 | <i>Conceptos</i> | 22 |
| 2.1.20.2 | <i>Estrategias turísticas</i> | 22 |
| 2.1.21 | <i>Marketing</i> | 23 |
| 2.1.21.1 | <i>Plan de marketing</i> | 24 |
| 2.1.21.2 | <i>Tipos de marketing</i> | 24 |
| 2.1.21.3 | <i>Las 4 P del marketing: qué son, cuáles son y para qué sirven</i> | 25 |
| 2.1.22 | <i>Foda</i> | 26 |

CAPÍTULO III

| | | |
|--------------|------------------------------------------|----|
| 3. | MARCO METODOLÓGICO | 27 |
| 3.1 | Enfoque de la investigación | 27 |
| 3.2 | Alcance de la investigación | 28 |
| 3.3 | Diseño de la investigación | 28 |
| 3.4 | Tipo de investigación | 29 |
| 3.4.1 | <i>Investigación de campo</i> | 29 |
| 3.4.2 | <i>Investigación documental</i> | 29 |
| 3.4.3 | <i>Investigación etnográfica</i> | 29 |
| 3.4.4 | <i>Investigación exploratoria</i> | 30 |
| 3.4.5 | <i>Investigación descriptiva</i> | 30 |

| | | |
|----------------|-----------------------------------------------------------------|----|
| 3.5 | Técnicas e instrumentos de investigación | 30 |
| 3.5.1 | Técnicas | 30 |
| 3.5.1.1 | <i>Encuestas</i> | 30 |
| 3.5.1.2 | <i>Fichaje</i> | 30 |
| 3.5.2 | Instrumentos | 31 |
| 3.5.2.1 | <i>Cuestionario</i> | 31 |
| 3.5.3 | Fichas | 31 |
| 3.5.4 | Población | 31 |
| 3.5.5 | Muestras | 31 |
| 3.5.5.1 | <i>Fórmula</i> | 32 |
| 3.5.5.2 | <i>Desarrollo</i> | 32 |
| 3.5.5.3 | <i>Selección de la muestra</i> | 33 |
| 3.6.3. | Metodología para el desarrollo de la investigación | 33 |

CAPÍTULO IV

| | | |
|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4. | MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS | 36 |
| 4.1 | Diagnóstico evaluativo del centro turístico de la comunidad Juan Pío Montufar | 35 |
| 4.1.1 | Factores físicos | 35 |
| 4.1.1.1 | <i>Clima y precipitación</i> | 35 |
| 4.1.1.2 | <i>Uso del suelo</i> | 35 |
| 4.1.1.3 | <i>Zonas de vida</i> | 36 |
| 4.1.2 | Fauna silvestre | 36 |
| 4.1.3 | Flora | 37 |
| 4.1.4 | Aspectos geográficos | 38 |
| 4.1.5 | Geografía del Ecuador | 38 |
| 4.1.5.1 | <i>Situación Geográfica de Loreto</i> | 39 |
| 4.1.6 | Ubicación de la comunidad Juan Pío Montufar | 40 |
| 4.1.6.1 | <i>Características de la comunidad</i> | 40 |
| 4.1.7 | Aspectos socio- económicos | 41 |

| | | |
|----------------|--------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.1.8 | <i>Servicios Fundamentales</i> | 41 |
| 4.1.8.1 | <i>Electricidad</i> | 41 |
| 4.1.8.2 | <i>Agua Potable</i> | 42 |
| 4.1.8.3 | <i>Alcantarillado</i> | 42 |
| 4.1.8.4 | <i>Desechos Sólidos</i> | 43 |
| 4.1.8.5 | <i>Comunicación</i> | 43 |
| 4.1.8.6 | <i>Viabilidad</i> | 44 |
| 4.1.8.7 | <i>Transporte Público</i> | 44 |
| 4.2 | Ámbito interno | 44 |
| 4.2.1 | <i>Estructura organizativa de la comuna Juan Pío Montufar</i> | 44 |
| 4.2.2 | <i>Estructura Organizativa de Turismo de la comuna</i> | 45 |
| 4.3 | Ámbito turístico | 47 |
| 4.4 | Análisis de la oferta turística | 47 |
| 4.4.1 | <i>Atractivos Naturales</i> | 47 |
| 4.4.2 | <i>Manifestaciones culturales</i> | 50 |
| 4.4.3 | <i>Resumen de los atractivos, recursos y jerarquías</i> | 54 |
| 4.5 | Declaratoria de la imagen turística | 55 |
| 4.5.1 | <i>Imagen turística de la comunidad Juan Pío Montufar</i> | 57 |
| 4.5.1.1 | <i>Imagen marca de la comunidad Juan Pío Montufar</i> | 56 |
| 4.5.1.2 | <i>Colores del logotipo</i> | 56 |
| 4.5.1.3 | <i>Código lingüístico</i> | 56 |
| 4.5.1.4 | <i>Tamaños</i> | 57 |
| 4.6 | Análisis de la planta turística de la comunidad Juan Pío Montufar | 58 |
| 4.6.1 | <i>Infraestructura de la comuna Juan Pío Montufar</i> | 65 |
| 4.7 | Análisis de la demanda turística | 66 |
| 4.8 | Perfil del turista | 72 |
| 4.9 | Demanda actual | 73 |
| 4.10 | Establecimiento de Nudos Críticos | 780 |
| 4.11 | <i>Identificación de Factores Claves de Éxito</i> | 78 |

CAPÍTULO VI

| | |
|-----------------------------------------------|-----------|
| 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | 95 |
| 5.1. Conclusiones..... | 95 |
| 5.2. Recomendaciones..... | 96 |

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 3-1: Fases de desarrollo de investigación..... | 33 |
| Tabla 4-1: Zonas de vida..... | 36 |
| Tabla 4-2: Fauna silvestre | 36 |
| Tabla 4-3: Flora..... | 37 |
| Tabla 4-4: Aspectos Económicos | 41 |
| Tabla 4-5: Porcentaje de energía eléctrica en la parroquia San José de Payamino | 42 |
| Tabla 4-6: Porcentaje de agua potable, Parroquia San José de Payamino | 42 |
| Tabla 4-7: Porcentaje de alcantarillado..... | 43 |
| Tabla 4-8: Eliminación de basura..... | 43 |
| Tabla 4-9: Transporte público..... | 44 |
| Tabla 4-10: Resumen de los atractivos naturales | 54 |
| Tabla 4-11: Resumen de los atractivos culturales | 54 |

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Ilustración 2-1: Kichwa de la amazonia..... | 13 |
| Ilustración 4-1: Instituto Geográfico Militar..... | 38 |
| Ilustración 4-2: Mapa Geográfico del Cantón Loreto..... | 39 |
| Ilustración 4-3: Ubicación de la comuna Juan Pío Montufar..... | 40 |
| Ilustración 4-4: Estructura Organizativa de la comuna Juan Pío Montufar..... | 45 |
| Ilustración 4-5: Estructura Organizativa de turismo de la comuna..... | 46 |
| Ilustración 4-6: Río Shinguno..... | 48 |
| Ilustración 4-7: Cascada Lora Pakcha..... | 48 |
| Ilustración 4-8: Cascada Ishpingo Pakcha I..... | 49 |
| Ilustración 4-9: Cascada Ishpingo Pakcha II..... | 49 |
| Ilustración 4-10: Cascada Waira Pakcha..... | 50 |
| Ilustración 4-11: Chica de yuca..... | 50 |
| Ilustración 4-12: Chica de chonta..... | 51 |
| Ilustración 4-13: Canastos..... | 51 |
| Ilustración 4-14: Shigras..... | 52 |
| Ilustración 4-15: Maito..... | 52 |
| Ilustración 4-16: Chontacuros..... | 53 |
| Ilustración 4-17: Kichwas..... | 53 |
| Ilustración 4-18: Marca de la comunidad Juan Pío Montufar..... | 56 |
| Ilustración 4-19: Coliseo de la comuna Juan Pío Montufar..... | 58 |
| Ilustración 4-20: Escuela Juan Pío Montufar..... | 59 |
| Ilustración 4-21: Baterías Sanitarias del centro turístico Ishpingo Pakcha..... | 59 |
| Ilustración 4-22: Letrero de entrada al centro turístico Ishpingo Pakcha..... | 60 |
| Ilustración 4-23: Señalética de bienvenida..... | 60 |
| Ilustración 4-24: Punto de encuentro y mini bar..... | 61 |
| Ilustración 4-25: Zona de descanso..... | 61 |
| Ilustración 4-26: Parqueadero..... | 62 |
| Ilustración 4-27: Escalera, primera entrada a los atractivos..... | 62 |
| Ilustración 4-28: Señalética para la correcta higiene..... | 63 |
| Ilustración 4-29: Casa de descanso 2..... | 63 |
| Ilustración 4-30: Cancha de fútbol..... | 64 |
| Ilustración 4-31: Señalética..... | 64 |
| Ilustración 4-32: Camino a la cascada 2..... | 65 |
| Ilustración 4-33: Edad de los encuestados..... | 66 |

| | |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| Ilustración 4-34: Género de encuestados..... | 66 |
| Ilustración 4-35: Procedencia de encuestados..... | 67 |
| Ilustración 4-36: Turismo Comunitario..... | 67 |
| Ilustración 4-37: Visitar Loreto y conocer la comuna..... | 68 |
| Ilustración 4-38: Clase de servicio de hospedaje..... | 68 |
| Ilustración 4-39: Tipo de Alimentación..... | 69 |
| Ilustración 4-40: Actividades que les gustaría practicar..... | 69 |
| Ilustración 4-41: Temporadas para viajar..... | 70 |
| Ilustración 4-42: Planificación de viaje..... | 70 |
| Ilustración 4-43: Con quien viaja..... | 71 |
| Ilustración 4-44: Disponibilidad a pagar por el servicio..... | 71 |
| Ilustración 4-45: Tipo de publicidad..... | 72 |

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: FICHAS ATRACTIVOS NATURALES

ANEXO B: FICHAS ATRACTIVOS CULTURALES

RESUMEN

La comunidad Juan Pío Montúfar actualmente desconoce su potencial turístico y no cuenta con una planificación turística que permita posicionarse como un atractivo turístico, por ende, ha limitado que los moradores obtengan ingresos económicos afectando la capacidad del desarrollo de la comunidad, por tal motivo, el objetivo fue una evaluación del potencial turístico para fortalecer económica y turísticamente la productividad y competitividad de la comunidad Juan Pío Montúfar perteneciente al cantón Loreto. La metodología empleada fue de naturaleza cuali-cuantitativa, con un diseño no experimental. La investigación abarcó aspectos documentales, de campo y etnográficos, siendo descriptiva y exploratoria. Se utilizó técnicas, como encuestas dirigidas a turistas locales y nacionales utilizando herramientas digitales como Google Forms para analizar e interpretar los resultados, fichas del Ministerio de turismo y del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural para el inventario y la identificación de atractivos naturales y culturales. Tras llevar a cabo el estudio pertinente, se logró comprender la situación de la comunidad, lo que permitió realizar una evaluación general del estado actual de la misma. Se obtuvo información detallada, ponderación y jerarquización de los atractivos, analizando tanto la oferta como la demanda. Además, se formularon propuestas de aprovechamiento acordes a las necesidades del territorio, considerando el análisis de normativas nacionales. Los resultados obtenidos revelaron la existencia de 12 atractivos que desempeñan un papel crucial en la actividad turística. La comunidad cuenta con 5 atractivos naturales y 7 culturales. En conclusión, se busca impulsar el turismo como motor económico, preservando la identidad cultural y fomentando prácticas turísticas sostenibles en la comunidad Juan Pío Montufar.

Palabras claves: <EVALUACIÓN>, <POTENCIAL>, <FORTALECIMIENTO>, <ECONOMÍA>, < TURISMO>, <PRODUCTIVIDAD >, <COMPETITIVIDAD>, < COMUNA >.

Cristian Tenelanda S

Ing. Cristian Sebastian Tenelanda S.
0604686709



0265-DBRA-UPT-2024

ABSTRACT

The Juan Pio Montufar community is currently unaware of its tourism potential and does not have tourism planning that would allow it to position itself as a tourist attraction; therefore, it has limited the residents' ability to obtain economic income, affecting the community's development capacity. For this reason, the objective was to evaluate the tourism potential to strengthen the economic and tourism productivity and competitiveness of the Juan Pio Montufar community in Loreto. The methodology used was of a qualitative-quantitative nature, with a non-experimental design. The research included documentary, field, and ethnographic aspects, being descriptive and exploratory. Techniques were used, such as surveys directed to local and national tourists using digital tools such as Google Forms to analyze and interpret the results, and files from the Ministry of Tourism and the National Institute of Cultural Heritage for the inventory and identification of natural and cultural attractions. After carrying out the relevant study, it was possible to understand the situation of the community, which allowed a general evaluation of the current state of the community. Detailed information, weighting and ranking of the attractions was obtained, analyzing both supply and demand. In addition, proposals were formulated in accordance with the needs of the territory, considering the analysis of national regulations. The results revealed the existence of 12 attractions that play a crucial role in tourism. The community has 5 natural and 7 cultural attractions. In conclusion, the project seeks to promote tourism as an economic engine, preserving cultural identity and promoting sustainable tourism practices in the Juan Pio Montufar community.

Key words: <EVALUATION>, <POTENTIAL>, <STRENGTHENING>, <ECONOMY>, <TOURISM>, <PRODUCTIVITY>, <COMPETITIVENESS>, < COMMUNITY >.



Erich Gonzalo Guzmán Condoy M.Sc.
0704554484

Erich Gonzalo Guzmán Condoy M.Sc.
0704554484

INTRODUCCIÓN

El turismo es un fenómeno social que a lo largo del tiempo se ha convertido en uno de los principales motores para el crecimiento económico de un país. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo se define como "las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos". Esta definición destaca que el turismo involucra no solo el desplazamiento físico, sino también las actividades que se realizan durante la estadía en un destino turístico, y que puede tener diferentes propósitos, incluyendo el ocio, los negocios y la educación (World Tourism Organization, 2019).

Existen varios tipos de turismo según el propósito y la naturaleza del viaje, algunos de los cuales son: turismo de aventura, turismo cultural, turismo de ocio o vacacional, turismo de negocios, turismo de salud y bienestar y turismo de voluntariado (Ostelea Tourism Management School, 2019).

Ecuador es un país con una enorme variedad de especies de flora y fauna endógena, por ello se le reconoce como uno de los doce países con mayor biodiversidad en el mundo también es reconocido por sus monumentos turísticos, naturales, paisajes y sus diferentes culturas.

En las últimas décadas la industria turística se ha posicionado como una opción viable y confiable para el desarrollo de un territorio. Por medio del turismo, existen áreas que económicamente no son ricas, pero cuentan con importantes recursos culturales, históricos o naturales, poniendo en valor sus recursos y convirtiéndolos en atractivo (Kalpana, 2020).

Orellana es una provincia de la amazonia ecuatoriana que está conformada por 4 cantones: Aguarico, Francisco de Orellana, Joya de los Sachas y Loreto. Las fuentes económicas dependen principalmente de la explotación petrolera y la agricultura por lo cual la municipalidad y la prefectura de Orellana están enfocados en desarrollar proyectos Turísticos y ayudar a la economía de las comunidades (Ecuador Travel, 2021).

El cantón Loreto es uno de los cantones más visitados de la provincia de Orellana al tener atractivos turísticos como su selva siempre verde una variedad de ecosistemas, paisajes y climas los cuales se encuentran desde las tierras bajas donde el bosque tropical lluvioso es bañado con ríos cristalinos también se encuentra el Volcán Sumaco Napo Galeras.

Loreto está conformado de cascadas, cavernas, piscinas naturales, fósiles petrificados, ríos caudalosos para la práctica de deportes extremos como rafting, hidroespeed kayaking, tubing. (Asociación De Municipalidades Ecuatorianas, 2017).

Este cantón está conformado parroquias urbanas y rurales se denominan: San José de Payamino, Puerto Murialdo, Loreto, Ávila Huiruno, San José de Dahuano, San Vicente. En la parroquia San José de Payamino está ubicado en la parte norte del cantón Loreto, a una altura promedio de 300 m.s.n.m, la temperatura promedio anual es 26°C y posee una precipitación anual que fluctúa entre los 3,000 a 4,000 m m. (Gobierno Autónomo Descentralizado Del Cantón Loreto, 2015).

La comunidad Juan Pío Montufar tiene una población de 600 a 1,000 habitantes aproximadamente el idioma que predominan es el kichwa y el español donde sus principales fuentes económicas son los cultivos siendo una comunidad con una gran riqueza natural y cultural que puede ser aprovechada por el turismo.

La mayoría de los pobladores son indígenas kichwas que aún conservan un poco de la cultura ancestral, dentro de esta comunidad se encuentran diferentes atractivos turísticos como; cascada gununo, cascada chikta pakcha, cascada ishpingo pakcha, saladero de loros, petroglifos entre otros (Reyna, 2009).

En este contexto se detalla el trabajo de integración curricular conformado por seis capítulos.

CAPÍTULO I: En este capítulo se describe en detalle el problema central que afecta a la organización y se justifica la necesidad de abordarlo. Además, se establecen los objetivos que se pretenden alcanzar durante la investigación.

CAPÍTULO II: En el marco teórico de la investigación, se exponen los fundamentos que sustentan el estudio, incluyendo diversas categorías relacionadas con conceptos básicos como turismo sostenible y sustentable, servicios, atracciones turísticas, oferta y demanda, infraestructura, plan de mejoramiento, entre otros.

CAPÍTULO III: En esta sección se describe la metodología que se seguirá en la investigación, incluyendo el tipo de investigación, el diseño de investigación, la población de estudio y la unidad de análisis. El objetivo es realizar la evaluación del potencial turístico y generar estrategias que permiten el desarrollo de la comunidad que ayude a fortalecer económica y turísticamente la comunidad. Cada uno de estos aspectos contribuirá a lograr este objetivo de manera efectiva.

CAPÍTULO IV: En este capítulo se presentan los resultados obtenidos durante la investigación, los cuales fueron desarrollados de acuerdo con los objetivos planteados. Se exponen los hallazgos más notables del proceso investigativo, se analiza los atractivos turísticos relevantes que ayuden a fortalecer económica y turísticamente la comunidad.

CAPÍTULO V: Este capítulo contiene la evaluación del potencial turístico de la comunidad Juan Pío Montufar, determinando las estrategias más adecuadas no en el área administrativa si no de forma general para lograr una adecuada gestión del turismo comunitario.

CAPÍTULO VI: En el último capítulo, se presentarán las conclusiones y recomendaciones obtenidas a partir de los resultados de la investigación. Estas conclusiones y recomendaciones servirán para describir las posibles líneas futuras de trabajo en relación con el proyecto de investigación actual.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del problema

La pandemia de COVID-19 ha representado la principal preocupación para el sector turístico durante los años 2020 y 2021, y la influencia se ha mantenido hasta el año 2022. La propagación del virus ha ocasionado limitaciones en los desplazamientos y cierres de fronteras a nivel global, lo cual ha tenido un impacto considerable en la esfera turística. Muchos países han experimentado una disminución drástica en la afluencia de visitantes, lo que ha generado efectos desfavorables en la economía local y en el ámbito laboral.

La industria del turismo ha dejado una huella significativa en aspectos como el entorno natural, la identidad cultural de las comunidades locales y la economía de los destinos turísticos. Cada vez más viajeros son conscientes de la importancia de adoptar enfoques sustentables en sus travesías, y esperan que los lugares de interés turístico y las empresas del sector incorporen prácticas que promuevan la sostenibilidad.

La pandemia ha afectado especialmente al turismo receptivo del Ecuador, es decir, aquellos turistas que vienen de otros países a visitar el país. En 2020, el número de visitantes internacionales al Ecuador se redujo en un 73% en comparación con el año anterior. Esto ha tenido consecuencias económicas negativas en las comunidades locales que dependen del turismo, como guías turísticos, empresas de transporte, restaurantes y alojamiento.

En el cantón Loreto se encuentra ubicada la comunidad Juan Pio Montufar la cual no tiene una jerarquización de los atractivos turísticos, cuenta con un deficiente desarrollo turístico, por el débil liderazgo que existe por parte de la comuna ya que no se han podido organizar, no cuentan con los permisos de funcionamiento que establece las leyes y reglamentos dentro del sector turístico, además carece de señalización en los senderos, lo que no permite tener una fácil accesibilidad a los atractivos turísticos más llamativos, también se pudo observar que se necesita mejorar la planta turística y la infraestructura para poder llegar al desarrollo turístico.

La comunidad actualmente no cuenta con una planificación turística que permita posicionarse como un atractivo turístico, por ende, ha limitado que los moradores obtengan ingresos económicos afectando la capacidad del desarrollo de la comunidad y mejorar la calidad de vida,

esta investigación pretende generar estrategias para que el turismo en la comunidad Juan Pío Montúfar genere ingresos económicos

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Evaluar el potencial turístico para fortalecer económica y turísticamente la productividad y competitividad de la comunidad Juan Pío Montúfar perteneciente a la parroquia San José de Payamino como parte de una alternativa de desarrollo.

1.2.2 Objetivos específicos

- ✓ Realizar el diagnóstico de la situación actual de forma participativa en la comunidad Juan Pío Montufar para identificar las condiciones turísticas.
- ✓ Valorar el potencial turístico de acuerdo con los elementos del sistema turístico con el fin de conocer la importancia del turismo en la comunidad Juan Pío Montufar.
- ✓ Proponer estrategias adecuadas que permitan un desarrollo turístico en la comunidad Juan Pío Montufar.

1.3 Justificación

A nivel del Ecuador dentro de la parte gubernamental existe una escasa promoción y apoyo a nivel turístico por lo cual el trabajo investigativo pretende ser una oportunidad para un desarrollo socioeconómico de todos los habitantes, por esta razón es de gran importancia realizar los estudios pertinentes para ver la potencialidad turística de la comunidad, además estamos contribuyendo a cumplir los objetivos de Desarrollo sostenible como: Hambre cero porque se requiere que ellos produzcan los propios huertos, y dentro de la comunidad existe piscinas de tilapias para el consumo, agua limpia y saneamiento ya que los ríos y cascadas se deben mantener sanos y estar sin contaminación, los turistas no deben arrojar basura ni desechos tóxicos.

Acción por el clima también sería un objetivo muy importante de implementar dentro de la comuna ya que los agricultores han optado por talar los árboles y vender la madera esto a la larga afectaría al clima, Trabajo decente y crecimiento económico este objetivo es primordial para la comuna porque al trabajar dentro del turismo y ofreciendo diferentes productos turísticos los pobladores se beneficiarían en la parte económica y generaran empleo, con el objetivo de

posicionar a la comuna Juan Pío Montufar del cantón Loreto como un atractivo turístico a nivel del Ecuador.

La Evaluación del Potencial Turístico de la comunidad Juan Pío Montufar va a permitir conocer, informar y realizar el inventario de cada una de los atractivos turísticos naturales y culturales que posee este sector, que son la base principal para emprender la actividad turística, permitiendo un desarrollo socioeconómico de todos los habitantes, por esta razón es de gran importancia realizar los estudios pertinentes para dar a conocer los atractivos que posee creando un vínculo entre la oferta y la demanda, promoviendo el turismo comunitario, buscando un proceso de intercambio donde exista un equilibrio y satisfacción de todos los actores, pobladores y turistas.

Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad, el lograr fomentar la creación del respeto, tolerancia, convivencia para que tanto la gente local como los visitantes puedan llegar a tener un encuentro armonioso donde sean partícipes, aprendan la una de la otra y se promueva la valoración del patrimonio cultural y el cuidado de los recursos naturales.

En la Comunidad Juan Pío Montufar mediante el estudio de evaluación de la potencialidad turística pretende identificar y valorar los recursos potenciales con que cuenta la población, lo cual será una herramienta fundamental en la toma de decisiones y de esta manera formular propuestas para el desarrollo turístico sostenible siendo un modelo reconocido a nivel nacional e internacional y de esta manera contribuir al desarrollo socioeconómico del país.

1.4 Pregunta de investigación

¿Contar con la Evaluación del potencial turístico permitirá fortalecer económica y turísticamente la productividad y competitividad de la comuna Juan Pío Montufar perteneciente a la parroquia San José de Payamino del cantón Loreto?

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Referencias teóricas

2.1.1 *Turismo*

2.1.1.1 *Conceptos*

"El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios y otros motivos" (OMT, 2017, p. 12).

"El turismo sostenible es aquel que satisface las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades" (Comisión Mundial de Turismo y Medio Ambiente, 1987, p. 7).

"El turismo se refiere a los viajes temporales de personas a destinos fuera de su lugar de residencia habitual, por motivos de ocio, negocios y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado" (Unión Europea, 2018, p. 3).

2.1.1.2 *Tipos de turismo*

Existen varios tipos de turismo, algunos de ellos son:

- ✓ Turismo cultural: este tipo de turismo se enfoca en la experiencia de conocer y disfrutar de la cultura, arte, historia y tradiciones de una región o país.
- ✓ Turismo de aventura: este tipo de turismo busca experiencias emocionantes y extremas como actividades al aire libre, deportes extremos, actividades acuáticas, entre otras.
- ✓ Turismo de naturaleza: este tipo de turismo se enfoca en el disfrute y conservación de la naturaleza y los recursos naturales, como parques nacionales, reservas ecológicas, entre otros.
- ✓ Turismo de playa: este tipo de turismo busca disfrutar del sol, la arena y el mar en playas de diferentes partes del mundo.
- ✓ Turismo gastronómico: este tipo de turismo se enfoca en la experiencia culinaria, donde se busca conocer y disfrutar la gastronomía típica de la región o país visitado.

- ✓ Turismo de salud: este tipo de turismo se enfoca en la búsqueda del bienestar y la salud, mediante tratamientos y terapias en spas y centros especializados.
- ✓ Turismo de negocios: este tipo de turismo se enfoca en viajes por motivos de trabajo, como reuniones, conferencias y eventos empresariales.
- ✓ Turismo religioso: este tipo de turismo se enfoca en visitar lugares sagrados y religiosos, para conocer más acerca de la religión y su historia.
- ✓ Turismo social: este tipo de turismo busca la ayuda y el compromiso con la sociedad y la comunidad local, mediante la realización de actividades solidarias y de voluntariado

2.1.2 Comunidad

2.1.2.1 Conceptos

Según McMillan & Chavis "La comunidad se refiere a un grupo de personas que comparten intereses, valores, objetivos o ubicación geográfica, y que interactúan entre sí, colaboran y comparten recursos, lo que resulta en un sentido de pertenencia y solidaridad" (McMillan y Chavis, 1986, p. 9).

Según Petty "La comunidad se refiere a un grupo de individuos que interactúan entre sí, comparten una identidad o intereses comunes, y están unidos por lazos sociales y emocionales, lo que implica un sentido de pertenencia, apoyo mutuo y responsabilidad compartida" (Petty, 2003, p. 639).

Según Fernández "La comunidad se refiere a un grupo de personas que comparten un espacio geográfico o virtual, y que se relacionan entre sí a través de redes sociales y culturales, lo que implica la construcción de identidad colectiva, la colaboración y la participación en la toma de decisiones" (Fernández, 2017, p. 25).

2.1.3 Cultura

La cultura es un concepto ampliamente utilizado en diferentes ámbitos y disciplinas, y su definición varía según el contexto en el que se utilice. Sin embargo, en términos generales, se puede definir la cultura como el conjunto de valores, creencias, normas, costumbres, conocimientos, arte y tecnología que comparte una sociedad o grupo humano (Hofstede, 2001, p. 9).

Según Hofstede (2011), la cultura se puede entender como "la programación colectiva de la mente que distingue a los miembros de un grupo o categoría de personas de otro". Es decir, la cultura es

un conjunto de patrones y formas de pensar que se comparten dentro de una sociedad o grupo humano y que influyen en la manera en que se percibe y se actúa en el mundo.

La cultura también puede ser entendida como un proceso dinámico y en constante evolución, en el que se producen cambios y transformaciones a lo largo del tiempo. Para Geertz (1973), la cultura puede ser entendida como "un sistema simbólico que los seres humanos utilizan para dar sentido al mundo y a sus experiencias".

2.1.3.1 Patrimonio cultural

El patrimonio cultural se refiere a aquellos bienes y elementos materiales e inmateriales que son considerados como testimonios de la historia, la cultura y la identidad de una sociedad o comunidad. Este patrimonio puede incluir monumentos, edificios históricos, sitios arqueológicos, manifestaciones artísticas y culturales, así como prácticas y tradiciones sociales y culturales (ICOMOS, 1964).

Uno de los conceptos clave en la definición de patrimonio cultural es el de la conservación y protección de estos bienes. La conservación implica la preservación física y material de los bienes, mientras que la protección se refiere a la garantía de su salvaguarda y uso responsable para evitar su deterioro o destrucción. Esto implica no solo el cuidado de los bienes en sí, sino también la educación y la sensibilización de las comunidades sobre la importancia de su patrimonio cultural (UNESCO, 2003).

2.1.3.2 Patrimonio cultural material

Patrimonio cultural material: Se refiere a los objetos físicos y tangibles que tienen un valor cultural significativo y que son considerados como herencia de una sociedad o comunidad. Incluye monumentos, sitios arqueológicos, obras de arte, documentos históricos, entre otros (Ashworth, G & Graham, B, 2013).

Patrimonio cultural material: Comprende los bienes y objetos que tienen un valor cultural, histórico, arqueológico o artístico, y que forman parte de la identidad y la memoria colectiva de una sociedad. Estos incluyen edificios, esculturas, artefactos, pinturas, entre otros elementos materiales (Barral, 2021).

Patrimonio cultural material: Hace referencia a los elementos físicos y materiales que representan la expresión de la cultura y la historia de una sociedad. Estos objetos y estructuras

son preservados y protegidos como parte del legado cultural de una comunidad, proporcionando información valiosa sobre el pasado y su evolución (Choay, 2017).

2.1.3.3 *Tipos de patrimonio material*

El patrimonio cultural material se refiere a los bienes físicos o tangibles que tienen un valor cultural y que son heredados de generación en generación. Estos bienes pueden ser arquitectónicos, arqueológicos, artísticos, entre otros. A continuación, se presentan algunos tipos y subtipos del patrimonio cultural material:

Patrimonio Arquitectónico:

A. Monumentos: Edificios, estructuras u obras de ingeniería que tienen un valor histórico, artístico o cultural significativo.

B. Sitios históricos: Lugares asociados con eventos o personajes históricos importantes.

C. Centros históricos: Conjuntos urbanos con edificios y estructuras de valor histórico y cultural.

Patrimonio Arqueológico:

A. Sitios arqueológicos: Lugares donde se han descubierto y estudiado restos y vestigios de civilizaciones antiguas.

B. Artefactos arqueológicos: Objetos y artefactos encontrados en excavaciones arqueológicas que proporcionan información sobre culturas pasadas.

Patrimonio Artístico:

A. Obras de arte: Pinturas, esculturas, grabados y otras manifestaciones artísticas con valor cultural y estético.

B. Arte religioso: Obras de arte que forman parte de la expresión religiosa y espiritual de una comunidad o cultura.

Patrimonio Etnográfico:

A. Bienes culturales tradicionales: Objetos y artefactos utilizados en las prácticas y tradiciones culturales de una comunidad.

B. Vestimenta tradicional: Ropa y trajes típicos de una región o cultura.

Patrimonio Industrial:

A. Sitios industriales: Fábricas, minas, molinos y otros lugares relacionados con la actividad industrial que tienen valor histórico y cultural.

B. Maquinaria y equipamiento histórico: Máquinas y herramientas que forman parte del patrimonio industrial de una región.

Patrimonio Natural y Paisajístico:

A. Paisajes culturales: Lugares donde la interacción entre la actividad humana y la naturaleza ha creado paisajes con un valor cultural significativo.

B. Elementos naturales con valor cultural: Árboles, montañas, cuevas y otros elementos naturales que tienen un significado cultural para una comunidad.

Cabe señalar que el patrimonio cultural material es vulnerable a daños, degradación y pérdida debido a factores como la urbanización, la contaminación, el turismo no sostenible, el saqueo y la guerra. Por lo tanto, su preservación y conservación son fundamentales para las generaciones futuras. Los esfuerzos de protección y gestión adecuados son esenciales para salvaguardar este valioso legado cultural.

2.1.3.4 Patrimonio cultural inmaterial

Es una categoría de la UNESCO que se refiere a las prácticas, expresiones, conocimientos y técnicas transmitidos de generación en generación, y que son considerados importantes para la identidad cultural de un grupo o comunidad (UNESCO, 2003). Este tipo de patrimonio puede incluir manifestaciones culturales como la música, la danza, la gastronomía, los rituales, los festivales, las artesanías y las técnicas tradicionales, entre otros (Alivizatou, 2012).

Una de las características principales del patrimonio cultural inmaterial es su naturaleza dinámica y cambiante, ya que se encuentra en constante evolución y adaptación a las circunstancias sociales, culturales y económicas del momento (Bortolotto, 2015). Además, este tipo de patrimonio se vincula estrechamente con la identidad cultural y la memoria colectiva de las comunidades, y puede ser utilizado como una herramienta para fortalecer la cohesión social y promover el diálogo intercultural (Smith, 2006).

Otro aspecto relevante del patrimonio cultural inmaterial es su fragilidad y vulnerabilidad, ya que puede desaparecer o transformarse rápidamente debido a la globalización, la urbanización, la tecnología y otros factores externos (Lixinski, 2012). Por esta razón, es importante que se promueva la salvaguardia y la preservación de este patrimonio, a través de medidas como la documentación, la transmisión intergeneracional, la revitalización de prácticas en peligro de desaparición y la protección legal y política (García Canclini, 2012).

2.1.3.5 Tipos de Patrimonio inmaterial

1. Saberes Tradicionales de los Pueblos Indígenas:

Los saberes tradicionales de los pueblos indígenas son conocimientos transmitidos de generación en generación sobre la naturaleza, medicina tradicional, técnicas agrícolas y otras prácticas culturales, los saberes tradicionales de los pueblos indígenas son fundamentales para su identidad cultural y su conexión con el entorno natural (González 2022 p. 25).

2. La Gastronomía como Patrimonio Inmaterial La gastronomía es un tipo de patrimonio inmaterial que abarca las técnicas culinarias, los ingredientes tradicionales y las prácticas alimenticias únicas de una comunidad o región, la gastronomía local refleja la historia y la diversidad cultural de un lugar, convirtiéndose en un patrimonio inmaterial invaluable (Martínez et al., 2023).

3. Las Danzas Folclóricas y Tradicionales: Las danzas folclóricas y tradicionales son expresiones artísticas que reflejan la historia, las creencias y las tradiciones culturales de una comunidad se reconoce las danzas folclóricas y tradicionales como una forma de patrimonio inmaterial que promueve la diversidad cultural y fortalece los lazos sociales (UNESCO, 2021, p. 12).

2.1.4 *Kichwa*



Ilustración 2-1: Kichwa de la amazonia

Fuente: MJ Aguilar, 2017

2.1.4.1 *Definición de kichwa según autores*

Los kichwas son un grupo étnico indígena que habita en varias regiones de América Latina, principalmente en los países de Ecuador, Perú y Colombia. Son conocidos por su riqueza cultural, con una historia ancestral que se remonta a las civilizaciones precolombinas de la región andina (ILV, 2021).

El término "kichwas" puede referirse tanto a la etnia indígena en sí misma como a la lengua que hablan. Los kichwas son conocidos por su cosmovisión, su profundo conocimiento de la naturaleza y su relación cercana con el medio ambiente. También tienen una rica tradición de arte, música, danza y medicina ancestral (RAE, 2021).

El término Kichwa va más allá de una simple lengua, ya que representa "la identidad y cultura de un pueblo indígena que ha resistido la colonización y la dominación cultural durante siglos" (García, 2006, p. 32).

2.1.5 *Patrimonio natural*

El patrimonio natural se refiere a la variedad de recursos naturales que se encuentran en un territorio y que tienen un valor especial para la sociedad en términos culturales, científicos, educativos y recreativos (IUCN, 1994).

Estos recursos pueden incluir áreas protegidas, como parques nacionales, reservas y monumentos naturales, así como también paisajes culturales y sitios geológicos y paleontológicos (UNESCO, 1972).

El patrimonio natural es fundamental para el turismo de naturaleza, ya que proporciona la base para el desarrollo de actividades de turismo sostenible, como el senderismo, el avistamiento de aves y la observación de fauna y flora (Buckley, 2009).

2.1.6 Biodiversidad

"La biodiversidad se refiere a la variabilidad de organismos vivos de cualquier fuente, incluyendo, entre otros, los ecosistemas terrestres, marinos y otros ecosistemas acuáticos y los complejos ecológicos de los que forman parte; esto incluye la diversidad dentro de especies, entre especies y de ecosistemas" (CBD, 1992).

Definición de Pimm y Joppa (2015): "La biodiversidad es la variedad de vida en la Tierra, incluyendo la diversidad de especies, genes y ecosistemas, así como las interacciones entre ellos" (Pimm & Joppa, 2015, p. 59).

2.1.7 Ecosistema

Un ecosistema se define como un sistema natural formado por una comunidad de seres vivos y su entorno físico y químico, donde las interacciones entre los organismos y los elementos abióticos del medio crean un equilibrio dinámico y complejo (Biodiversidad Mexicana, 2020).

Según Odum (1971), "un ecosistema se define como una unidad ecológica formada por una comunidad de organismos y su entorno abiótico, que interactúan y se influyen mutuamente en un ciclo de retroalimentación". En un ecosistema, las relaciones entre los seres vivos y su ambiente físico son cruciales para el equilibrio y la supervivencia de todos los organismos involucrados (Odum, 1971, p. 13).

El término "ecosistema" fue introducido por primera vez por el ecólogo británico Arthur Tansley en 1935. Desde entonces, se ha utilizado para describir una amplia variedad de sistemas naturales, desde bosques y océanos hasta praderas y lagos. Cada ecosistema tiene su propia estructura y función, y está influenciado por factores como el clima, la topografía, la disponibilidad de recursos y la presencia de otros organismos (Tansley, A, 1935).

2.1.8 *Diversidad biológica*

"Un ecosistema es un complejo dinámico de comunidades de plantas, animales, microorganismos y su entorno no viviente, que interactúan como una unidad funcional" (CBD, 1992).

2.1.9 *Sistema turístico*

El sistema turístico es un concepto complejo que abarca una serie de elementos y componentes que interactúan entre sí para ofrecer una experiencia satisfactoria al turista y generar beneficios económicos y sociales (López Guzmán & Sánchez Cañizares 2012).

2.1.9.1 *Destino turístico*

El destino turístico es el lugar que el turista elige para visitar, que ofrece una serie de atractivos y servicios que satisfacen sus necesidades y deseos "un destino turístico es un lugar que es reconocido por el turista como un lugar de interés y que ofrece una variedad de experiencias turísticas que satisfacen sus necesidades y deseos". Los destinos turísticos pueden ser naturales o creados por el hombre y pueden incluir lugares como ciudades, playas, montañas, parques temáticos, entre otros (Morrison 2013)

2.1.9.2 *Infraestructura turística*

Infraestructura turística: La infraestructura turística es el conjunto de servicios y facilidades que permiten la realización de la actividad turística en un destino "la infraestructura turística incluye todo lo que es necesario para que el turista tenga una estancia cómoda y agradable, como alojamiento, transporte, restaurantes, tiendas, servicios médicos y de seguridad". La infraestructura turística es fundamental para la competitividad y sostenibilidad de un destino turístico (Según Zhang, 2019).

2.1.9.3 *Demanda turística*

La demanda turística se refiere a los turistas que buscan satisfacer sus necesidades y deseos mediante la visita a destinos turísticos y la realización de actividades turísticas, "la demanda turística se compone de todos aquellos individuos y grupos que desean y están dispuestos a viajar y gastar dinero en actividades turísticas". La demanda turística es un factor clave en la planificación y gestión de destinos turísticos (López-Guzmán y Sánchez Cañizares, 2012)

En resumen, el sistema turístico es un concepto amplio que incluye destinos turísticos, infraestructura y demanda turísticas. Estos tres conceptos son fundamentales para la planificación y gestión de destinos turísticos, ya que permiten ofrecer una experiencia satisfactoria al turista y generar beneficios económicos y sociales para las comunidades locales y los actores del sector turístico.

2.1.10 Creación de un producto turístico

La creación de un producto turístico implica un proceso complejo que debe abordarse de manera estratégica y planificada.

2.1.10.1 Diseño del producto

El diseño del producto turístico implica la creación de una experiencia integral y atractiva para el turista "el diseño del producto debe incluir la identificación de los elementos clave que componen la experiencia turística, como la selección del destino, la planificación del viaje, la oferta de actividades y la atención al cliente". El diseño del producto turístico debe considerar las necesidades y preferencias del mercado objetivo y ser coherente con la imagen y valores de la marca (Pike, 2008).

2.1.10.2 Gestión del producto

La gestión del producto turístico implica la planificación, implementación y evaluación de todas las actividades y servicios relacionados con el producto "la gestión del producto turístico incluye la selección de canales de distribución adecuados, la fijación de precios, la promoción y la evaluación continua del desempeño del producto". La gestión del producto turístico debe ser flexible y adaptarse a las necesidades cambiantes del mercado y de los turistas (Jamal y Robinson, 2009).

2.1.11 Gestión de los atractivos turísticos

La gestión de los atractivos turísticos implica la planificación, implementación y evaluación de las actividades relacionadas con el uso y conservación de estos, "la gestión de los atractivos turísticos incluye la planificación del uso público, el desarrollo de infraestructuras y servicios turísticos, la regulación del acceso y la educación y concienciación ambiental y cultural". La gestión adecuada de los atractivos turísticos es fundamental para asegurar su sostenibilidad y el beneficio económico y social para la comunidad local (Hall y Page, 2014).

2.1.11.1 Atractivos turísticos

Los atractivos turísticos son elementos fundamentales en la oferta turística de un destino y tienen un papel clave en la decisión de los turistas de visitar un lugar (Ballantyne, R., Packer, J., & Hughes, K, 2009).

2.1.11.2 Tipos de atractivos turísticos

Los atractivos turísticos se pueden clasificar en diferentes categorías según su naturaleza y características. Los principales tipos de atractivos turísticos son los naturales, culturales, históricos, arquitectónicos, gastronómicos y de ocio. Cada tipo de atractivo turístico tiene sus propias particularidades y atrae a diferentes tipos de turistas (Mazón y González, 2019)

2.1.12 Evaluación

La evaluación es un proceso sistemático y objetivo que tiene como objetivo analizar, medir y valorar un objeto, fenómeno o proceso con el fin de emitir un juicio de valor sobre su calidad, eficacia, eficiencia o impacto. La evaluación es "el proceso de determinar la relevancia, la efectividad y la eficiencia de una actividad o programa de acuerdo con sus objetivos previamente establecidos" (Según Scriven 1972).

En el ámbito de la educación, la evaluación se utiliza para medir el rendimiento de los estudiantes y la calidad de los programas educativos. La evaluación educativa "es un proceso de recopilación y análisis sistemático de información relevante para tomar decisiones informadas sobre el aprendizaje y el rendimiento estudiantil" (Stufflebeam, 2003).

En el ámbito del medio ambiente, la evaluación se utiliza para medir el impacto de las actividades humanas sobre el medio ambiente y para evaluar la efectividad de las políticas y estrategias de conservación ambiental. La evaluación ambiental "es un proceso que identifica, analiza y valora los efectos ambientales de un proyecto, programa o plan" (Comisión Europea 2019).

2.1.12.1 Metodología de la evaluación turística

Indicadores de evaluación turística: Los indicadores son herramientas utilizadas en la evaluación turística para medir y cuantificar diversos aspectos del destino, como la satisfacción de los visitantes, el impacto ambiental, la calidad de los servicios turísticos, entre otros (Garrido Pérez & García Pozo, 2019).

Metodología de evaluación de la sostenibilidad turística: La metodología de evaluación de la sostenibilidad turística es un enfoque estructurado y sistemático para analizar el impacto de la actividad turística en el entorno social, económico y ambiental. Se utilizan diferentes herramientas y técnicas para medir y evaluar la sostenibilidad de los destinos turísticos (Bramwell B. & Lane, B., 2019)

Evaluación del impacto económico del turismo: Esta metodología se centra en evaluar los efectos económicos generados por la actividad turística en un destino. Incluye el análisis de los ingresos, el empleo, la generación de divisas y otros indicadores económicos relacionados con el turismo. (Ivanov S & Webster C, 2019).

2.1.13 Potencial turístico

"El potencial turístico es el conjunto de recursos naturales, culturales, sociales, económicos e infraestructurales de un destino o área geográfica que pueden ser aprovechados para el desarrollo de actividades turísticas" (Beni, 2011, p. 42).

"El potencial turístico es el conjunto de recursos y condiciones, tangibles e intangibles, presentes en un destino o área geográfica, que pueden ser utilizados para el desarrollo de actividades turísticas" (OMT, 2008, p. 24).

"El potencial turístico es la capacidad de un destino para atraer y retener la visita de turistas, en función de los recursos y atractivos turísticos con los que cuenta, así como de su capacidad para desarrollar infraestructuras y servicios turísticos adecuados" (Molina, 2005, p. 82).

2.1.13.1 Evaluación del potencial turístico

Evaluación del potencial turístico: Es un proceso sistemático que permite determinar las características, recursos y atractivos de un destino turístico con el objetivo de analizar su capacidad para atraer y satisfacer a los visitantes (Cohen, E 2008).

Evaluación del potencial turístico: Se refiere al análisis y valoración de los recursos turísticos de un destino, tanto naturales como culturales, así como la infraestructura existente, servicios turísticos y aspectos socioeconómicos, con el fin de determinar su capacidad para el desarrollo de actividades turísticas sostenibles (Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S 2018).

Evaluación del potencial turístico: Es el proceso de identificar y evaluar las fortalezas y debilidades de un destino turístico en términos de sus recursos naturales, culturales, infraestructura, accesibilidad y capacidad de satisfacer las expectativas de los visitantes, con el propósito de desarrollar estrategias para su mejora y promoción (Mason, P 2015).

2.1.14 Fortalecer

2.1.14.1 Definición

"Fortalecer se refiere a aumentar o mejorar la resistencia, la capacidad o la calidad de algo, con el fin de hacerlo más sólido, efectivo o exitoso" (Bassett, 2015, p. 87).

"Fortalecer implica mejorar o potenciar algo en términos de su capacidad, su estructura o su rendimiento, con el objetivo de hacerlo más robusto, duradero o eficiente" (Drucker, 2008, p. 112).

"Fortalecer se refiere a incrementar la fortaleza o el poder de algo, ya sea físico, emocional o conceptual, con el propósito de hacerlo más sólido, resistente o efectivo" (Cameron & Quinn, 2019, p. 245).

2.1.15 Productividad

2.1.15.1 Definición

"La productividad es la medida de la eficiencia con la que se utilizan los recursos para generar bienes y servicios. Es la relación entre la cantidad de producto o servicio producido y la cantidad de recursos utilizados para producirlo, expresada en términos de cantidad o valor" (Robbins y Coulter, 2019, p. 329).

"La productividad es la relación entre la producción obtenida y los insumos utilizados para obtenerla. Es un indicador clave de la eficiencia económica, y su crecimiento sostenido es esencial para el aumento del nivel de vida a largo plazo" (OCDE, 2001, p. 15).

2.1.16 Competitividad

2.1.16.1 Definición

"La competitividad se refiere a la capacidad de una empresa, una industria, una región o un país para competir eficazmente en los mercados internacionales. Implica la habilidad para generar,

adoptar y adaptar constantemente nuevas tecnologías, mejorar la eficiencia y la calidad de los productos y servicios, y desarrollar ventajas comparativas sostenibles en el tiempo" (Foro Económico Mundial, 2020, p. 8).

"La competitividad se refiere a la capacidad de una empresa o una economía para generar y mantener una ventaja comparativa en el mercado, a través de la eficiencia en la producción, la innovación, la calidad de los productos y servicios, y la capacidad para competir en precio y en valor" (Porter, 1990, p. 154).

2.1.17 Economía

2.1.17.1 Definición

"La economía es el estudio de cómo las personas, empresas y gobiernos toman decisiones y asignan recursos limitados para satisfacer sus necesidades y deseos ilimitados, con el fin de maximizar la utilidad y el bienestar en una sociedad" (Samuelson y Nordhaus, 2015, p. 4).

"La economía es la ciencia social que estudia cómo se producen, distribuyen y consumen los bienes y servicios en una sociedad, y cómo se asignan los recursos escasos para satisfacer las necesidades y deseos humanos" (Stiglitz, Sen y Fitoussi, 2009, p. 19).

2.1.17.2 Economía turística

"La economía del turismo es una rama de la economía que estudia el comportamiento económico de los agentes involucrados en la actividad turística, así como los efectos económicos generados por la demanda y oferta turística en la economía local, regional y nacional. Incluye el análisis de la demanda y oferta turística, la medición del impacto económico del turismo, la evaluación de políticas turísticas, y el estudio de la competitividad de los destinos turísticos" (Brida, Lanzilotta y Pereyra, 2017, p. 2).

"La economía del turismo se refiere al estudio de los aspectos económicos de la actividad turística, incluyendo la oferta y demanda de bienes y servicios turísticos, la generación de ingresos y empleo en el sector turístico, la inversión en infraestructura turística, y los efectos económicos y sociales del turismo en las comunidades locales y en la economía en general" (WTO, 2019, p. 7).

2.1.18 Alternativa de desarrollo

"Las alternativas de desarrollo se refieren a propuestas y enfoques que buscan superar las visiones convencionales del desarrollo, cuestionando sus fundamentos teóricos y prácticos, y promoviendo modelos más sostenibles, justos y equitativos. Estas alternativas pueden incluir enfoques basados en la participación comunitaria, la diversificación económica, la protección del medio ambiente, la justicia social, la equidad de género, y la promoción de culturas locales" (Escobar, 2011, p. 32).

"Las alternativas de desarrollo se refieren a enfoques y estrategias que buscan superar los modelos convencionales de desarrollo basados en el crecimiento económico a cualquier costo, y promover formas más sostenibles, socialmente justas y ambientalmente responsables de desarrollo. Estas alternativas pueden incluir enfoques basados en la cooperación internacional, la justicia social, la igualdad de oportunidades, y la protección del medio ambiente" (Sachs, 2008, p. 101).

"Las alternativas de desarrollo se refieren a propuestas y estrategias que buscan una transformación de la sociedad y la economía en aras de una mayor justicia social, equidad, sustentabilidad y bienestar humano. Estas alternativas pueden incluir enfoques basados en la satisfacción de necesidades humanas básicas, la participación ciudadana, la solidaridad, la autogestión, y la promoción de culturas locales" (Max-Neef, 1993, p. 27).

2.1.19 Diagnostico

"El diagnóstico es un proceso que implica la identificación, análisis y evaluación de una situación o problema, con el fin de comprender su naturaleza, causas y efectos, y determinar las posibles soluciones o intervenciones a implementar" (Hernández et al., 2014, p. 42).

"El diagnóstico es el proceso de identificar y analizar un problema o situación, a través de la recolección, organización y análisis de datos e información relevante, con el fin de entender su naturaleza y características, y formular conclusiones y recomendaciones para la toma de decisiones" (Peña et al., 2017, p. 75).

2.1.19.1 Tipos de diagnostico

Existen diferentes tipos de diagnóstico, según su finalidad y los métodos utilizados (Álvarez, 2011). Uno de los tipos más comunes es el diagnóstico médico, que consiste en la identificación de una enfermedad o trastorno a través de la observación de síntomas y la realización de pruebas médicas (Sackett et al., 1991).

El diagnóstico organizacional, se enfoca en la identificación de problemas y oportunidades en el ámbito empresarial, con el objetivo de mejorar el desempeño y la productividad de la organización (Ackoff, 1994). Este tipo de diagnóstico puede involucrar la revisión de procesos, la evaluación de recursos humanos, el análisis de la cultura organizacional y otros aspectos relevantes para la empresa.

El diagnóstico educativo, tiene como objetivo evaluar el desempeño de los estudiantes y los sistemas educativos en general, para mejorar la calidad de la educación y el aprendizaje. Este tipo de diagnóstico puede involucrar la evaluación del rendimiento académico de los estudiantes, la identificación de barreras para el aprendizaje, el análisis de la calidad de los recursos educativos y otros aspectos relacionados con la educación (Gairín, 2014).

Diagnóstico situacional, es un proceso analítico que permite obtener una comprensión detallada y objetiva de la situación actual de una organización, empresa o proyecto, identificando sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Este análisis proporciona una base sólida para la toma de decisiones estratégicas y la planificación de acciones futuras (Kotler, P., & Keller, K. L., 2016).

2.1.20 Estrategias

2.1.20.1 Conceptos

"Una estrategia es un plan a largo plazo que busca alcanzar los objetivos de una organización, estableciendo una dirección clara y coherente para la toma de decisiones y la asignación de recursos" (Kotler & Armstrong, 2018, p. 60).

"Una estrategia es la búsqueda deliberada de un plan de acción para desarrollar y mantener una ventaja competitiva sostenible en el tiempo, que permita a una organización alcanzar sus objetivos en un entorno cambiante y competitivo" (Thompson & Strickland, 2017, p. 8).

2.1.20.2 Estrategias turísticas

Las estrategias turísticas actuales se enfocan en aprovechar la tecnología y las tendencias del mercado para mejorar la experiencia turística y aumentar la competitividad del destino. Una de las estrategias más relevantes es el turismo inteligente o "smart tourism", que consiste en la aplicación de tecnologías de la información y la comunicación para mejorar la planificación, la gestión y la promoción del turismo (Gretzel & Xiang, 2010).

Otra estrategia importante es la sostenibilidad, que se enfoca en desarrollar el turismo de manera responsable, teniendo en cuenta no solo los aspectos económicos, sino también los sociales y ambientales. Esto implica promover la conservación del patrimonio natural y cultural, así como el uso eficiente de los recursos, y fomentar la participación y el beneficio de la comunidad local (UNWTO, 2019).

Finalmente, otra estrategia emergente es el turismo experiencial, que se enfoca en ofrecer experiencias únicas y auténticas al visitante. Esto implica una mayor interacción con la comunidad local, el desarrollo de actividades innovadoras y la promoción de la cultura y la historia del destino (Pine & Gilmore, 2011).

2.1.21 Marketing

El marketing es un concepto ampliamente utilizado en el ámbito empresarial y se define como un conjunto de actividades que tienen como objetivo la creación, comunicación y entrega de valor a los consumidores. Según Kotler y Keller (2016), el marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual las empresas crean valor para los clientes y establecen relaciones sólidas y rentables con ellos.

En la definición de Kotler y Keller (2016), el marketing es un proceso social porque se enfoca en las necesidades y deseos de las personas y busca satisfacerlos mediante la oferta de productos y servicios. Además, el marketing tiene una dimensión administrativa ya que involucra la planificación, implementación y control de actividades de marketing para lograr los objetivos de la empresa.

El marketing también se enfoca en el valor que se entrega a los clientes. El valor se refiere a los beneficios que los clientes reciben al comprar y utilizar un producto o servicio. Según Kotler y Keller (2016), el valor es la relación entre los beneficios y los costos que el cliente percibe al adquirir un producto o servicio.

Para crear y entregar valor a los clientes, el marketing utiliza el concepto de mezcla de marketing o marketing mix, que se compone de cuatro elementos clave: producto, precio, promoción y distribución. Estos elementos son combinados de manera estratégica para lograr los objetivos de marketing de la empresa (Kotler y Armstrong, 2018, p. 12).

"El marketing es la actividad, el conjunto de instituciones y los procesos para crear, comunicar, entregar y entregar valor a los clientes, y para administrar las relaciones con los clientes de manera que beneficien a la organización y a sus partes interesadas" (AMA, 2017, párr. 1).

2.1.21.1 Plan de marketing

"El plan de marketing es un documento escrito que detalla las acciones específicas que una organización llevará a cabo para alcanzar sus objetivos de marketing. Este plan describe las estrategias y tácticas de marketing que se implementarán, incluyendo el análisis del mercado, la segmentación del mercado, la selección del mercado objetivo, el posicionamiento, y las estrategias de marketing mix" (Ferrell y Hartline, 2018, p. 34).

"Un plan de marketing es un conjunto detallado de acciones y decisiones que una organización elabora y documenta para alcanzar sus objetivos de marketing. Este plan establece los objetivos y metas de marketing, identifica las estrategias y tácticas que se utilizarán para lograrlos, y proporciona un marco para el seguimiento y la evaluación del desempeño" (McDonald y Wilson, 2019, p. 58).

2.1.21.2 Tipos de marketing

Existen varios tipos de marketing, cada uno de los cuales se enfoca en diferentes aspectos del proceso de marketing. Algunos de los tipos más comunes de marketing incluyen:

- ✓ Marketing digital: Se enfoca en la promoción de productos o servicios a través de canales digitales, como sitios web, redes sociales, correo electrónico, motores de búsqueda y publicidad en línea.
- ✓ Marketing de contenidos: Se enfoca en la creación y distribución de contenido valioso y relevante para atraer y retener una audiencia específica, con el objetivo de generar interés y fidelidad a la marca.
- ✓ Marketing de influencia: Se enfoca en utilizar personas influyentes o celebridades para promocionar productos o servicios, aprovechando su alcance y credibilidad para llegar a un público más amplio.
- ✓ Marketing de eventos: Se enfoca en la organización y promoción de eventos para crear conciencia de marca y mejorar las relaciones con los clientes, los socios comerciales y otros interesados.

- ✓ Marketing de relaciones: Se enfoca en establecer y mantener relaciones a largo plazo con los clientes, a través de la creación de experiencias de marca positivas y el fomento de la lealtad a través de programas de fidelización.
- ✓ Marketing de guerrilla: Se enfoca en crear publicidad no convencional y de bajo costo, con el objetivo de capturar la atención del público de manera sorprendente e innovadora.
- ✓ Marketing de productos: Se enfoca en la gestión de productos y servicios en todas las etapas del ciclo de vida del producto, desde el desarrollo hasta el lanzamiento, promoción y venta.

Estos son solo algunos de los muchos tipos de marketing que existen, cada uno de los cuales tiene sus propias técnicas y enfoques para alcanzar sus objetivos de marketing. La elección del tipo de marketing depende de los objetivos de la empresa, el mercado objetivo y el presupuesto disponible (Mare Nostrum Business School, 2020).

2.1.21.3 Las 4 P del marketing: qué son, cuáles son y para qué sirven

Las cuatro p del marketing son: producto, precio, punto de venta y promoción. Estos son los cuatro elementos básicos con los que el profesor de contabilidad estadounidense E. Jerome McCarthy definió el concepto de marketing en 1960. Cuatro variables del marketing mix conocidas como "las 4P del marketing".

Las "4 Ps" del marketing son un marco teórico que se utiliza para describir los elementos esenciales del marketing mix de una empresa. Estas 4 Ps son:

- ✓ Producto: El producto es el bien o servicio que una empresa ofrece a sus clientes. Incluye todas las características del producto, como su diseño, calidad, marca, empaque y presentación.
- ✓ Precio: El precio es el valor monetario que se le asigna a un producto o servicio. Incluye la estrategia de precios de la empresa, los descuentos y promociones, y la estrategia de fijación de precios.
- ✓ Plaza (distribución): La plaza, también conocida como distribución, se refiere a cómo los productos y servicios se hacen llegar al cliente. Incluye la estrategia de distribución de la empresa, los canales de distribución, la logística y la gestión de inventarios.
- ✓ Promoción: La promoción se refiere a todas las actividades de marketing que se llevan a cabo para comunicar y promover el producto o servicio. Incluye la publicidad, las relaciones públicas, las ventas personales, el marketing directo y las estrategias de marketing en línea.

El uso adecuado de las 4 Ps puede ayudar a una empresa a alcanzar sus objetivos de marketing y a satisfacer las necesidades y deseos de sus clientes de manera efectiva. Sin embargo, el modelo

de las 4 Ps también puede tener sus limitaciones y ha sido criticado por no considerar adecuadamente aspectos como el servicio al cliente, la experiencia del usuario y la responsabilidad social corporativa (Botey, P, 2022).

2.1.22 FODA

El análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) es una herramienta utilizada en la planificación estratégica para evaluar la situación actual de una empresa o proyecto. Las fortalezas y debilidades se refieren a factores internos de la organización, mientras que las oportunidades y amenazas son factores externos que pueden afectar su desempeño (David, 2016).

Una de las principales fortalezas del análisis FODA es su simplicidad y flexibilidad, lo que lo hace adecuado para organizaciones de todos los tamaños y sectores. Además, ayuda a las empresas a identificar sus ventajas competitivas y a mejorar su posicionamiento en el mercado. Por otro lado, una de sus debilidades es que puede resultar subjetivo, ya que la evaluación de los factores puede variar según la perspectiva de quienes realizan el análisis (Cameron & Green, 2015).

Las oportunidades y amenazas se refieren a factores externos que pueden influir en el desempeño de la organización. Las oportunidades pueden surgir de cambios en el mercado, avances tecnológicos o cambios en la regulación, mientras que las amenazas pueden incluir la competencia, cambios económicos o desastres naturales. Es importante tener en cuenta que las oportunidades y amenazas pueden variar con el tiempo y pueden ser diferentes para cada organización (Wehrich, 2018).

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 Enfoque de la investigación

En esta investigación se emplearon dos enfoques, el cualitativo y el cuantitativo, con el objetivo de cumplir con los objetivos establecidos.

En lo que respecta al enfoque cualitativo de la investigación, se utilizó información amplia y verificada proveniente de fuentes bibliográficas como artículos, revistas, tesis y libros relacionados con el fortalecimiento económico a través del potencial turístico. Además, se recopiló información directamente mediante visitas de campo a la comunidad Juan Pío Montufar donde se obtuvieron datos sobre las características principales, actividades, y las problemáticas que enfrentan en la vida diaria en el ámbito turístico y cultural.

El diagnóstico situacional de la comunidad se realizó a través de información primaria y secundaria, y los datos se registraron en el análisis FODA. Todo esto permitió conocer las tradiciones, costumbres, vestimentas, gastronomía, artesanías y danzas, entre otros aspectos relevantes. Esta investigación presentará una propuesta para el fortalecimiento de la economía a través del turismo. Este enfoque busca estudiar diversos elementos para captar la vida social del individuo a través de los significados que este construye. Para esta investigación se realizó una entrevista dirigida a los representantes de la comunidad, también se utilizaron técnicas de revisión de documentos científicos como método para dar forma a la investigación.

La investigación cuantitativa se orienta hacia la recopilación y análisis de datos estadísticos. Estos datos son obtenidos a través de una encuesta confiable y objetiva dirigida a los turistas que acceden al Centro Turístico Ishpingo Pakcha. El propósito es generar un enfoque deductivo, que parte de lo general para llegar a lo particular, con el objetivo de adquirir información precisa y verídica. Este análisis tiene como objetivo comprender la dinámica de la demanda turística, asegurando la prestación de servicios de calidad.

El objetivo final es que la nacionalidad Kichwa alcance altos estándares dentro del mercado turístico, aprovechando el turismo comunitario como la principal fuente de ingresos en el futuro. Todo esto se realiza con el fin de preservar la identidad cultural y promover un turismo sostenible para los visitantes locales como extranjeros.

3.2 Alcance de la investigación

El alcance de la investigación es el descriptivo, ya que los "estudios descriptivos, dentro de un enfoque cuantitativo, tienen como objetivo detallar las propiedades, rasgos y perfiles de individuos, conjuntos, comunidades, procesos, elementos u otros fenómenos que sean objeto de análisis".

Al utilizar el alcance de la investigación descriptivo permitió evaluar y conocer cada una de las características de la comunidad Juan Pío Montufar analizando los atractivos turísticos existentes, con el objetivo de describir característica y detectar las posibles falencias en torno al servicio de infraestructura (senderos, señaléticas, cabañas y baterías sanitarias) manejo turístico entre otros.

3.3 Diseño de la investigación

El diseño adoptado para este estudio es de tipo no experimental y de enfoque transversal. La metodología no experimental se seleccionó debido a que no se llevaron a cabo manipulaciones en las variables de estudio, sino que se examinó el comportamiento de estas variables en su estado natural, sin crear situaciones específicas. Como señalan Hernández, Fernández y Baptista (2010), este tipo de enfoque implica la observación de situaciones ya existentes que no fueron provocadas deliberadamente por el investigador.

La elección de un enfoque no experimental permitió obtener una comprensión de la realidad de la comunidad desde una perspectiva turística. Se recopilaron datos cualitativos y cuantitativos mediante una búsqueda sistemática de situaciones y eventos que aportaron al desarrollo del trabajo. Dado que los investigadores no tienen control sobre los eventos que ya han ocurrido, el objetivo fue generar alternativas de verificación basadas en la investigación realizada.

En cuanto al diseño transversal, se optó por recolectar datos en un único momento y periodo temporal. Esto se logró a través de la aplicación de encuestas a turistas tanto locales como nacionales. La selección de este diseño fue respaldada por (Hernandez, Fernandez, & ,Baptista, 2010) quienes indican que la investigación transversal implica analizar la incidencia y la interrelación de variables en un momento específico.

3.4 Tipo de investigación

3.4.1 Investigación de campo

Las técnicas particulares de investigación de campo tienen como objetivo principal recopilar y registrar de manera sistemática los datos relacionados con el tema seleccionado como el enfoque de estudio. Dos de las principales técnicas empleadas en este tipo de investigación son la observación y la interrogación, según lo señalado por (Baena, 2014).

En este estudio, se optó por la investigación de campo como enfoque, con el propósito de obtener información primaria directamente. Esto se logró a través de la implementación de encuestas dirigidas a los turistas, y la realización de entrevistas con las personas involucradas en la actividad.

3.4.2 Investigación documental

La investigación documental se caracteriza por la capacidad de adquirir datos mediante la consulta de materiales impresos y otros tipos de documentos, según lo definido por (Naranjo, 2016).

Este estudio se identifica como una investigación documental, ya que se basó en la utilización de información proveniente de proyectos de investigación desarrollados por estudiantes de la institución académica, así como en planes y datos estadísticos proporcionados por el MINTUR, PDOT de Loreto. Además, se recurrió a fuentes bibliográficas que abarcan artículos científicos, libros y revistas relacionadas con el turismo. Estas fuentes han desempeñado un papel fundamental en la construcción del marco teórico que sustenta el presente estudio.

3.4.3 Investigación etnográfica

La investigación etnográfica es una metodología cualitativa utilizada en ciencias sociales y antropología que tiene como objetivo principal el estudio profundo y detallado de una cultura o comunidad específica. En esta metodología, el investigador se sumerge en el entorno y participa activamente en la vida diaria de los sujetos de estudio, con el fin de comprender sus prácticas culturales, creencias, valores, tradiciones y formas de vida desde una perspectiva interna (Hammersley, M., & Atkinson, P. 2007 p. 23).

3.4.4 *Investigación exploratoria*

La investigación exploratoria es una metodología utilizada en el proceso de investigación que tiene como objetivo principal explorar un tema o fenómeno poco conocido o estudiado en profundidad. El propósito es obtener información preliminar y comprender mejor el problema de investigación, lo que permitirá definir de manera más clara y precisa las preguntas de investigación y los objetivos del estudio posterior (Pérez 2020 p. 25), por lo que el trabajo se centra en identificar de manera concisa la problemática en torno al turismo y como dentro de este sector se puede desarrollar de una forma sostenible y sustentable.

3.4.5 *Investigación descriptiva*

La investigación descriptiva es una metodología utilizada en el proceso de investigación que tiene como objetivo principal describir y analizar detalladamente una situación, fenómeno o evento tal como ocurre en su contexto natural. Este tipo de investigación busca recopilar información precisa y sistemática sobre las características y comportamientos de un grupo, población o fenómeno, sin intervenir ni manipular variables (Gómez, A. 2021 p. 78). Esto contribuyó a recabar datos importantes para nuestra investigación.

3.5 *Técnicas e instrumentos de investigación*

3.5.1 *Técnicas*

3.5.1.1 *Encuestas*

La encuesta es una técnica para el trabajo de integración curricular fueron aplicadas a los turistas locales y nacionales, quienes contribuyeron para obtener la información sobre los puntos claves para la mejora de la comunidad Juan Pío Montufar.

3.5.1.2 *Fichaje*

Al realizar el inventario del Patrimonio Cultural material y natural de la comuna Juan Pío Montufar fue importante aplicar la técnica del fichaje, porque permitió registrar información relevante para el estudio de diferentes parámetros como la localización, identificación, y referenciación fotográfica de los atractivos turísticos. El Ministerio de turismo creó la metodología destinada a ordenar los puntos de interés y a formar áreas turísticas. Esta técnica

facilitó el reconocimiento, categorización y evaluación de las atracciones turísticas que presentan las condiciones más propicias para elaborar productos turísticos, fundamentándose en los indicadores de Competitividad turística. El Instituto Nacional del Patrimonio Cultural INPC y el Ministerio de turismo MINTUR, tienen fichas de registro de bienes culturales y naturales, las mismas que fueron base para la realización de la investigación.

3.5.2 Instrumentos

Los instrumentos que se utilizó para la investigación fueron los siguientes:

3.5.2.1 Cuestionario

Para las encuestas se desarrolló un formulario de preguntas que fueron dirigidos a los turistas locales y nacionales de la provincia de Orellana, se encuentra en el anexo A

3.5.3 Fichas

Este instrumento posibilitó la evaluación del potencial turístico de los recursos naturales y culturales. Proporcionó un registro detallado de todos los elementos, cualidades y características que pueden conformar un recurso, lo que facilita una evaluación más precisa. Esta ficha fue adoptada del "Manual para la elaboración y actualización del inventario de recursos turísticos" emitido por el (MINTUR y INPC). Estas fichas han sido presentadas y explicadas en la sección teórica de la presente investigación. Mismo se encuentra en el anexo B.

3.5.4 Población

Para la población el universo lo constituyen turistas locales y nacionales que ingresan al centro turístico Ishpingo Pakcha alrededor de 1.500 visitantes al año 2022, según datos del señor Matías Francisco Ajón.

3.5.5 Muestras

Para el cálculo de la muestra se aplicó la fórmula finita, con un porcentaje de error del 0.09, tomando en cuenta la cantidad de turistas que visitan al año al centro turístico Ishpingo Pakcha, para de este modo determinar el universo de estudio.

Para realizar el cálculo de la muestra se aplicó la siguiente fórmula para la población definida:

3.5.5.1 *Fórmula:*

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

Datos:

Donde:

N= Muestra (1500)

P= Probabilidad a favor (0.5)

Q= Probabilidad en contra (0.5)

Z= Nivel de confianza. Se lo toma en relación del 91% de confianza equivalente a (1,70)

E= Margen de error (0.09)

| Variable | Valor |
|----------|-------|
| N | 1500 |
| P | 0.5 |
| Q | 0.5 |
| Z | 1,70 |
| E | 0,09 |

3.5.5.2 *Desarrollo:*

Reemplazando los valores que tenemos:

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

$$n = \frac{(1.70)^2(0.5)(0.5)(1500)}{(0.09)^2(1500 - 1) + (1.70)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{(2.89)(0.5)(0.5)(1500)}{0,0081(1499) + (2.89)(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{1.083,75}{12,14 + 0,7225}$$

$$n = \frac{1.083,75}{12,86}$$

$$n = 84,27$$

$$\mathbf{n = 84}$$

Una vez calculado la fórmula se deberán aplicar encuestas a 84 turistas locales y nacionales.

3.5.5.3 Selección de la muestra

La selección de la muestra fue aleatoriamente simple aplicados a turistas locales y nacionales que ingresan al centro turístico Ishpingo Pakcha los días lunes y jueves de 9:00 am hasta las 16:30 pm y viernes a domingo desde las 10:00 a 17:30 pm, en donde cada una de las muestras tienen la misma probabilidad de ser elegidos.

3.6.3. Metodología para el desarrollo de la investigación.

Tabla 3-1: Fases de desarrollo de investigación.

| Fases | Descripción |
|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| Fase 1: Diagnóstico situacional actual | En esta fase se recopiló información: |
| | ✓ Factores Físico |
| | ✓ Aspectos geográficos |
| | ✓ Ámbito socio – económico |
| | ✓ Ámbito político – institucional |
| | ✓ Ámbito Turístico |
| Fase 2. Valorar el potencial turístico | Análisis de la oferta turística |
| | ✓ Inventario de atractivos turísticos: Componente natural y cultural |
| | ✓ Resumen de los atractivos, recursos y jerarquías |
| | ✓ Declaratoria de la imagen turística |
| | ✓ Análisis de la Planta Turística. |
| | Análisis de la demanda turística |
| | ✓ Análisis de las encuestas |

| | |
|------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Perfil del turista ✓ Demanda actual ✓ Demanda futura |
| <p>Fase 3. Propuesta de estrategias de desarrollo turístico</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Introducción ✓ Análisis FODA y priorización de nudos críticos ✓ Establecimiento de estrategias |
| <p>Realizado por: Josselin, S & Nayeli C, 2023</p> | |

CAPITULO IV

4. MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Fase 1: Diagnóstico evaluativo del centro turístico de la comunidad Juan Pío Montufar

4.1.1 Factores físicos

4.1.1.1 Clima y precipitación

El clima mayormente presente en esta área es tropical y húmedo, abarcando el 96.6% del tiempo, caracterizado por veranos frescos y lluviosos, mientras que en invierno se concentra el 60% de las precipitaciones. La temperatura promedio anual ronda los 25 °C, con máximas de 26 °C en la parte este de la parroquia, y las precipitaciones anuales se sitúan entre 5,000 y 6,000 mm en promedio.

4.1.1.2 Uso del suelo

En regiones con mayor actividad humana, la vegetación experimenta cambios significativos debido a la continua intervención del ser humano. En contraste, en áreas donde prevalecen las condiciones naturales, estos cambios son menos evidentes debido a la menor intensidad de la acción humana, que se centra en aprovechar en cierta medida la vegetación natural presente (Gobierno Autónomo Parroquial de San José de Payamino, 2015).

La clasificación del uso actual del suelo es:

- ✓ Bosque intervenido
- ✓ Bosque natural
- ✓ Cuerpos de agua
- ✓ Pasto cultivado

4.1.1.3 Zonas de vida

La parroquia de Payamino está situada en la zona del Sumaco, que es una de las ecoregiones con mayor biodiversidad en todo el planeta. Esta área forma parte de las estribaciones de la cordillera de los Andes, donde se genera una combinación variada de hábitats que posibilita la coexistencia de una amplia gama de plantas, animales, ecosistemas y panoramas naturales (PDOT. 2019).

Tabla 4-1: Zonas de vida

| PISO | ZONA DE VIDA | BIOClima |
|---------------------|------------------------------|--------------------------|
| TROPICAL | Bosque húmedo tropical | Cálido húmedo |
| | Bosque muy húmedo tropical | Cálido húmedo |
| PREMONTANO | Bosque muy húmedo premontano | Subcálido prehúmedo |
| | Bosque pluvial premontano | Subcálido suprehúmedo |
| MONTANO BAJO | Bosque pluvial montano bajo | Temperado superhúmedo |
| MONTANO | Bosque pluvial montano | Subtemperado Superhúmedo |
| SUBANDINO | Páramo pluvial subandino | Frío seperhúmedo |

Realizado por: Josselin, S & Nayeli, C

4.1.2 Fauna silvestre

La abundancia de vida animal es notable en la Parroquia de Payamino, gracias a su ubicación en la parte baja y occidental del Parque Nacional Sumaco, así como a la cercanía del cono volcánico del Sumaco, que se eleva a 3,732 metros sobre el nivel del mar. A pesar de la limitada investigación en la zona, el Gobierno Parroquial ha documentado la presencia de diversas especies de animales silvestres (Gobierno Autónomo Parroquial de San José de Payamino, 2015).

Tabla 4-2: Fauna silvestre

| | |
|-------------------------|------------------------------|
| Jaguar | <i>Panthera onca</i> |
| Tigrillo chico | <i>Leopardus tigrinus</i> |
| Tapir | <i>Tapirus</i> |
| Tigrillo | <i>Leopardus tigrinus</i> |
| Pecari de collar | <i>Pecari tajacu</i> |
| Mono barizo | <i>Saimiri sciureus</i> |
| Guatusa m | <i>Dasyprocta punctat</i> |
| Venado | <i>Odocoileus peruvianus</i> |
| Nutria | <i>Lutrinae</i> |
| Mono chichico | <i>Saguinus fuscicollis</i> |
| Pava de monte | <i>Penelope obscura</i> |

| | |
|------------------------|------------------------------|
| Oropéndola | <i>Oriolus riolus</i> |
| Golondrina | <i>Hirundo rustica</i> |
| Gavilán pollero | <i>Rupornis magnirostris</i> |

Realizado por: Josselin, S & Nayeli, C

4.1.3 Flora

La región se destaca por su elevada diversidad de plantas, con una significativa proporción de especies endémicas. Esta área alberga bosques perennifolios tropicales, donde los árboles alcanzan alturas de 40 a 60 metros, y el sotobosque es relativamente denso, con alturas que oscilan entre 10 y 15 metros. La vegetación es muy variada, con numerosas familias de plantas representadas, y está en constante proceso de evolución. Un estudio realizado en la zona identificó la presencia de 225 especies de árboles en una hectárea de bosque, lo que resalta su excepcional riqueza en biodiversidad vegetal (Ministerio del Ambiente, 2013).

Tabla 4-3: Flora

| | |
|------------------------|----------------------------|
| Balsa | <i>Ochroma pyramidale</i> |
| Cedro | <i>Cedrela odorata</i> |
| Colorado | <i>Guarea kunthiana</i> |
| Porotillo | <i>Erythrina edulis</i> |
| Copal | <i>Dacryodes cupularis</i> |
| Sangre de drago | <i>Maytenus laevis</i> |
| Chuchu guaso | <i>Chuchuhuasi</i> |
| Chonta | <i>Bactris gasipaes</i> |
| Chambira | <i>Astrocaryum hambira</i> |

Realizado por: Josselin, S & Nayeli, C

4.1.4 Aspectos geográficos

4.1.5 Geografía del Ecuador

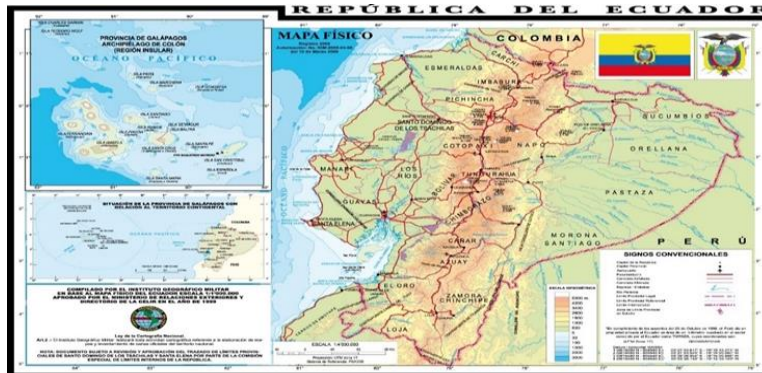


Ilustración 4-1: Instituto Geográfico Militar

Fuente: Embajada Del Ecuador En El Reino De Los Países Bajos, 2019

Realizado por: Instituto Geográfico Militar Del Ecuador

El Ecuador se encuentra en la región noroeste de América del Sur y tiene fronteras con Colombia al norte, Perú al sur y este, y el Océano Pacífico al oeste. A pesar de ser el más pequeño de los países andinos, cuenta con una superficie de alrededor de 252,000 km². Su nombre proviene de la línea ecuatorial que lo atraviesa y lo divide en dos hemisferios.

La Cordillera de los Andes atraviesa el país de norte a sur, separándolo en dos regiones. Hacia el oeste, se encuentran las tierras bajas que bordean el Océano Pacífico, mientras que hacia el este se extienden las tierras bajas de la llanura amazónica con una topografía poco accidentada. Las dos cordilleras principales, la Occidental y la Oriental o Real, están conectadas por nudos transversales que forman valles interandinos. Estas cordilleras tienen elevaciones superiores a los 5000 m y en la alta Amazonía hay tres ramales de los Andes, incluyendo las cordilleras Napo-Galeras, Cutucú y Cóndor. Algunas de las elevaciones más destacadas son el volcán Sumaco, que es el más alto con 3372m, el Reventador y el Pan de Azúcar. La llanura amazónica está compuesta principalmente de valles grandes y elevaciones menores.

Además de su geografía, el Ecuador es reconocido por su rica historia y cultura, la diversidad de sus ecosistemas, y su deliciosa gastronomía. También es conocido por las Islas Galápagos, que albergan una variedad única de especies endémicas y son consideradas un patrimonio natural de la humanidad (Valeria, Ron, 2022).

4.1.5.1 Situación Geográfica de Loreto

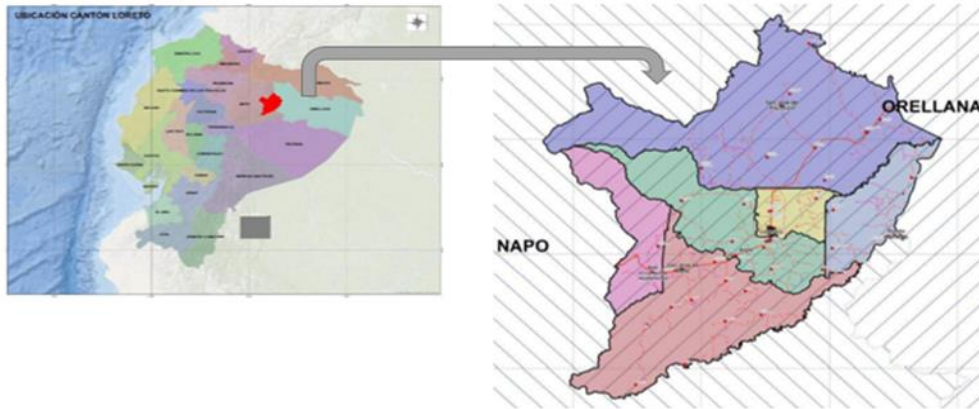


Ilustración 4-2: Mapa Geográfico del Cantón Loreto

Fuente: PDOT, 2019-2023

Realizado por: GADML, 2019

El cantón de Loreto está situado en la provincia de Orellana, al noroeste de la capital de Ecuador. Su capital lleva el mismo nombre y forma parte de la cuenca del río Napo. Se encuentra ubicado en latitud sur de $0^{\circ}44'$ y longitud de $77^{\circ}27'$, abarcando un rango altitudinal que varía desde los 320 hasta los 3732 metros sobre el nivel del mar, incluyendo la cumbre del Volcán Sumaco. Limita al norte con los cantones El Chaco y Francisco Orellana, al sur con el cantón Tena en la provincia del Napo, al este con el cantón Francisco de Orellana, y al oeste con los cantones Quijos, Tena y Archidona.

El cantón tiene una superficie de 2.146,35 km², distribuidos en 5 parroquias rurales y una urbana que sirve como cabecera cantonal. La zona rural representa el 96,6% de la superficie total del cantón, siendo la parroquia San José de Payamino la más extensa.

La población del cantón de Loreto, de acuerdo con el Censo 2010 de Población y Vivienda realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), es de 21.389 habitantes. Sin embargo, según las proyecciones realizadas por el INEC para el año 2019, se estima que la población ha aumentado a 24.358 habitantes, con aproximadamente 4.909 habitantes en la cabecera cantonal (Gobierno Autónomo Descentralizado Del Cantón Loreto, 2018).

La comunidad se encuentra ubicada en la provincia de Orellana cantón Loreto a aproximadamente a 40 km a 30 minutos la ciudad del Coca vía Loreto se puede llegar vía terrestre en bus o carro propio en la comunidad existe varios recursos turísticos.

4.1.6 *Ubicación de la comunidad Juan Pio Montufar*

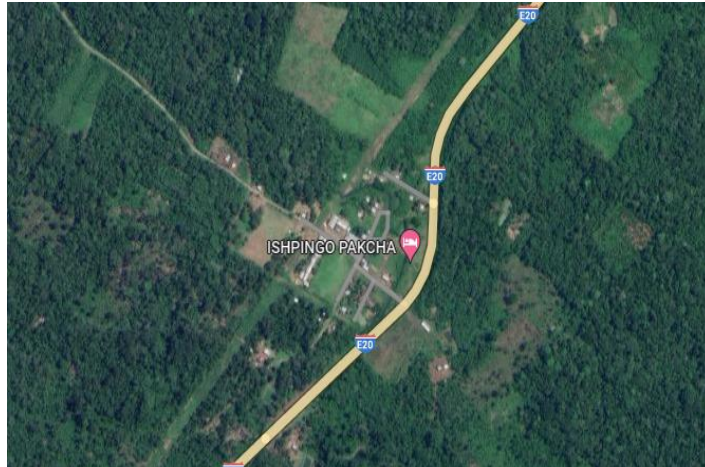


Ilustración 4-3: Ubicación de la comuna Juan Pio Montufar

Fuente: Google maps

La Comunidad Juan Pío Montúfar está situada a una distancia de 10 minutos de la Cantón de Loreto. Esta comunidad recibió la aprobación del Ministerio de Bienestar Social en el año 1980 y cuenta con una población de 250 familias. Los idiomas que predominan en la comunidad son el Kichwa y el español. La extensión total del área es de 16531 km², lo que equivale a aproximadamente 18 hectáreas, y se divide entre el área natural y el centro poblado, siendo el área natural la de mayor extensión.

La temperatura en la comunidad varía entre los 20°C y 30°C, lo que la convierte en un lugar privilegiado por su riqueza en flora, fauna y paisajes. En el centro poblado, las viviendas están construidas con materiales propios de la zona. Además, la comunidad cuenta con una escuela unidocente que atiende a 120 alumnos y un colegio que actualmente tiene 23 alumnos matriculados.

Dentro de la comunidad, los habitantes se dedican a la agricultura, elaboración de artesanías y la caza de animales para la alimentación diaria, además de criadero de ciertos animales para el consumo. Los Ríos que forman parte de la comunidad son: Payamino, Tutapischco, Shinguno, Gununo, Ishpingo, Shiparino, Shishiguano, Biguno, Suyuno,Guamayacu

4.1.6.1 *Características de la comunidad*

La comunidad Kichwa Juan Pío Montúfar busca aprovechar el turismo como una opción de desarrollo económico que contribuya a mejorar el bienestar de su población y fortalecer su riqueza

cultural. Todo esto se llevará a cabo en equilibrio con el entorno natural y mediante la participación de la comunidad tiene una población de 900 habitantes y 250 familias, el 75% de la población se identifica como indígena Kichwa de la Amazonía (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Orellana, 2012).

4.1.7 Aspectos socio- económicos

De acuerdo con la investigación insitu, las principales fuentes de ingresos de Juan Pío Montufar se derivan de diversas actividades económicas. Estas incluyen la agricultura de cultivos como el verde, la yuca, el café y el cacao, así como la participación en la industria manufacturera, la explotación maderera y la prestación de servicios comunitarios. Además, se dedica a la construcción.

Tabla 4-4: Aspectos Económicos

| Actividad | Porcentaje |
|--------------------|-------------------|
| Agricultura | 70% |
| Pecuaria | 3% |
| Madera | 15% |
| Servicios sociales | 5% |
| Construcción | 3% |
| Turismo | 4% |

Fuente: Gobierno autónomo parroquial San José de Payamino (2015)

Realizado por: Josselin Sánchez & Nayeli Castillo

4.1.8 Servicios Fundamentales

En el conjunto de servicios fundamentales se incluyen: suministro de electricidad, sistemas de alcantarillado, abastecimiento de agua y conectividad, los cuales fueron analizados de acuerdo con los datos proporcionados por el INEC en el censo de 2010.

4.1.8.1 Electricidad

En la parroquia de San José de Payamino, aproximadamente el 94% de la población dispone de acceso a la electricidad (INEC, 2010). En la comunidad de Juan Pío Montufar, según los datos recopilados en el terreno, el 80% de los residentes cuentan con este servicio suministrado por fuentes públicas, y en algunos casos limitados, cuentan con generadores de energía eléctrica.

Tabla 4-5: Porcentaje de energía eléctrica en la parroquia San José de Payamino

| Procedencia energía eléctrica | PORCENTAJE |
|--------------------------------------|-------------------|
| Red de empresa pública | 93,83% |
| Generador de luz | 4,63% |
| Otros | 1,54% |
| Total | 100% |

Realizado por: Josselin Sánchez & Nayeli Castillo

4.1.8.2 Agua Potable

De acuerdo con los datos del INEC (2010), en la parroquia de San José de Payamino, alrededor del 64% del suministro de agua proviene principalmente de ríos, manantiales y canales. En su mayoría, esta agua se utiliza para consumo. Un 10% de la población hierve el agua antes de beberla, mientras que el 90% la consume en su forma original directamente en sus hogares. En similar sentido, en la comunidad Juan Pío Montufar, el origen del agua es principalmente de manantiales, y su consumo es tal cual llega a las viviendas.

Tabla 4-6: Porcentaje de agua potable, Parroquia San José de Payamino

| Procedencia de agua potable | PORCENTAJE |
|---------------------------------------|-------------------|
| Red de empresa pública | 2,47% |
| Pozo | 29,63% |
| Río, vertiente, acequia, canal | 63,89% |
| Otros | 4,01% |
| Total | 100% |

Realizado por: Josselin Sánchez & Nayeli Castillo

4.1.8.3 Alcantarillado

El alcantarillado de acuerdo con el INEC 2010 en la parroquia San José de Payamino, no cuentan con el servicio de alcantarillado en la población. De manera analógica la comunidad Juan Pío Montufar tampoco cuenta con este servicio, en la parroquia en menor proporción se recurre a pozos ciegos y sépticos para la eliminación de desechos, lo que representa una problemática para la salud y el buen vivir de los habitantes tanto en la parroquia como en la comunidad.

Tabla 4-7: Porcentaje de alcantarillado

| TIPO DE SERVICIO HIGIÉNICO | PORCENTAJE |
|--------------------------------------|-------------------|
| Red pública de alcantarillado | 0,34% |
| Pozo séptico | 10,15% |
| Pozo seco | 15,83% |
| Descarga directa mar. río | 6,54% |
| Letrina | 2,93% |
| No tiene | 64,20% |
| Total | 100% |

Realizado por: Josselin Sánchez & Nayeli Castillo

4.1.8.4 Desechos sólidos

Desechos Sólidos Conforme a los datos del INEC (2010), en San José de Payamino, alrededor del 52% de la población desecha la basura en áreas baldías o quebradas, mientras que un 26% la quema. Solo el 3% cuenta con el servicio de recolección por camiones. De manera similar, en Juan Pío Montúfar, los residentes desechan sólidos arrojándolos en ríos o quebradas en un 10%, incineran plásticos y papel, y depositan la basura orgánica en pozos en un 80%.

Tabla 4-8: Eliminación de basura

| TIPO DE SERVICIO HIGIÉNICO | PORCENTAJE |
|---------------------------------------------|-------------------|
| Carro recolector | 3,44% |
| Arrojan en terreno baldío o quebrada | 52,15% |
| Queman | 26,51% |
| Entierran | 4,48% |
| Arrojan al río, acequia | 9,47% |
| De otra forma | 3,96% |
| Total | 100% |

Realizado por: Josselin Sánchez & Nayeli Castillo

4.1.8.5 Comunicación

En lo que respecta a la comunicación, la comunidad Juan Pío Montúfar carece de servicio de telefonía convencional. Aproximadamente la mitad de la población, alrededor del 50%, posee teléfonos celulares, principalmente con cobertura de la operadora Movistar. Esto se debe a la

proximidad de la antena de esta compañía, lo que permite únicamente el acceso a Internet a través de esta red.

4.1.8.6 Viabilidad

La principal ruta para acceder a la comunidad es la carretera Interoceánica Loreto-Coca, una vía de primer orden que se encuentra a una distancia de 23 kilómetros de la cabecera cantonal Loreto. En la localidad no hay disponibilidad de estaciones de gasolina, siendo la más cercana ubicada en Loreto, a 23 kilómetros de distancia.

4.1.8.7 Transporte Público

Aunque la comunidad carece de un terminal de transporte, existen varias cooperativas que operan con puntos de origen o destino en las ciudades de Orellana, Tena, Puyo y Quito. Estas cooperativas ofrecen rutas que incluyen la posibilidad de transporte hacia la comunidad de Juan Pío Montufar debido a su proximidad con la vía principal. Algunas de estas cooperativas son:

Tabla 4-9: Transporte público

| Nombre de la Cooperativa | Tipo de Transporte | Horario |
|---------------------------------|---------------------------|-------------------|
| Ciudad del Coca | Intercantonal | cada 2 horas |
| Alejandro Labaka | Intercantonal | cada 2 horas |
| Jumandy | Interprovincial | Cada 2 horas |
| Gran Sumaco | Interprovincial | Cada hora del día |
| Baños | Interprovincial | Cada hora del día |
| Quijos | Interprovincial | Cada 3 horas |
| Loja | Interprovincial | Cada 2 horas |

Realizado por: Josselin Sánchez & Nayeli Castillo

4.2 **Ámbito interno**

4.2.1 *Estructura organizativa de la comuna Juan Pío Montufar*

Juan Pío Montufar se encuentra registrado en el GAD Municipal de Loreto como comuna de la parroquia San José de Payamino, además cuenta con Centro turístico comunitario Ishpingo Pakcha. Es importante mencionar que este centro turístico actualmente no posee la licencia anual de funcionamiento que es la autorización legal otorgada por el Gobierno Autónomo

Descentralizado Municipal de Orellana a las empresas turísticas dedicadas a actividades y servicios turísticos en el cantón, sin el cual no podrán operar.

El organigrama estructural de la comuna se encuentra liderada por la señora Sonia Grefa, dentro de la misma existe una organización de turismo en donde el representante es el señor Matías Francisco Ajón la distribución de responsabilidades logra tener claro las funciones que tiene cada uno y evitar la duplicidad de actividades necesarias. Por tal razón se presenta a continuación el organigrama estructural que se está manejado dentro de la comuna.

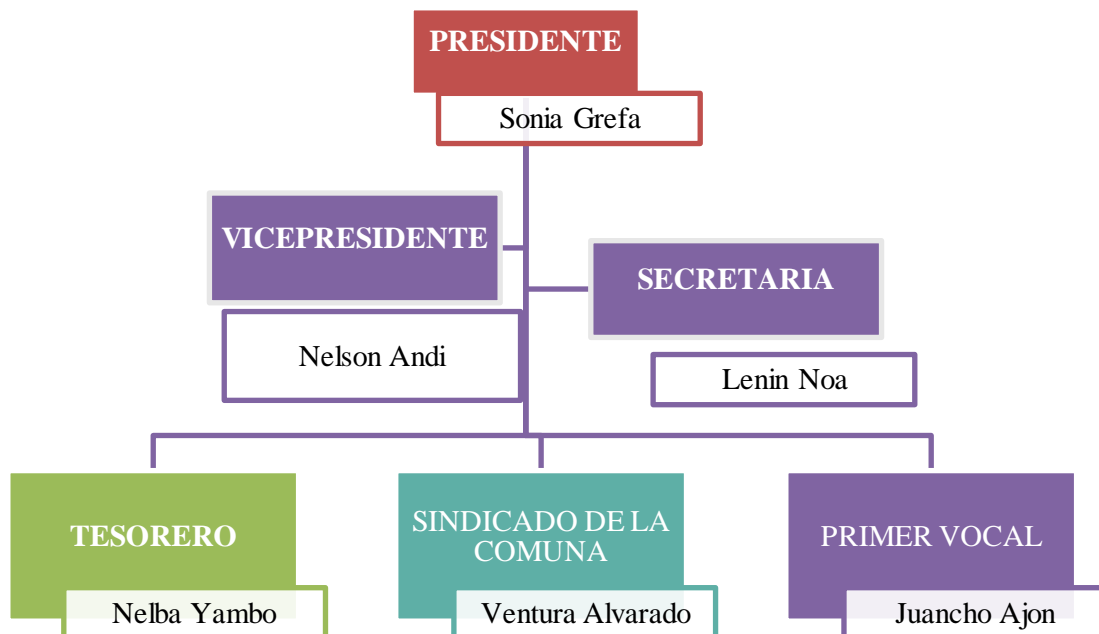


Ilustración 4-4: Estructura Organizativa de la comuna Juan Pío Montufar

Realizado por: Josselin Sánchez & Nayeli Castillo

4.2.2 Estructura Organizativa de Turismo de la comuna

En la comuna existe la organización turística, conformada por un presidente, vicepresidente, secretario, tesorero y primer vocal, desempeña un papel fundamental en el desarrollo, promoción y gestión de las actividades turísticas locales. A continuación, se describen las funciones típicas de cada posición en esta estructura:

Presidente: El presidente lidera la organización y es responsable de establecer la visión estratégica para el desarrollo turístico de la comuna. Coordina las actividades de los demás miembros y representa a la organización en eventos, reuniones y ante otras entidades. También puede participar en la toma de decisiones clave relacionadas con el turismo.

Vicepresidente: El vicepresidente apoya al presidente en sus funciones y asume responsabilidades específicas en caso de ausencia o necesidad. Puede liderar proyectos específicos o comités, contribuyendo al logro de los objetivos generales de la organización turística.

Secretario: El secretario es responsable de la documentación y registro de las actividades de la organización. Esto incluye la redacción de actas de reuniones, la gestión de la correspondencia y la organización de archivos. Asimismo, puede encargarse de la comunicación interna y externa, manteniendo informados a los miembros y colaboradores sobre las iniciativas turísticas.

Tesorero: El tesorero administra los recursos financieros de la organización turística. Esto implica la gestión de ingresos y gastos, la preparación de informes financieros y la presentación de presupuestos. Garantiza la transparencia en las transacciones económicas y contribuye a la planificación financiera para proyectos turísticos.

Primer Vocal: El primer vocal asiste y colabora con el presidente y el resto de la junta directiva. Puede liderar comités específicos o proyectos asignados. Además, representa la voz de los miembros ante la junta directiva, expresando sus inquietudes y sugerencias.

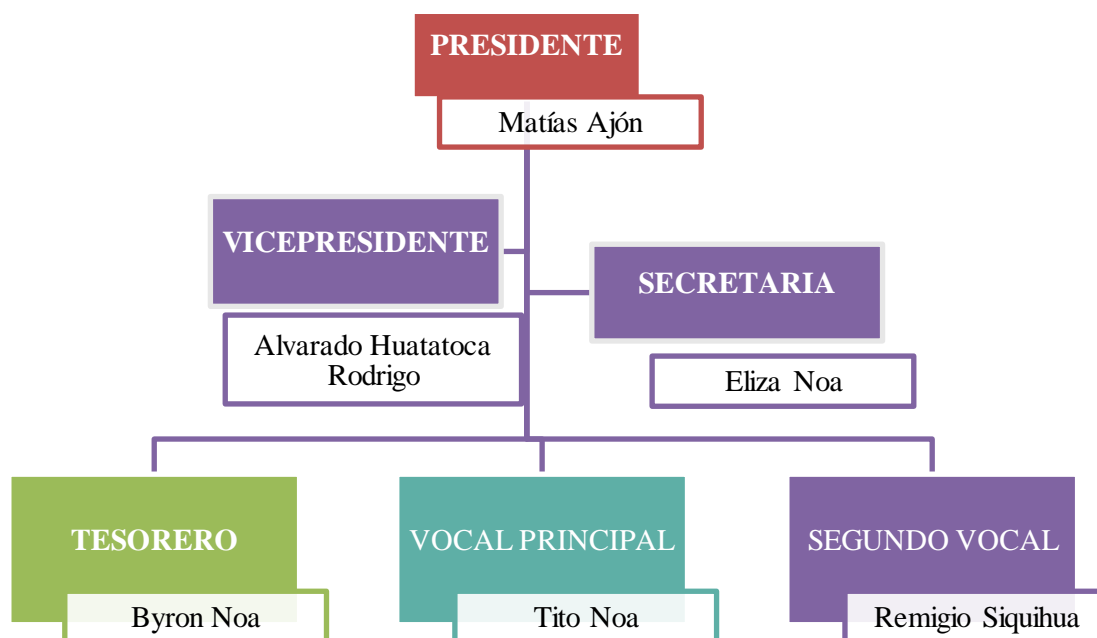


Ilustración 4-5: Estructura Organizativa de turismo de la comuna

Realizado por: Josselin Sánchez & Nayeli Castillo

4.3 Ámbito turístico

En la comuna de Juan Pío Montúfar, el turismo está en las primeras etapas de desarrollo, lo que significa que aún no se ha establecido una infraestructura turística sólida. La población está dispuesta a involucrarse y tomar parte en la actividad turística, implementando acciones en beneficio de toda la comuna para fomentar el crecimiento del turismo. Solo unas cuantas personas en algunas instancias han recibido formación en el ámbito turístico, ya que el conocimiento sobre el turismo es limitado. Las escasas capacitaciones impartidas han provenido del municipio de Loreto, pero han estado limitadas a ciertas comunidades y organizaciones, sin alcanzar a todos los sectores interesados en impulsar la actividad turística en la localidad.

La población muestra un interés genuino en recibir capacitación en áreas como la orientación a visitantes (guianza), el trato al cliente, la preparación de alimentos y, especialmente, en adquirir un conocimiento más profundo sobre la actividad turística. Esto les permitiría aprovechar de manera más efectiva los recursos naturales y culturales disponibles en la comunidad. Al comprender mejor esta actividad y estar sensibilizados al respecto, podrían contribuir de manera responsable al desarrollo turístico de la región.

4.4 Análisis de la oferta turística

La comunidad Juan Pío Montufar cuenta con atractivos naturales y manifestaciones culturales. Los cuales hacen que esta comunidad resalte por su belleza natural y cultural ya que cuenta con hermosas cascadas y naturaleza exuberante, rodeada de gente cálida y amable que hace que los turistas se sientan cómodos estando allí.

4.4.1 Atractivos Naturales

✓ Río Shinguno

El río Shinguno lleva el nombre de un ancestro que residía en el área y desemboca en el río Payamino. Para llegar a este río, se puede caminar por un sendero desde el Centro Turístico durante aproximadamente 15 minutos. Se encuentra en el Anexo N°1



Ilustración 4-6: Río Shinguno

✓ **Lora Pakcha**

El nombre "Lora Pakcha" se deriva de la gran cantidad de loros que llegan en el mes de marzo para reproducirse, y "Pakcha" en el idioma Kichwa que significa cascada. Desde el centro turístico, se requiere descender durante 25 minutos para llegar a la cascada. Esta cascada tiene una caída de 3 metros. La misma que se encuentra en el anexo N°2



Ilustración 4-7: Cascada Lora Pakcha

✓ **Ishpingo Pakcha**

"Ishpingo Pakcha" se origina de la presencia abundante de la especie de árbol llamada Ishpingo en la zona, y "Pakcha" en el idioma Kichwa que significa cascada. Para llegar a esta cascada, solo se necesita descender aproximadamente 5 minutos desde el centro turístico. La cascada tiene una altura de 6 metros y una profundidad de 3 metros. Se muestra en el anexo N°3



Ilustración 4-8: Cascada Ishpingo Pakcha I

✓ **Ishpingo Pakcha II**

La cascada Ishpingo Pakcha II se encuentra a 10 min de la entrada principal, conforman 3 cascadas pequeñas con una altura aproximadamente de 2 a 3 metros y de ancho 3 a 4 metros. Su agua cálida y cristalina hace de esta una maravilla visual para los turistas. Fecha anexoN°4



Ilustración 4-9: Cascada Ishpingo Pakcha II

✓ **Waira Pakcha**

"Waira Pakcha" tiene raíces en el idioma Kichwa, donde "Waira" se traduce como viento y "Pakcha" significa cascada. Este lugar, impregnado de significado, invita a explorar la fusión entre la fuerza del viento y la majestuosidad de una cascada. Desde el centro turístico, los visitantes pueden embarcarse en un apacible recorrido a lo largo de un sendero que serpentea durante aproximadamente 30 minutos.

La cascada en sí misma ofrece una experiencia única, con una profundidad de 2 metros que añade una dimensión adicional a su atractivo. La caída de 10 metros, con su imponente energía, crea un espectáculo visual y auditivo cautivador. Se encuentra en el anexo N°5



Ilustración 4-10: Cascada Waira Pakcha

4.4.2 *Manifestaciones culturales*

✓ Chicha de yuca

Los ingredientes principales utilizados para preparar la chicha de yuca son la yuca y el camote. El proceso de preparación comienza cocinando la yuca, luego se pela y se coloca en una batea, donde se aplasta hasta que esté suave.

Luego se agrega el camote y se mezcla todo, dejándolo enfriar. Después, se deja reposar en recipientes de uno a tres días para permitir que fermente. Las familias siempre tienen chicha de yuca disponible para su consumo diario y se sirve en diversas festividades, mingas y asambleas. Utilizar anexo nexa N°6



Ilustración 4-11: Chicha de yuca

✓ **Chicha de chonta**

Los ingredientes principales utilizados para preparar la chicha de chonta son la chonta y azúcar o panela. El proceso de preparación comienza cocinando la chonta, luego se pela y se tritura en un molino. Después se agrega agua y se deja enfriar. La chicha puede ser dejada reposar en recipientes o servida de inmediato. Las familias suelen preparar esta chicha durante la época de cosecha de la chonta. Se muestra en el anexo N°7



Ilustración 4-12: Chica de chonta

✓ **Chalas o Canastos**

Estos canastos se elaboran utilizando la fibra de plantas locales como la pitigua y la tasaguasca. Tradicionalmente, se han utilizado para transportar alimentos. Ficha N°8



Ilustración 4-13: Canastos

✓ **Shigras**

Para hacer las shigras, se utiliza la fibra de la chambira, que primero debe ser cocida y luego se extrae la fibra. También se emplea la pitagogyo, cuya corteza se retira, se lava y se deja secar. Con estas fibras se tejen las shigras, que se utilizan para recolectar café, frutas, entre otros. Aplicada en el anexo N°9



Ilustración 4-14: Shigras

✓ **Maito**

Los ingredientes principales para preparar este plato son pescados como tilapia, boca chico o bagre, los cuales son capturados de los ríos cercanos. El pescado seleccionado se adereza y se envuelve en una hoja de bijao para luego asarlo a la parrilla. Anexo N°10



Ilustración 4-15: Maito

✓ **Chontacuros o Mayones**

Los chontacuros, que en quichua significa "gusanos de la chonta", forman parte de la dieta de los indígenas amazónicos. Estos gusanos se desarrollan en el interior del árbol de chonta gracias a los huevos depositados por un escarabajo negro.

Los indígenas consumen estos gusanos debido a su alto contenido proteico y grasa natural. La cosecha de los gusanos se realiza después de que el árbol de chonta ha sido derribado y las larvas se han desarrollado. Además, el árbol de chonta también se utiliza para extraer el palmito y se aprovecha su fruta en la preparación de platos típicos en la Amazonía. Ficha anexo N°11



Ilustración 4-16: Chontacuros

✓ **Kichwas**

El término "kichwas" puede referirse tanto a la etnia indígena en sí misma como a la lengua que hablan. Los kichwas son conocidos por su cosmovisión, su profundo conocimiento de la naturaleza y su relación cercana con el medio ambiente. También tienen una rica tradición de arte, música, danza y medicina ancestral. Se encuentra en el anexo N°12



Ilustración 4-17: Kichwas

4.4.3 Resumen de los atractivos, recursos y jerarquías

Tabla 4-10: Resumen de los atractivos naturales

| Categoría | Tipo | Subtipo | Nombre | Jerarquía |
|------------------|-------------|----------------|--------------------|------------------|
| Naturales | Rio | Cascadas | Ishpingo Pakcha I | II |
| | | | Ishpingo Pakcha II | II |
| | | | Waira Pakcha | II |
| | | | Lora Pakcha | II |
| | | Vado | Río Shinguno | II |

Realizado por: Josselin S & Nayeli Castillo

La comunidad Juan Pío Montufar a pesar de poseer un potencial natural extraordinario, se encuentra actualmente en la jerarquización II, en donde nos menciona que es un Atractivo con algún rasgo llamativo que presente condiciones básicas para la generación de productos turísticos capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas nacionales; es decir en términos de reconocimiento a nivel nacional. Esta situación puede atribuirse a una serie de factores que han contribuido a la falta de descubrimiento y valoración. Entre estos factores se incluyen el estado actual de desarrollo, la limitada promoción y la accesibilidad.

Tabla 4-11: Resumen de los atractivos culturales

| Categoría | Ámbito | Subambito | Nombre |
|-------------------|------------------------------------------|------------------------|-------------------|
| Culturales | Usos sociales, rituales y actos festivos | Tradiciones culinarias | Chica de yuca |
| | | | Chicha de chonta |
| | | | Maito |
| | | | Mayones |
| | | Artesanías | Chalas o canastos |
| | | | Shigra |
| | | Grupo étnico | Kichwas |

Realizado por: Josselin Sánchez & Nayeli Castillo

La comunidad Juan Pío Montufar posee atractivos culturales que son del ámbito de uso social, rituales y actos festivos constituyen costumbres que estructuran la vida de comunidad. La importancia estriba en que reafirman la identidad de quienes los practican es decir la comunidad kichwa tanto si se practican en público como en privado, están estrechamente vinculados con

acontecimientos significativos. Las fiestas de la comuna son de gran importancia ya que aquí es donde practican la mayoría de sus actividades ancestrales.

4.5 Declaratoria de la imagen turística

4.5.1 Imagen turística de la comunidad Juan Pio Montufar

La zona de estudio cuenta con 13 atractivos, el 40% corresponde a atractivos naturales, Ishpingo Pakcha se destaca como fuente principal de ingresos económicos para la comuna. En el mismo se encuentra dos cascadas Waira Pakcha y Lora Pakcha, en esto se une el río Shinguno por ende poseen un valioso tesoro en términos naturales. Con el 60% se encuentran las manifestaciones culturales como la chicha, que es una bebida fermentada elaborada a base de frutos de la chonta o de yuca que la comuna bebe en fiestas importantes. La mazamorra es una sopa típica de la nacionalidad Kichwa, elaborada con plátano rayado y carne de preferencia, sazonada con sal. Las mujeres elaboran los canastos con la paja toquilla que es una planta típica de la zona. La shigra es un bolso ancestral que la comuna utiliza como accesorio lo realizan con una planta llamada pita.

La imagen turística de la zona se fundamenta principalmente en las actividades naturales, culturales y de aventura. Debido a la gran cantidad de atracciones y potencial, crea una riqueza única en términos de interacción intercultural a lo largo de un recorrido lleno de tradiciones, enigmas, emociones y belleza natural. Esta imagen turística puede ser empleada en la ejecución de programas turísticos centrados en lo cultural, natural y la aventura, orientados en las áreas que tienen el potencial para formar una ruta que beneficie a todos los involucrados; así, podrán generar ingresos económicos que contribuyan a satisfacer las necesidades reales de la población.

4.5.1.1 Imagen marca de la comunidad Juan Pío Montufar



Ilustración 4-18: Marca de la comunidad Juan Pío Montufar

El diseño del logotipo se ha concebido de esta manera para reflejar las características distintivas de la comuna Juan Pío Montúfar. La elección de este diseño se fundamenta en la presencia de sus notables lugares naturales y la creación de un contacto directo entre el ser humano y la naturaleza. Específicamente, las cascadas, destacadas como uno de los atractivos más sobresalientes de la comuna, desempeñan un papel central en la identidad visual del logotipo.

Este enfoque busca capturar la esencia única de la comunidad, enfatizando la belleza natural y fomentando la conexión directa con el entorno. Al resaltar las cascadas, se pretende despertar el interés de los visitantes, invitándolos a explorar y sumergirse en las experiencias naturales que Juan Pío Montúfar tiene para ofrecer.

4.5.1.2 Colores del logotipo

- ✓ **Amarillo:** armonía, sabiduría, agilidad, brillante.
- ✓ **Verde:** naturaleza, crecimiento, fertilidad, dinero, aire libre.

4.5.1.3 Código lingüístico

FONOTIPO

JUAN PÍO MONTUFAR: Su nombre es en honor a un noble español que ejerció como el vigésimo primer presidente de la Real Audiencia de Quito entre los años 1757 y 1761, es

conocido, además, por ser el padre de Juan Pío, Joaquín y Pedro de Montúfar y Larrea -Zurbano, destacados próceres de la independencia ecuatoriana.

LOGOTIPO

Se aplica la tipografía MODERNIST bold ya que no tiene serifas (Palo seco) y por ende esta representa la elevación y equilibrio.

CÓDIGO ICÓNICO

El ícono aplicado en este imagotipo es un isotipo real porque está basado en la fauna y flora de la comunidad, principalmente en una cascada, montaña, y animal característico que es el mono.

CÓDIGO CROMÁTICO

Se utilizaron colores representativos de la naturaleza de la comunidad, como son el VERDE que simboliza a las plantas, y el amarillo a la tierra

4.5.1.4 Tamaños

Para el uso correcto ya sea digital o impreso del logotipo, se establecen sus respectivos tamaños mínimos.

IMPRESIÓN

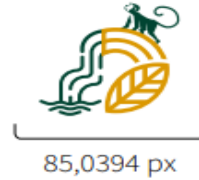
OFFSET/SERIGRAFÍA



DIGITAL



WEB/VIDEO



4.6 Análisis de la planta turística de la comunidad Juan Pío Montufar

Dentro de la investigación de campo se pudo realizar fotografías para describir el estado en que se encuentra el centro turístico actualmente.



Ilustración 4-19: Coliseo de la comuna Juan Pío Montufar

Realizado por: Josselin S y Nayeli C

La ilustración presenta un coliseo recreativo que la comuna emplea para llevar a cabo juegos deportivos, reuniones y festividades tanto comunitarias como escolares. Sin embargo, es evidente que las instalaciones están en un estado de deterioro significativo. Las deficiencias incluyen el mal estado de la estructura del coliseo, la disfuncionalidad de las baterías sanitarias y la destrucción de los arcos.



Ilustración 4-20: Escuela Juan Pío Montúfar

Realizado por: Josselin S y Nayeli C

La ilustración retrata la Escuela Juan Pío Montúfar, una institución de Educación Regular ubicada en la provincia de Orellana, específicamente en el cantón de Loreto, dentro de la parroquia de San José de Payamino. Esta escuela desempeña un papel fundamental en la comunidad, proporcionando servicios educativos en un entorno geográfico y administrativo específico. Este posicionamiento geográfico no solo resalta la ubicación física de la institución, sino que también conecta la escuela con la comunidad circundante, desempeñando un papel crucial en la educación y desarrollo local.



Ilustración 4-21: Baterías Sanitarias del centro turístico

Realizado por: Josselin S y Nayeli C

La ilustración revela un estado desfavorable de las instalaciones de las baterías sanitarias en el centro turístico Ishpingo Pakcha de la comunidad Juan Pío Montúfar. Evidentemente, se observa que las condiciones de estas instalaciones no son las óptimas. Se requiere la necesidad inminente de abordar y mejorar el estado de las baterías sanitarias, dado su papel esencial en la infraestructura y la experiencia general de los visitantes en el centro turístico. La restauración y el mantenimiento adecuado de estas instalaciones son esenciales no solo para garantizar la comodidad y la higiene de los visitantes, sino también para preservar la reputación y la calidad.



Ilustración 4-22: Letrero de entrada al centro turístico Ishpingo

Realizado por: Josselin S y Nayeli Castillo

La ilustración destaca el letrero de entrada del centro turístico Ishpingo Pakcha, un elemento clave que facilita el acceso de los turistas. Este señalamiento no solo cumple con la función práctica de indicar la entrada, sino que también juega un papel crucial al proporcionar una bienvenida visual y orientadora a los visitantes. También contribuye a crear una primera impresión positiva, invitando a los turistas a adentrarse en el centro turístico con facilidad y confianza.



Ilustración 4-23: Señalética de bienvenida

Realizado por: Josselin S y Nayeli C

La ilustración captura la entrada del centro turístico de la comunidad, evidenciando que las instalaciones en general se encuentran en buen estado. No obstante, se destaca que el pequeño jardín que acompaña la entrada presenta irregularidades y necesita mantenimiento, mostrando un aspecto montoso. Para abordar esta situación, se llevó a cabo una minga, reflejando la colaboración y esfuerzo comunitario para corregir y mejorar el estado del jardín.



Ilustración 4-24: Punto de encuentro y mini bar

Realizado por: Josselin S y Nayeli Castillo

La ilustración resalta una caseta destinada a la venta de alimentos y bebidas, que incluyen golosinas, snacks, chitos, galletas, papitas fritas y gaseosas. Aunque la infraestructura en sí se encuentra en buen estado, se observa la necesidad de una decoración que armonice con el entorno natural circundante.

A pesar de la sólida condición estructural, la sugerencia de una decoración acorde al ambiente natural apunta a mejorar la estética y la integración visual de la caseta con el entorno. Esta propuesta busca crear una experiencia más cohesiva y agradable para los visitantes, reforzando la conexión entre la infraestructura comercial y la belleza natural que rodea el lugar.



Ilustración 4-25: Zona de descanso

Realizado por: Josselin S y Nayeli Castillo

La ilustración destaca la zona de recreación y descanso, un espacio destinado para que los turistas disfruten de la belleza natural circundante. Este lugar no solo ofrece la oportunidad de conectarse con la naturaleza, sino que también sirve como un escenario propicio para degustar la rica gastronomía típica que la comuna tiene para ofrecer.

En este entorno dedicado al esparcimiento, los visitantes tienen la posibilidad de sumergirse en la serenidad del paisaje mientras se entregan a experiencias gastronómicas auténticas.



Ilustración 4-26: Parqueadero

Realizado por : Josselin S y Nayeli C

La ilustración exhibe el parqueadero del centro turístico, que cuenta con una capacidad para albergar hasta 30 vehículos. Es notable destacar que este espacio se encuentra en óptimo estado y se mantiene constantemente limpio. La condición favorable y la higiene constante del parqueadero son elementos esenciales para garantizar una experiencia positiva desde el momento en que los turistas llegan al lugar.



Ilustración 4-27: Escalera, primera entrada a los atractivos

Realizado por: Josselin S y Nayeli C

La ilustración pone de manifiesto una escalera crucial que facilita el acceso a los atractivos del centro turístico Ishpingo Pakcha. Lamentablemente, se observa que esta infraestructura se encuentra en mal estado y requiere mantenimiento urgente. Para mejorar tanto la seguridad como la accesibilidad de los turistas a los diferentes sitios, es necesario implementar medidas correctivas. El mantenimiento propuesto incluiría el reforzamiento de la seguridad, la instalación de pasamanos y la incorporación de señalética clara.



Ilustración 4-28: Señalética para la correcta higiene

Realizado por: Josselin S y Nayeli C

La ilustración resalta la importancia de mantener una adecuada higiene al ingresar a los atractivos del centro turístico, promoviendo así la limpieza y la salud del lugar. Este enfoque subraya la responsabilidad compartida de los visitantes y la comunidad en preservar la integridad del entorno turístico. Al fomentar prácticas de higiene adecuadas, se contribuye a la conservación del atractivo natural y cultural del centro turístico.



Ilustración 4-29: Casa de descanso 2

Realizado por: Josselin s y Nayeli C

La ilustración presenta una encantadora casita de descanso diseñada para brindar comodidad a los turistas, ofreciendo la posibilidad de realizar fogatas y asados. Este espacio ha sido concebido para proporcionar a los visitantes un área acogedora y funcional, donde pueden disfrutar de actividades al aire libre y experimentar momentos de relajación.



Ilustración 4-30: Cancha de futbol

Realizado por: Josselin S y Nayeli C

La ilustración resalta una encantadora cancha de indoor, donde los arcos han sido ingeniosamente elaborados con troncos de árboles caídos. Esta creativa iniciativa ha sido concebida para brindar a los visitantes la oportunidad de disfrutar y divertirse en un entorno que fusiona la naturaleza con el entretenimiento.

La utilización de troncos de árboles caídos para construir los arcos no solo añade un toque rústico y auténtico al espacio, sino que también demuestra un enfoque sostenible y respetuoso con el medio ambiente.



Ilustración 4-31: Señalética

Realizado por: Josselin S y Nayeli C

La ilustración resalta la presencia de una señalética con el mensaje claro y directo: "Mantenga limpio el lugar". Esta señal tiene como propósito recordar a los visitantes la importancia de cuidar y proteger la zona al mantenerla libre de desechos y en condiciones óptimas.

La inclusión de esta señalética refleja la atención de la comunidad hacia la conservación del entorno y su compromiso con la sostenibilidad.



Ilustración 4-32: Camino a la cascada 2

Realizado por: Josselin S y Nayeli C

La ilustración destaca el estrecho sendero que conduce a la segunda cascada del lugar. En la observación de este camino, se hace evidente la necesidad de mejorar las condiciones de acceso mediante la instalación de un pasamanos y la implementación de una escalera.

La sugerencia de incorporar un pasamanos y una escalera se presenta como una medida práctica y esencial para garantizar la seguridad y la comodidad de los visitantes durante su travesía hacia la segunda cascada.

4.6.1 Infraestructura de la comuna Juan Pío Montufar

Dentro de los servicios esenciales se comprenden: suministro de agua potable, electricidad, sistemas de alcantarillado, atención médica y estaciones de servicio. También se reconocen los medios de transporte, carreteras y terminales que facilitan la llegada y partida de visitantes hacia y desde otros destinos turísticos. La presencia de infraestructura respalda la oferta de servicios, lo que lo convierte en un componente integral del sistema turístico. En la comunidad Juan Pío Montufar se llevó a cabo un estudio de campo en noviembre para recopilar datos sobre las instalaciones existentes. Durante este proceso, se llevaron a cabo entrevistas y grupos focales con los miembros de la Asamblea Comunitaria.

4.7 Análisis de la demanda turística

En este apartado lo que se quiere fortalecer la investigación desde la perspectiva de la demanda. Se realiza el análisis de los resultados de las encuestas aplicadas a turistas nacionales y locales, con el fin de conocer la potencialidad turística de la comuna Juan Pío Montufar, el análisis fue realizado en Google Forms que sirve para hacer formularios en línea. Los resultados de la tabulación de cada una de las preguntas de los cuestionarios contienen ilustraciones en pasteles con los porcentajes correspondientes.

Pregunta 1. Edad

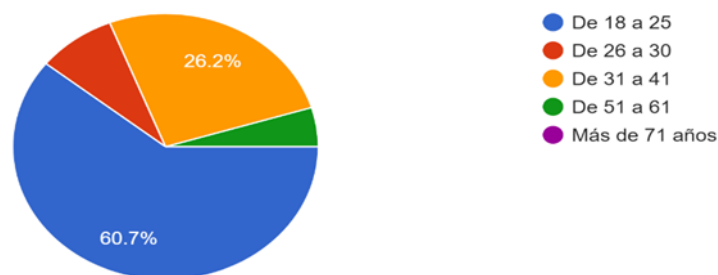


Ilustración 4-33: Edad de los encuestados

Los turistas que visitan el centro turístico Ishpingo Pakcha son de jóvenes entre 18 a 25 años, este indicador permite desarrollar actividades entorno a este grupo macro de personas que ingresan al centro turístico, seguidos por personas de 31 a 41 años lo cual nos consiente realizar actividades que capten la atención a este segmento de mercado.

Pregunta 2 Género

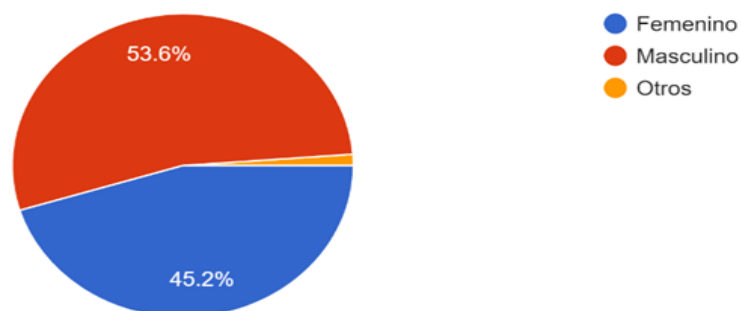


Ilustración 4-34: Género de encuestados

En la investigación denominada Evaluación del potencial turístico de la comunidad Juan Pío Montufar. Es necesario conocer la opinión de los turistas que visitan los diferentes atractivos, se prosiguió consultando el género de los encuestados, de una muestra de 84 personas correspondiente al 45,2 % son de sexo masculino y 53,6% son personas del sexo femenino.

Pregunta 3. Procedencia

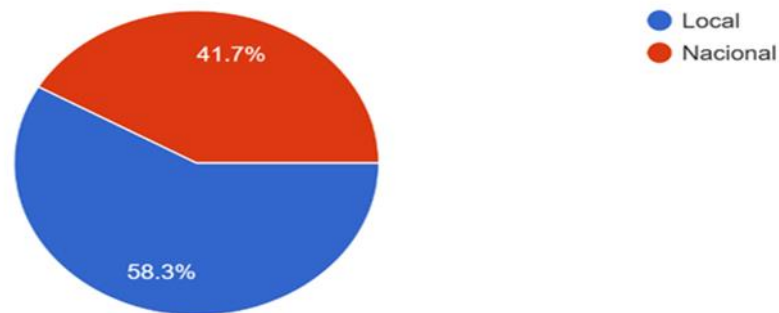


Ilustración 4-35: Procedencia de encuestados

Es interesante señalar que el 41,7% de los turistas son locales, atraídos por las recomendaciones entusiastas de aquellos que han explorado previamente el lugar. Este boca a boca resalta la capacidad de Ishpingo Pakcha para dejar una impresión duradera, generando un efecto positivo en la decisión de viaje de otros turistas locales que buscan experiencias inmersivas en un entorno natural y acogedor.

Pregunta 4. ¿Tiene algún conocimiento sobre el turismo comunitario?

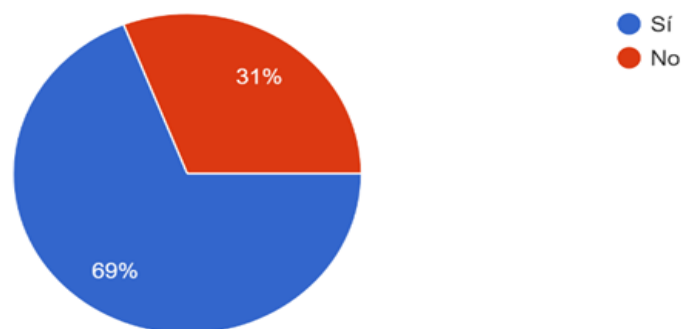


Ilustración 4-36: Turismo Comunitario

La ilustración revela que el 69% de los turistas poseen conocimiento sobre el turismo comunitario, mientras que el 31% muestra un nivel de desconocimiento. Con el objetivo de promover un entendimiento equitativo sobre este tipo de turismo, se implementarán estrategias para proporcionar información detallada y accesible a todos los visitantes.

Pregunta 5 ¿Les gustaría visitar el cantón Loreto y conocer la Comuna Juan Pío Montufar?



Ilustración 4-37: Visitar Loreto y conocer la comuna

Los turistas muestran que, si quieren conocer la comunidad de Juan Pío Montúfar, evidenciando un deseo por conocer sus atractivos característicos. La predisposición favorable de los turistas hacia la comuna sugiere un potencial significativo para el desarrollo económico local, a medida que se capitalizan los recursos y se promueven las experiencias distintivas que esta comunidad tiene para ofrecer.

Pregunta 6. ¿Qué clase de servicio le gustaría recibir en hospedaje?

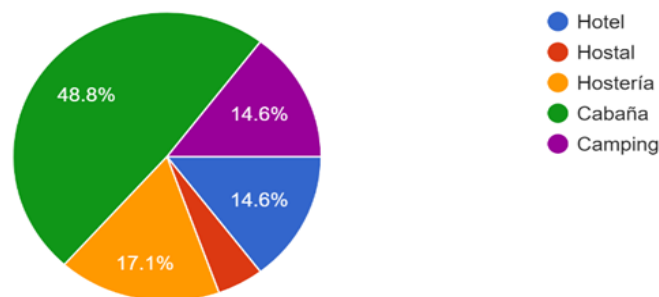


Ilustración 4-38: Clase de servicio de hospedaje

Con base a la ilustración proporcionada, se observa que un significativo 48.8% de los turistas expresaron un marcado interés en acceder al servicio de hospedaje en cabañas. La respuesta se fundamenta en la armonía que estas estructuras ofrecen con el entorno natural circundante. Adicionalmente, otras opciones que han captado la atención de los visitantes son las hosterías y el camping, lo cual indica una clara preferencia por entornos que promueven una experiencia más cercana y conectada con la naturaleza. Este patrón revela la importancia de ofrecer alternativas de alojamiento que resalten la belleza y autenticidad del entorno natural, satisfaciendo así las preferencias de la clientela turística.

Pregunta 7. ¿Qué tipo de alimentación le gustaría recibir en el centro comunitario?

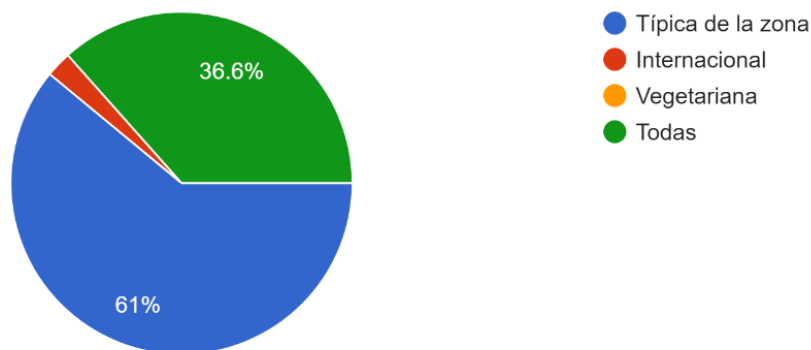


Ilustración 4-39: Tipo de Alimentación

La ilustración presentada, se evidencia que los turistas que acceden al centro turístico Ishpingo Pakcha manifiestan una clara preferencia por la degustación de la comida típica de la zona, esto nos ayuda a mantener y seguir fortaleciendo este tipo de gastronomía. A cierto grupo de turistas también les interesa recibir una alimentación más variada. Este hallazgo revela la importancia de resaltar y ofrecer experiencias gastronómicas auténticas que reflejen la identidad culinaria local, gastronómica podría optimizarse para satisfacer ambas preferencias y garantizar una experiencia culinaria integral para los turistas en el centro turístico Ishpingo Pakcha.

Pregunta 8. ¿Qué actividades le gustaría practicar?

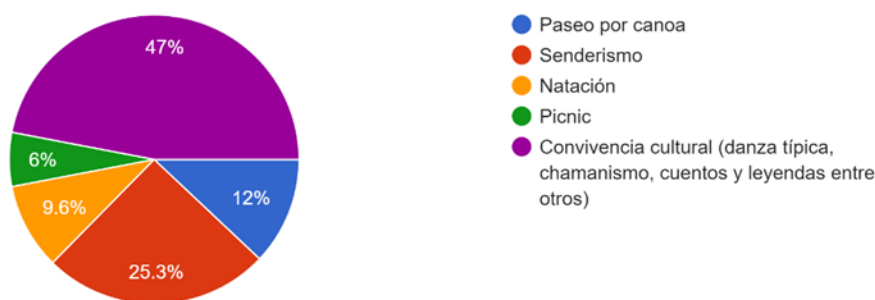


Ilustración 4-40: Actividades que les gustaría practicar

Según los datos estadísticos presentados en la ilustración, se destaca que un significativo 47% de los turistas manifiestan una preferencia marcada por participar en experiencias de convivencia cultural. En este contexto, el 25.3% de los visitantes prefieren realizar la actividad de senderismo. Estos hallazgos sugieren que la mayoría de los turistas tiene una inclinación por dedicar su tiempo libre a la inmersión cultural y a la exploración activa de la naturaleza y sus entornos.

Pregunta 9. ¿En qué temporada acostumbra a viajar?

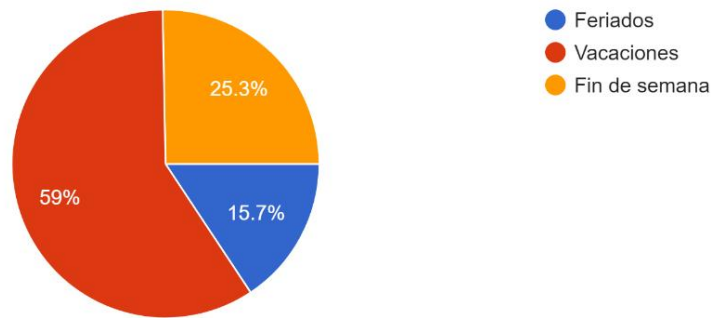


Ilustración 4-41: Temporadas para viajar

De acuerdo con la ilustración presentada, los datos indican claramente una preferencia marcada por parte de los visitantes por planificar y disfrutar de sus experiencias turísticas en momentos que coinciden con períodos más extensos de tiempo libre, como las vacaciones. La comprensión de estos patrones temporales puede ser fundamental para la planificación estratégica del centro, permitiendo una oferta de servicios y actividades adaptadas a las preferencias temporales de los turistas.

Pregunta 10. ¿Para cuantos días planifica usted sus viajes?

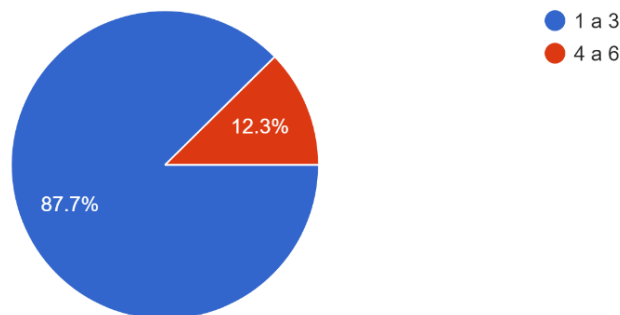


Ilustración 4-42: Planificación de viaje

De acuerdo con la ilustración proporcionada, se revela que la mayoría de los turistas planifican sus viajes en un rango de duración de 1 a 3 días. Este resultado indica que la preferencia mayoritaria de la clientela turística se inclina hacia experiencias de corta duración. La información es crucial para la gestión y planificación de servicios turísticos, ya que sugiere la necesidad de ofrecer programas, atracciones y servicios que se ajusten a la dinámica de viajes más breves, asegurando así una experiencia turística óptima y satisfactoria para este segmento de visitantes.

Pregunta 11. ¿Cuándo usted sale de viaje, lo realiza?

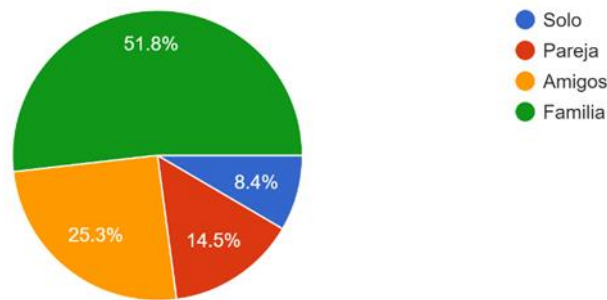


Ilustración 4-43: Con quien viaja

La información presentada en la ilustración se destaca que los turistas muestran una tendencia significativa a viajar en compañía de sus familiares y amigos. Esta información es esencial para la industria turística, ya que sugiere la importancia de diseñar ofertas y servicios que promuevan experiencias colectivas, fortaleciendo así la conexión interpersonal y brindando a los visitantes la oportunidad de disfrutar conjuntamente de los destinos turísticos.

Pregunta 12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un tour de calidad (incluida alimentación, guía y transparente)?

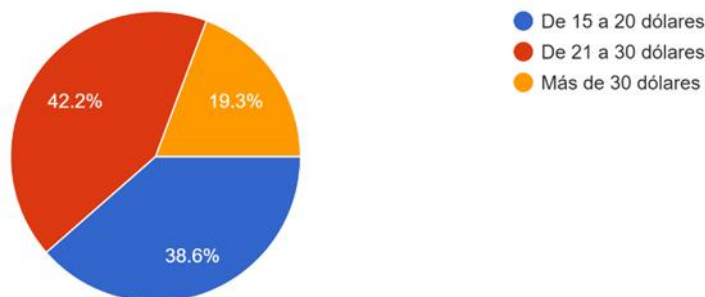


Ilustración 4-44: Disponibilidad a pagar por el servicio

La representación gráfica, se muestra un notable 42.2%, que los turistas están dispuestos a invertir entre 21 y 30 dólares por persona (Pax) para acceder a la totalidad de los servicios turísticos ofrecidos en el centro turístico Ishpingo Pakcha. La disposición a realizar este nivel de inversión sugiere un reconocimiento por parte de los turistas del valor agregado que la comunidad y el centro turístico proporcionan, respaldando así la sostenibilidad económica de dicha oferta y resaltando la importancia de mantener un equilibrio entre la calidad de los servicios ofrecidos y su correspondiente valor monetario.

Pregunta 13. ¿Cree usted que es recomendable crear una publicación tanto digital como física del turismo comunitario en la comunidad Juan Pío Montufar?

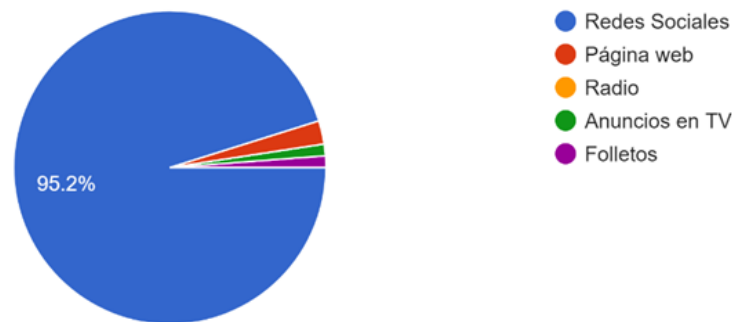


Ilustración 4-45: Tipo de publicidad

Basándonos en las estadísticas presentadas en la ilustración, se sugiere que la promoción turística de la comunidad Juan Pío Montúfar se lleve a cabo mediante publicaciones estratégicas en redes sociales. El enfoque se justifica por la necesidad de facilitar el acceso a información relevante a posibles turistas locales, nacionales y extranjeros. Dada la perspicacia global y el alcance masivo de las plataformas de redes sociales, utilizarlas como medio de difusión permitirá aumentar la visibilidad de la comunidad, destacando sus atractivos turísticos y fomentando así un interés más amplio y diversificado. La promoción a través de estas plataformas se posiciona como una estrategia efectiva para conectarse con audiencias variadas y captar la atención de potenciales visitantes de manera accesible y directa.

4.8 Perfil del turista

La demanda nacional en el turismo comunitario se caracteriza por el perfil demográfico específico y preferencias que ofrecen la visión detallada de los visitantes.

Con 53,6%, el género masculino lidera la composición de la demanda, mientras que el rango de edad predominante se sitúa entre los 18 y 25 años, abarcando un significativo 60,7%. En cuanto al origen de los visitantes, el 58,3% proviene de la localidad, seguido por el 41,7% que corresponde a turistas nacionales. Es alentador observar que el 69% de los turistas demuestran el conocimiento previo sobre el turismo comunitario, indicando una conciencia y comprensión de este tipo de experiencias. A través de las encuestas se muestra el resultado de aceptación del 98,4% que los turistas quieren conocer la comunidad Juan Pío Montufar. En cuanto a la preferencia de servicios de hospedaje, las cabañas se destacan como la opción más popular, con 48,8%. La gastronomía local también juega un papel crucial, ya que un significativo 61% de los encuestados expresan interés en degustar las comidas típicas de la zona en el centro turístico Ishpingo Pakcha.

La actividad con más preferencia por los turistas es convivencia cultural 47%, en cuanto a la temporada favorita para viajar, las vacaciones es la elección principal, con un 59% de aceptación. La duración promedio de estancia de los visitantes indica que la mayoría opta por períodos de 1 a 3 días, abarcando un considerable 87% de la demanda. Además, la elección de viajar en familia es evidente, el 51,8% de los turistas prefiriendo esta modalidad.

Desde una perspectiva económica, se observa que el gasto promedio por persona (pax) en el centro turístico Ishpingo Pakcha se encuentra en el rango de 21 a 30 USD, representando un significativo 42,2%, respecto a la estrategia de publicidad, los turistas consideran crucial la utilización de redes sociales, con un impresionante 95,2% expresando la importancia de este canal para promocionar las ofertas turísticas de la comunidad Juan Pío Montufar. Este dato sugiere una fuerte inclinación hacia las plataformas digitales como herramienta efectiva para llegar a un público más amplio y diverso.

4.9 Demanda actual

A través de la pregunta 5 se evidencia un nivel de aceptación del 98,4%, la inclinación de los visitantes hacia la exploración de la comunidad Juan Pío Montúfar, se revela un interés marcado en descubrir los encantos distintivos de esta localidad. Este entusiasmo denota un deseo profundo de sumergirse en la riqueza de sus atractivos, sino también crea un ambiente propicio para estimular el crecimiento económico del cantón.

La receptividad positiva de los turistas hacia la comuna establece las bases para el desarrollo económico local, ofreciendo oportunidades valiosas para capitalizar los recursos disponibles y destacar las experiencias únicas que esta comunidad tiene para ofrecer. A partir de esto se obtiene la siguiente información.

Aceptación = 98,4%

Universo de estudio = 1500

Demanda Potencial = $1500 \times 98,4\% = 1476$ personas

Demanda futura

La demanda futura se calculó de acuerdo a la demanda actual, aplicando la fórmula del incremento compuesto $C_n = C(1+i)^n$ en donde i representa al 4,2% del incremento anual del turismo al año 2022 según datos de World Travel Tourism Council.

Tabla: Demanda actual por consumidores

| Año | Demanda Futura Total |
|------|----------------------|
| 2023 | 1476 |
| 2024 | 1538 |
| 2025 | 1670 |
| 2026 | 1889 |
| 2027 | 2227 |
| 2028 | 2736 |

Teniendo en cuenta que se utilizó los datos de la demanda futura del año 2023, se considera a este como el año “cero” y se proyecta la demanda al año 2024 como año 1 y así consecutivamente hasta el año 2028.

4.10 Introducción estratégica

La presente propuesta se basa en presentar una Evaluación del potencial turístico de la comuna Juan Pío Montufar que permita lograr un adecuado aprovechamiento de los atractivos naturales y culturales existente en el centro turístico Ishpingo Pakcha. Luego de realizar el estudio pertinente que ayudo a comprender la situación de este atractivo se quiere establecer estrategias adaptadas a la realidad y al desarrollo turístico del emprendimiento.

El Centro Turístico Comunitario Ishpingo Pakcha, es un destino turístico poco conocido en el cantón Loreto, por eso es importante generar estrategias, actividades y tareas que contribuyan al desarrollo de servicios turísticos de calidad y con una planta turística que logre captar segmentos de mercado y genere ingresos económicos para beneficio del emprendimiento y de esta forma se pueda invertir en la mejora continua.

El emprendimiento se encuentra en la comuna Juan Pío Montufar, donde se observa que es un lugar que mantiene el encanto natural que se combina con la parte cultural y tradiciones de la nacionalidad kichwa en un solo lugar, el mismo tiene un sinnúmero de escenario para la práctica de distintas modalidades de turismo, encontrando que es un sitio potencial y con un adecuado trabajo se podrá mejorar los servicios e infraestructura que posee actualmente.

En base a la investigación realizada como fue una Evaluación del potencial turístico, investigación insitu, encuestas a turistas, inventario de la planta turística y conocimiento de la oferta que

presenta el destino se pudo conocer la situación real, fichas del INPC, MINTUR y delimitar los puntos de intervención. De esta forma se puede tener un panorama claro de las deficiencias o falencias que tiene cada uno de los puntos analizados y que conforman el sistema turístico con el objetivo de evaluar el potencial turístico para fortalecer económicamente y turísticamente la productividad y competitividad de la comunidad Juan Pío Montúfar.

DISEÑAR LÍNEAS ESTRATÉGICAS PARA EL APROVECHAMIENTO DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA COMUNA JUAN PÍO MONTUFAR

Análisis FODA

| COMPONENTE DEL SISTEMA TURÍSTICO | FORTALEZAS | OPORTUNIDADES | DEBILIDADES | AMENAZAS |
|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ATRATIVOS | La comunidad dispone de una riqueza de atractivos tanto culturales como naturales. | Se involucra la parte pública, municipalidad de Loreto y FEPTCE. | La falta de conocimiento sobre el proceso de registro entre los turistas es un desafío identificado en la gestión turística. | Desconocimiento de la actividad turística por parte de la comuna. |
| | Desde el ámbito cultural, se pueden encontrar manifestaciones auténticas de las tradiciones locales, como, danzas tradicionales, música y gastronomía. | Preservar la cultura Kichwa es una prioridad fundamental para la comunidad, que valora profundamente sus tradiciones, idioma y expresiones culturales. | La limitada actividad cultural en la comunidad plantea una oportunidad para enriquecer y revitalizar la expresión artística y tradicional. | Generalmente los jóvenes a casusa de la globalización están perdiendo su identidad cultural. |
| | En el ámbito natural, la zona se distingue por su exuberante entorno; ríos, | La generación de empleo dentro de la comunidad no solo representa una fuente de ingresos, sino también un | La carencia de señalética en los senderos representa un desafío para la orientación de los visitantes. | La deforestación es un proceso en el cual grandes extensiones de bosques son taladas o destruidas, ya sea |

| | | | | |
|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | cascadas, y flora y fauna diversa. | medio para mejorar significativamente la calidad de vida de sus habitantes. | Falta de conocimientos en conservación de los recursos naturales y culturales. | por actividades humanas como la agricultura, la ganadería entre otras. Contaminación de los ríos, caza fructífera de las especies nativas de la zona. |
| INFRAESTRUCTURA | Atraviesa la vía asfaltada Coca-Loreto por donde pasan buses provinciales e interprovinciales. También cuenta con una vía de tercer orden la cual permite el ingreso al atractivo turístico. | A través de estas vías se permite el ingreso fácil a los turistas al centro turístico Ishpingo Pakcha. | La presencia de lluvias afecta a la vía de tercer orden. | Falta de apoyo por parte de MTOP. |
| | La presencia de la escuela es fundamental para el desarrollo educativo de la comuna. | La escuela desempeña un papel central en la transmisión de conocimientos, la promoción de habilidades y el fortalecimiento de las bases para el crecimiento individual y colectivo. | | La escuela no cuenta con equipamientos adecuados para el buen aprendizaje de los alumnos. |

| | | | | |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| | Servicios básicos en condiciones aceptables en la comuna | La municipalidad de Loreto ayuda con proyectos de saneamiento ambiental. | En las baterías sanitarias es escasa el agua. | |
| PLANTA TURÍSTICA | Dentro de la comuna encontramos un centro turístico denominado Ishpingo Pakcha con servicio de, alimentación, senderismo y cascadas, etc. | Con una buena gestión por parte de la organización de turismo de la comuna al Municipio de Loreto o GADPO de Orellana se pueda mejorar el centro turístico. | No posee Mapas de los sitios de riesgo y vulnerabilidad ante desastres naturales | Posibles inconvenientes ambientales. Discordia entre miembros de la comunidad. |
| | | Realizar capacitaciones para guías turísticos calificados en la comuna. | Falta de guías nativos para la interpretación de los atractivos. | |
| | | | Carencia de facilidades en los atractivos turísticos. Falta de conocimiento en técnicas de guiar, atención al cliente, manipulación de alimentos y trabajo comunitario | |

| | | | | |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| SUPERESTRUCTURA | Existencia de ordenanzas internas para la conservación de los atractivos turísticos en la Parroquia San José de Payamino | Municipio de Loreto encargado de realizar y dar la Licencia Única de Funcionamiento, capacitaciones en ámbito turístico. | Desconocimiento para la aplicación de la ley con las distintas instituciones públicas y privada en el ámbito turístico como; la licencia anual de turismo y el registro de turismo. | Inestabilidad Política. |
| | Apoyo de los organismos seccionales de la Provincia | Ordenanzas para el manejo del turismo por parte del municipio de Loreto. | No se aplica la normativa municipal. | |
| PRODUCTO | La comunidad está interesada en fortalecer el producto turístico existente. | Convenios con la ESPOCH y el municipio para la valoración y promoción del producto turístico. | No existe agencia que oferten paquetes turísticos del lugar. | Falta de interés de organismos locales en invertir en paquetes turísticos |
| DEMANDA TURÍSTICA | Interés del turista por productos diferentes y nuevas experiencias y convivencia con la naturaleza y cultura. | Ministerio de Turismo, Municipio de loreto promociona productos Diferentes | Escasa frecuencia de turistas. | Pérdida de ingresos económicos, desinterés por parte de los comuneros por mejorar su producto turístico. |

4.11 Establecimiento de Nudos Críticos

Se ha establecido los nudos críticos en base a las debilidades en donde se realiza una priorización con rangos de 1 a 3;

1 es importante

2 medianamente importante

3 sumamente importante

Para tener un total posterior se va a seleccionar los nudos críticos que tengan una ponderación total mayor a 5 para ser establecidos como estrategias en el presente estudio

| COMPONENTE DEL SISTEMA TURÍSTICO | NUDOS CRÍTICOS | CAUSA | EFECTO | PRIORIZACIÓN | | | TOTAL |
|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|--------------|---------|------------|-------|
| | | | | DURACION | IMPACTO | DIFICULTAS | |
| ATRATIVOS | La falta de conocimiento sobre el proceso de registro entre los turistas es un desafío identificado en la gestión turística | Los miembros de la comuna no realizan un registro constante de los turistas | No tienen un número exacto de su demanda turística al igual que el económico | 1 | 3 | 1 | 5 |

| | | | | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------|----------|----------|
| <p>La limitada actividad cultural en la comunidad plantea una oportunidad para enriquecer y revitalizar la expresión artística y tradicional.</p> | <p>Ausencia de programas de intervención patrimonial para el mantenimiento de su identidad en la comunidad nuevas generaciones</p> | <p>Pérdida de Identidad en la juventud por el rescate de la cultura</p> | <p>2</p> | <p>3</p> | <p>2</p> | <p>7</p> |
| <p>La carencia de señalética en los senderos representa un desafío para la orientación de los visitantes. Falta de conocimientos en conservación de los recursos naturales y culturales</p> | <p>La falta de recurso material y económico Los miembros de la comuna desconocen el valor cultural u natural en el ámbito turístico.</p> | <p>Como resultado de esta carencia, los visitantes pueden enfrentar dificultades para orientarse. Sin señalización adecuada, podrían perderse, tomar rutas equivocadas o experimentar confusión sobre la dirección correcta a seguir -Los recursos naturales pueden ser explotados de manera insostenible, lo que lleva a la</p> | <p>1</p> | <p>3</p> | <p>2</p> | <p>6</p> |

| | | | | | | | |
|------------------------|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|
| | | | degradación del medio ambiente. | | | | |
| INFRAESTRUCTURA | La presencia de lluvias afecta a la vía de tercer orden. | Las lluvias pueden provocar diversos efectos, como el aumento del nivel de agua en arroyos o ríos cercanos, el reblandecimiento del suelo y la generación de escurrimientos superficiales. | La vía de tercer orden, al ser afectada por estas condiciones climáticas, puede experimentar problemas como inundaciones, erosión del suelo, deslizamientos de tierra y deterioro general de la infraestructura vial. | 3 | 3 | 3 | 9 |
| | En las baterías sanitarias es escasa el agua. | - La escasez de agua en las baterías sanitarias se debe a factores como falta de suministro, problemas en la distribución de agua o | La falta de agua en las instalaciones sanitarias limita la capacidad de los usuarios para realizar actividades básicas de higiene, como lavarse las manos, utilizar los inodoros adecuadamente o | 2 | 3 | 2 | 7 |

| | | | | | | | |
|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|
| | | condiciones climáticas que afecten la disponibilidad del recurso. | mantener limpios los espacios. | | | | |
| PLANTA TURISTICA | No posee Mapas de los sitios de riesgo y vulnerabilidad ante desastres naturales | Ausencia de un Plan de Contingencia Integral de evacuación y emergencia en caso de presentarse un desastre natural | Desconocimiento de las rutas de evacuación en la parroquia en caso de emergencias o desastre natural. | 2 | 3 | 2 | 7 |
| | Falta de guías nativos para la interpretación de los atractivos. | La falta de guías nativos puede deberse a limitaciones presupuestarias, falta de programas de capacitación, o simplemente a la ausencia de recursos humanos capacitados y familiarizados con los atractivos locales. | La carencia de guías nativos significa que los visitantes pueden perderse detalles culturales, históricos o ambientales importantes de los atractivos que están explorando. | 2 | 3 | 1 | 6 |

| | | | | | | | |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|
| | <p>Carencia de facilidades en los atractivos turísticos.</p> <p>Falta de conocimiento en técnicas de guiar, atención al cliente, manipulación de alimentos y trabajo comunitario</p> | <p>La falta de facilidades en los atractivos turísticos puede deberse a limitaciones presupuestarias, falta de inversión en infraestructuras turísticas o planificación deficiente. La falta de conocimiento en técnicas de guiar, atención al cliente, manipulación de alimentos y trabajo comunitario puede deberse a la falta de capacitación o programas educativos en estas áreas.</p> | <p>La carencia de facilidades en los atractivos turísticos puede afectar la comodidad y accesibilidad para los visitantes. La falta de conocimientos en técnicas de guiar, atención al cliente, manipulación de alimentos y trabajo comunitario puede resultar en servicios deficientes, mala calidad en la oferta gastronómica, interacciones menos satisfactorias y una desconexión con la comunidad local.</p> | 2 | 3 | 3 | 8 |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|

| | | | | | | | |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|
| SUPERESTRUCTURA | Desconocimiento para la aplicación de la ley con las distintas instituciones públicas y privada en el ámbito turístico como; la licencia anual de turismo y el registro de turismo. | Falta de interés de la empresa privada en invertir en la zona. | Poco desarrollo de los pueblos cercanos a los lugares turísticos | 1 | 3 | 1 | 5 |
| | Inestabilidad Política | Intereses personales y gremiales sin promulgar Ordenanzas, a favor del turismo local | Bajo desarrollo en el ámbito turístico. | 1 | 2 | 2 | 5 |
| PRODUCTO | No existe agencia que oferten paquetes turísticos del lugar | Inestabilidad económica del sector y del país | La oferta turística sea Limitada. El tiempo de estadía del visitante es mínimo | 2 | 3 | 2 | 7 |
| DEMANDA TURISTICA | Escasa frecuencia de turistas. | La escasa frecuencia de turistas puede deberse a diversos factores, como una falta de promoción, ubicación remota, carencia de atracciones | La falta de afluencia turística tiene un impacto económico directo en la comunidad local. al turismo. | 1 | 2 | 1 | 4 |

| | | | | | | | |
|--|--|-----------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| | | turísticas atractivas, problemas de seguridad, crisis sanitarias, entre otros. | | | | | |
|--|--|-----------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|

Realizado por Josselin S y Nayeli C

4.12 Identificación de Factores Claves de Éxito

Cuadro 1 Factores claves de éxito

| COMPONENTE DEL SISTEMA TURÍSTICO | FACTORES CLAVES DE ÉXITO | PRIORIZACIÓN | | | TOTAL |
|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|---------------|--------------|-------|
| | | CALIDAD | PRODUCTIVIDAD | EXCLUSIVIDAD | |
| ATRATIVOS | La comunidad dispone de una riqueza de atractivos tanto culturales como naturales. | 2 | 2 | 2 | 6 |
| | Se involucra la parte pública, municipalidad de Loreto y FEPTCE. | 2 | 1 | 1 | 4 |
| | Desde el ámbito cultural, se pueden encontrar manifestaciones auténticas de las tradiciones locales, como, danzas tradicionales, música y gastronomía. | 2 | 2 | 3 | 7 |

| | | | | | |
|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|
| | En el ámbito natural, la zona se distingue por su exuberante entorno; ríos, cascadas, y flora y fauna diversa. | 2 | 2 | 3 | 7 |
| INFRAESTRUCTUR A | Atraviesa la vía asfaltada Coca-Loreto por donde pasan buses provinciales e interprovinciales. También cuenta con una vía de tercer orden la cual permite el ingreso al atractivo turístico. | 3 | 3 | 3 | 9 |
| | La presencia de la escuela es fundamental para el desarrollo educativo de la comuna. | 1 | 3 | 2 | 6 |
| | Servicios básicos en condiciones aceptables en la comuna. | 1 | 1 | 3 | 5 |
| PLANTA TURISTICA | Dentro de la comuna encontramos un centro turístico denominado Ishpingo Pakcha con servicio de, alimentación, senderismo y cascadas, etc. planta turística | 2 | 1 | 1 | 4 |

| | | | | | |
|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------|----------|----------|
| SUPERESTRUCTUR A | Existencia de ordenanzas internas para la conservación de los atractivos turísticos en la Parroquia San José de Payamino. | 1 | 1 | 1 | 3 |
| | Apoyo de los organismos seccionales de la Provincia. | 2 | 2 | 2 | 6 |
| PRODUCTO | La comunidad está interesada en fortalecer el producto turístico existente. | 2 | 2 | 1 | 5 |
| DEMANDA TURISTICA | Interés del turista por productos diferentes y nuevas experiencias y convivencia con la naturaleza y cultura. | 3 | 2 | 2 | 7 |

Realizado por: Josselin S y Nayeli C

4. Identificación de Líneas Estratégicas

Cuadro 2 Identificación de Líneas Estratégicas

| COMPONENTE DEL SISTEMA TURISTICO | NUDO CRITICO | ESTRATEGIA DE CAMBIO | ACTOR COMPETENTE | EXCLUSIVO MANDATO |
|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ATRATIVOS | La limitada actividad cultural en la comunidad plantea una oportunidad para enriquecer y revitalizar la expresión artística y tradicional. | Realizar un plan de revitalización cultural | <ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de Cultura y Patrimonio - INPC Regional - GAD Cantonal - ESPOCH - COMUNA | <p>El MCP mediante sus ejes que son: Descolonización; Derechos culturales; Emprendimientos culturales y Nueva identidad ecuatoriana contemporánea.</p> <p>EL INP mediante el patrimonio cultural para catalogar, documentar, conservar, proteger y potenciar el patrimonio material o tangible e inmaterial o intangible, con la finalidad de difundir hacia los actores involucrados las mejores opciones de conservación del patrimonio.</p> <p>GAD Cantonal mediante el COOTAD. Capítulo IV. Artículo 55 y 144. Formular, Aprobar, ejecutar y evaluar los planes, programas y proyectos destinados a la preservación, mantenimiento y difusión del</p> |

| | | | | |
|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | | patrimonio arquitectónico, cultural y natural, de su circunscripción. |
| | <p>La carencia de señalética en los senderos representa un desafío para la orientación de los visitantes.</p> <p>Falta de conocimientos en conservación de los recursos naturales y culturales.</p> | <p>Diseño de la señalética turística para mejorar la accesibilidad de los atractivos turísticos de la comunidad Juan Pío Montufar</p> | <p>-MINTUR Ministerio de Cultura y Patrimonio -ESPOCH -COMUNA</p> | <p>El Manual de señalización turística se circunscribe como parte del capítulo octavo del Reglamento de señalización vial RTE INENOO4. Dentro de esto, el órgano regulador del tema señalización turística es el MINTUR, ente encargado de difundir y velar por el cumplimiento del Manual que busca la homogeneización de la señalización turística en todo el país, tanto en lineamientos gráficos, cuanto en materiales y estructura. Al mismo tiempo,</p> <p>Señalética turística en áreas rurales se espera con la señalización poder guiar a los turistas de forma veraz y segura a los atractivos y servicios disponibles en el territorio, sea en vías de primero, segundo y tercer orden, además de los senderos.</p> <p>MNCP: Art. 377.- El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales.</p> |

| | | | | |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| INFRAESTRUCTURA | La presencia de lluvias afecta a la vía de tercer orden. | Gestionar con las instituciones competentes la implementación de mantenimiento en la vía. | -GAD Municipal -GAD Parroquial -ESPOCH -COMUNA | Ley de caminos Art. 3.-Construcción, ensanchamiento o mejoramiento de caminos. - Las Instituciones, seccionales encargadas de la construcción de caminos públicos previamente a la construcción, ensanchamiento, mejoramiento o rectificación de los caminos a su cargo, deberá someter los proyectos y planos a consideración y aprobación del Ministerio de OO.PP. para lo cual presentarán los documentos respectivos ante los directores provinciales de Obras Públicas o directamente a la Dirección General. |
| | En las baterías sanitarias es escasa el agua. | Gestionar al GAD Municipal para que la parroquia reciba agua potable. Implementar bombas de agua para tener al 100% | -GAD Municipal -GAD Parroquial -ESPOCH -COMUNA | COOTAD Capitulo IV, Artículo 55.- d) Prestar los servicios públicos de agua potable, alcantarillado, depuración de aguas residuales, manejo de desechos sólidos, actividades de saneamiento ambiental y aquellos que establezca la ley; |
| PLANTA TURISTICA | No posee Mapas de los sitios de riesgo y vulnerabilidad ante desastres naturales. | Elaborar un estudio de las rutas de evacuación con señalética para casos de | GAD Municipal Secretaria Nacional de Gestión de Riesgos ESPOCH | COOTAD Capitulo IV, GAD Municipal Artículo 55.-m) Gestionar los servicios de prevención, protección, socorro y extinción de incendios; Secretario Nacional de Gestión de Riesgos mediante sus ejes estratégicos - Reducir el nivel de riesgos ante amenazas naturales y/o antrópicas. - Incrementar la efectividad de las |

| | | | | |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | emergencia y desastres naturales. | COMUNA | acciones de respuesta ante las necesidades de la población afectada por emergencias o desastres |
| | Falta de conocimiento en técnicas de guiar, atención al cliente, manipulación de alimentos y trabajo comunitario | Realizar capacitaciones sobre el manejo de alimentos y bebidas, servicio de guianza, etc. | MINTUR MAE ESPOCH COMUNA | <p>MINTUR mediante sus 5 pilares de gestión turística que es seguridad, calidad, destino y productos, conectividad y promoción</p> <p>MAE Incorporar los costos y beneficios ambientales y sociales en los indicadores económicos, que permitan priorizar actividades productivas de menos impacto y establecer mecanismos de incentivo adecuado</p> <p>ESPOCH Ley Orgánica de Educación Superior artículo 13 letras a) y ñ)</p> <p>a. Garantizar el derecho a la educación superior mediante la docencia, la investigación y su vinculación con la sociedad, ñ)</p> <p>Brindar niveles óptimos de calidad en la formación y en la investigación.</p> <p>COMUNA: el objetivo es que los miembros de la comuna se integren a las actividades turísticas siendo participe en mingas, capacitaciones etc.</p> |

| | | | | |
|-----------------|-------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| PRODUCTO | No existe agencia que oferten paquetes turísticos del lugar | Diseño y Elaboración de Productos turísticos en Conformidad con el perfil de la demanda nacional e internacional | MINTUR | MINTUR mediante sus 5 pilares de gestión turística que es seguridad, calidad, destino y productos, conectividad y promoción |
|-----------------|-------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Realizado por: Josselin S y Nayeli C

CAPÍTULO VI

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- ✓ Mediante el trabajo de titulación se pudo realizar la Evaluación del Potencial Turístico de la Comuna Juan Pío Montufar esto con el objetivo de generar un desarrollo del potencial turístico además de priorizar q este sea sostenible.

- ✓ La localidad de Juan Pío Montufar presenta una variedad de atracciones turísticas que incluyen tanto elementos naturales como culturales. En total, se han identificado 12 puntos de interés, con 5 d son de índole natural y 7 de carácter cultural, todos ellos clasificados con jerarquía II. Estos sitios poseen un gran potencial para la promoción y desarrollo de actividades turísticas, pero carecen de la infraestructura y comodidades necesarias para llevar a cabo una planificación turística efectiva. La falta de estas instalaciones se presenta como una oportunidad de desarrollo para los habitantes de la comunidad. En relación al patrimonio cultural de la comunidad, se ha observado que está experimentando los efectos de la aculturación y la globalización. Estos fenómenos han generado un marcado desinterés, especialmente entre los jóvenes y la población en general, afectando de manera significativa el inventario cultural local.

- ✓ La caracterización de la demanda se llevó a cabo mediante un estudio de mercado basado en encuestas, revelando que el turismo vivencial, que abarca actividades como paseos por canoa, natación, convivencia cultural y senderismo, goza de una amplia aceptación entre turistas locales y nacionales. Este grupo demográfico tiene una edad promedio de 18 a 25 años y muestra interés en experiencias de hospedaje en cabañas con alimentación que refleje la gastronomía típica de la zona, estando dispuestos a pagar entre 21 y 30 dólares por el tour. En consecuencia, resulta crucial diseñar paquetes turísticos centrados en las mencionadas actividades para satisfacer las necesidades de la demanda actual y potencial.

- ✓ Se han establecido estrategias clave para fortalecer el potencial turístico de la comunidad Juan Pío Montufar, considerando su contexto y basándonos en un análisis exhaustivo del sistema turístico. El objetivo es contribuir al desarrollo turístico de la misma y, al mismo tiempo, aportar al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes locales.

5.2 RECOMENDACIONES

- ✓ Llevar a cabo investigaciones culturales destinadas a la recuperación de la identidad cultural local y fomentar el aprecio por el territorio, con el fin de promover de manera sostenible la actividad turística en beneficio de la comunidad y sus habitantes. Asimismo, se busca preservar la riqueza tanto natural como cultural de la zona.

- ✓ Proporcionar capacitaciones de manera inmediata, adaptadas a las necesidades de la actividad turística, sin descuidar las labores agrícolas y ganaderas, con el objetivo de capacitar a los residentes para que puedan generar ingresos y mejorar su calidad de vida.

- ✓ Se sugiere llevar a cabo múltiples visitas a la comunidad y organizar reuniones con sus miembros, con el propósito de identificar y resaltar ideas esenciales para su desarrollo.

BIBLIOGRAFÍA

ALVARES, Valeri. *Pueblos indígenas de América Latina*. Quito-Ecuador, 2019, p . 56

ANTUNEZ, Ignacio. *Introducción al Turismo OMT*. Ciudad de México-México, 2008, pp. 1-11.

APPROVED, Helen. *Definitions of Marketing*. [blog]. Florida: Ama, 2022. [Consulta: 27 de enero de 2023]. Disponible en: <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing/>

ARMSTRONG, G&Cunningham, S. *Análisis , planificación, implementación y control*. Ciudad de Mexico-Mexico: ABCD, 2018, p . 18.

BOSCH, José. *Los centros turísticos como escala del desarrollo local. Rol de los municipios turísticos en contexto de globalización de la economía*. Mar de la Plata-Argentina: ABC, 2005. p.14.

BOTEY, Peb. . *Las 4 P*. [blog]. Londres: IMBOUCYCLE, 2022. [Consulta: 16 de Julio de 2023]. Disponible en : <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/las-4-p-del-marketing-que-debes-conocer>

BROWN, Alex.. *Herramientas y técnicas para la investigación de mercado*. Madrid-España: XYZ, 2019, p. 10.

CASTILLO, Martha. Biodiversidad Mexicana. *¿Qué es un ecosistema?*. [blog]. Ciudad de Mexico: BIOMEX, 2020. [Consulta: 17 de Junio de 2023]. Disponible en: <https://www.biodiversidad.gob.mx/ecosistemas/quees>

COOPER, et al . *Evalalucion del Potencial Turistico*. Harlow-England: Pearson, 2018, p . 7.

Convention on Biological Diversity. Convention on Biological Diversity. *Diversidad Biologica*. [blog]. Harlow: CBD 2020. [Consulta: 8 de Junio de 2023]. Disponible en: <https://www.cbd.int/convention/text/>

DONALD, Ryan. *Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation*. New York-Unites Stades: Kogan Page Publishers, 2009, p . 33.

DIAZ, Lorena. *Demanda Turistica*. [blog].Ciudad de Mexico: Gitetur, 2010. [Consulta: 21 de Marzo de 2023]. Disponible en: <http://gitetur.wikispaces.com/La+Demanda+Tur%C3%ADstica>

Diccionario de la lengua española. *Edición del Tricentenario*. [blog]. 2019 [Consulta: 27 de junio de 2023]. Disponible en: <https://dle.rae.es/kichwa>

ECUADOR, travel. Ecuador Travel. *Ecuador Travel*. [blog]. Orellana: ECUADOR travel, 2021. [Consulta: 17 de agosto de 2023]. Disponible en: <https://ecuador.travel/press/orellana-un-paraiso-de-la-amazonia-ecuatoriana/>.

FAUNDES, Cristián. “Recursos naturales: competencia, cooperación y conflicto en Sudamérica”. *RIL editores*, vol. 2, n° 5, (2013), (Santiago de Chile), p. 218.

GAIRÍN, Joaquín. “Cambio y mejora en las organizaciones”. *Educativas Redal*, vol. 11, n°47, (2011), México, pp. 31-50.

GASCUEÑA, Dory. Turismo Sostenible. [Blog]. Barcelona: BBva, 2022. [Consulta: 7 de octubre de 2022]. Disponible en: <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-el-turismo-sostenible/>

Google, Sites. *PDOT y PUGS: Sign-in*. [blog]. Orellana: Sites Google, 2016. [Consulta: el 20 de abril de 2023]. Disponible en: <https://sites.google.com/view/pdotypugscantonloreto/inicio>

GONZALES, Pamela. & TOLLER, Natalia. *Tipos de turismo*. [blog]. Mar de plata, 2006. [Consulta: 20 de marzo de 2015]. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos34/clasificacion-turismo/clasificacion-turismo.shtml>

GONZALES, Alejandra. *Etnográfica*. Ciudad de México-México: Dreamers, 2021, pág. 20.

GONZÁLEZ, Mayra. *Tipos de patrimonio inmaterial*. Ciudad de México-Mexico: Indígena, 2022, pp . 30-35.

GII, Francisco. *Scielo*. [blog]. 2010. [Consulta: 18 de marzo de 2018]. Disponible en: http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1699-695X2010000100010

GREFA, Patricia. *Loreto*. [blog]. Issuu, 2016. [Consulta: 08 de Agosto de 2023]. Disponible en: <https://issuu.com/patriciagrefa/docs/loreto.docx>

HERNANDEZ, Roberto; et al. *Metodología de la Investigación*. [blog]. Uca, 2017. [Consulta: 05 de Agosto de 2023]. Disponible en: <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

INFANTE, Audel. *Medio ambiente, sociedad y turismo*. Ciudad de México-México: Universidad Autónoma de Guerrero, 2018, pp. 20-40.

ISBN. *Turismo rural comunitario*. [blog]. Ciudad de México: ISBN, 2018 [Consulta: 15 de abril de 2023]. Disponible en: <https://www.teseopress.com/turismoruralcomunitario/>

INSKEEP, Emmett. *National and regional tourism planning: methodologies and case studies*. Routledge, 1994, pp . 30.

LOPEZ, Ismael. *Producto turístico*. [blog]. 2015. Disponible en: <http://w.w.w.eumed.net.ce/>

LORETO. *Gobierno autónomo descentralizado de Loreto*. [blog]. 2020 [Consulta: 27 de julio de 2023]. Disponible en: <https://www.loreto.gob.ec/loreto/index.php/home>

LUQUE, Yadhira. *Definiciones de turismo*. [blog]. Ushuaia: Monografias, 2009. [Consulta: 19 de octubre de 2015]. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos17//turismo.shtml>

MONTAYA, Danny & DÁVILA, Edward. “Acciones del marketing para la promoción y creación de marca de artistas ecuatorianos”. *Scielo*. [en línea], 2019, (Ecuador), vol. 6 (1), pág. 6. [Consulta: 18 de Junio de 2023]. Disponible en: http://scielo.iics.una.py/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2414-89382019000100043

MPM. *Turismo comunitario*. La Paz-Bolivia: ABC 2009, p .45.

NOSTRUM, Mare. *¿Cuántos tipos de marketing existen?*. [blog]. Roma: 2020. [Consulta: 17 de julio de 2023]. Disponible en: <https://escuelamarenosttrum.com/cuantos-tipos-de-marketing-existen/>

OGATA, Nisao. “Diversidad Biológica y Cultural trópico americano”. *Centro de investigaciones tropicales* [En línea], 2019, (México), vol. 22 (1), pág. 5 [Consulta: 1 de noviembre de 2022]. ISSN 1080-7806. Disponible en: http://etnoecologia.uv.mx/diversidad_biocultural/etnobotanica/

ORTIZ, David. *Comunidad Juan Pío Montúfar, ubicada en la provincia de Orellana, Cantón Loreto.* [blog]. Orellana: Docplaye, 2016. [Consulta: 12 de Abril de 2023]. Disponible en: <https://docplayer.es/13034346-Resumen-ejecutivo-el-presente-proyecto-fue-realizado-en-la-comunidad-juan-pio-montufar-ubicada-en-la-provincia-de-orellana-canton-loreto.html>.

OMT. *Organización Mundial del. Agenda para Planificadores Locales: Turismo sostenible y gestion municipal.* Madrid-España, XYZ, 1999, p. 76.

PÉREZ, J. 2020. *Exploratoria.* Ciudad de Mexico : X, 2020, p 25.

PEP, Botey. *Las 4 P del Marketing: qué son, cuáles y ejemplos.* [blog]. Barcelona: InboundCycle, 2022. [Consulta: 27 de mayo de 2023]. Disponible en: <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/las-4-p-del-marketing-que-debes-conocer>

SÁNCHEZ, Katherine; et al. *Análisis de la Potencialidad Turística de las parroquias Uzhcurrumi y Casacay del cantón Pasaje, El Oro, Ecuador: Tourism Potentiality Analysis of Uzhcurrumi and Casacay Parishes of the Canton* [en línea]. Pasaje, El Oro, Ecuador. [Consulta: 30 de julio de 2023]. Disponible en: <https://publicaciones.udet.edu.ec/index.php/kalpana/article/view/9>

UNU, Turismo. *Glosario de términos de turismo.* [blog]. Madrid: Tourism, 2020. [Consulta: 27 de mayo de 2023]. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

UNESCO. *Patrimonio cultural.* [blog]. Chile: Unesco, 2021. [Consulta: 10 de octubre de 2022]. Disponible en: <https://es.unesco.org/fieldoffice/santiago/cultura/patrimonio>

WESTREICHER, Guillermo. *Economipedia.* [blog]. New York : Econopedia, 2020. [Consulta: 10 de octubre de 2022]. Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/recurso.html>

6. ANEXOS

6.1 Atractivos naturales

Ficha N°1 Río Shinguno

| FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------------------------------------------------|-----------|------------------------|---------------------------------------|---------------------------------|---|---------------------------------------------------|---|---------------------------------------------|----------------------------------------------|-------------------|---|--------------------------------------|---|-----------|---|---|---|
| Código del atractivo: | 2 | 2 | 0 | 4 | 5 | 3 | A | N | 0 | 5 | 0 | 1 | 0 | 2 | 0 | 0 | 2 |
| | Provincia | Cantón | | Parroquia | | Categoría | | Tipo | | Subtipo | | Jerarquía | | Atractivo | | | |
| 1. DATOS GENERALES | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.1 Nombre del Atractivo Turístico | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| RÍO SHINGUNO | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.2 Categoría | | | | 1.3 Tipo | | | | 1.4 Subtipo | | | | | | | | | |
| ATRATIVOS_NATURALES | | | | RÍOS | | | | RÍO | | | | | | | | | |
| 2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2.1 Provincia | | | | 2.2 Cantón | | | | 2.3 Parroquia | | | | | | | | | |
| ORELLANA | | | | LORETO | | | | SAN JOSE DE PAYAMINO | | | | | | | | | |
| 2.4 Barrio, Sector o Comuna | | | | 2.5 Calle Principal | | | | 2.6 Número | | 2.7 Transversal | | | | | | | |
| JUAN PÍO MONTUFAR | | | | VIA LORETO | | | | | | N/A | | | | | | | |
| 2.8 Latitud (grados decimales) | | | | 2.9 Longitud (grados decimales) | | | | 2.10 Altura (msnm) | | | | | | | | | |
| 25° 67' 5" 11S2 | | | | 99° 39' 4" | | | | 398 | | | | | | | | | |
| 2.11 Información del administrador | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| a. Tipo de Administrador: PRIVADO | | | | | | b. Nombre de la Institución: | | | | | | | | | | | |
| c. Nombre del Administrador: MATÍAS FRANCISCO AJÓN | | | | | | d. Cargo que ocupa: PRESIDENTE | | | | | | | | | | | |
| e. Teléfono / Celular: | | | | | | f. Correo Electrónico: | | | | | | | | | | | |
| Observaciones: | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.1 Características climatológicas | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| a. Clima: FUENTES OFICIALES Y ACTUALIZADA | | | | | | b. Temperatura(°C): 20°C | | | c. Precipitación Pluviométrica (mm): 2800 | | | | | | | | |
| 3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| a. Cultura <input type="checkbox"/> | | | | | | b. Naturaleza <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | c. Aventura <input type="checkbox"/> | | | | | |
| 3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| a. Prístino <input type="checkbox"/> | | | b. Primitivo <input type="checkbox"/> | | | c. Rústico Natural <input type="checkbox"/> | | | d. Rural <input checked="" type="checkbox"/> | | | e. Urbano <input type="checkbox"/> | | | | | |
| 3.4 Ingreso al atractivo (U) | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| a. Tipo de Ingreso | | b. Horario de Atención | | | | c. Atención | | | | | | | | | | | |
| | | Ingreso | Salida | Todos los días | | Fines de semana y feriados | | Solo días hábiles | | Otro | | Especificar | | | | | |
| Libre | | 0:00 | 0:00 | | | | | | | | | texto | | | | | |
| Restringido | | 0:00 | 0:00 | | | | | | | | | texto | | | | | |
| Pagado | | 9:00 | 16:30 | | | | | | | | | texto | | | | | |
| d. Maneja un sistema de reservas: | | | | f. Forma de Pago: | | Efectivo <input checked="" type="checkbox"/> | | Dinero Electrónico <input type="checkbox"/> | | Depósito Bancario | | Tarjeta de Débito | | | | | |
| e. Precio: | | Desde 0,50 | Hasta 1,50 | | | Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/> | | Transferencia Bancaria | | Cheque | | | | | | | |

| | | | | | | | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|------------------------|-----------------------------------------------|-------------------|----------------|------------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------|------------------------------|
| g. Meses recomendables de visita: | | TODOS LOS DÍAS DEL AÑO | | | | | | | |
| Observaciones: DETERMINAR CASOS ESPECIALES DE HORARIOS Y/O CIRCUNSTANCIAS | | | | | | | | | |
| 4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO | | | | | | | SI <input checked="" type="checkbox"/> | NO <input type="checkbox"/> | S/I <input type="checkbox"/> |
| a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios): | | | | | | | Comuna Juan Pío Montufar | | |
| b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano: | | 3 km | c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto: | | 5:00 min | d. Coordenadas (grados decimales): | Lat.: 0 | Long.: 0 | |
| Observaciones: HACER REFERENCIA ALGÚN SITIO DE INTERÉS, TOMAR COORDENAS Y DETERMINAR LA DISTANCIA AL ATRACTIVO | | | | | | | | | |
| 4.2 Vías de Acceso (M) | | | | | | | | | |
| | | Tipo de vía | Coordenada de inicio | Coordenada de fin | Distancia (km) | Tipo de material | Estado | | |
| a. Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/> | a. Primer orden | | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | b. Segundo orden | | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | c. Tercer orden | | 0 | 0 | 0 | texto | | | |

| | | | | | | | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|------------------------------------|------------------|---------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------------------------|--------------------------|------------------|-----|
| | | c. Tercer orden | | 0 | 0 | 0 | texto | | |
| Observaciones: | | | | | | | | | |
| b. Acuático (U) <input type="checkbox"/> | Marítimo | Puerto / Muelle de partida | texto | Estado | | Puerto / Muelle de Llegada | texto | Estado | |
| | Lacustre | Puerto / Muelle de partida | texto | | | Puerto / Muelle de Llegada | texto | | |
| | Fluvial | Puerto / Muelle de partida | texto | | | Puerto / Muelle de Llegada | texto | | |
| Observaciones: | | | | | | | | | |
| c. Aéreo (U) | | Nacional: <input type="checkbox"/> | | | Internacional: | | | | |
| Observaciones: | | | | | | | | | |
| 4.3 Servicio de transporte (M) | | | | | | | | | |
| a. Bus | b. Buseta | c. Transporte 4x4 | | d. Taxi | e. Moto taxi | f. Teleférico | <input type="checkbox"/> | | |
| g. Lancha | h. Bote | i. Barco | | j. Canoa | k. Avión | l. Avioneta | <input type="checkbox"/> | | |
| m. Helicóptero | n. Otro | Especifique | | | | | | | |
| Observaciones: | | | | | | | | | |
| 4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) | | | | | | | | | |
| a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio | | b. Estación / terminal | | c. Frecuencia | | d. Detalle (Traslado origen / destino) | | | |
| CIUDAD DEL COCA | | COCA EP | | | | FRECUENCIA | | | |
| ALEJANDRO LABAKA | | COCA EP | | | | FRECUENCIA | | | |
| JUMANDY | | COCA EP | | | | FRECUENCIA | | | |
| GRAN SUMACO | | COCA EP | | | | FRECUENCIA | | | |
| BAÑOS | | COCA EP | | | | FRECUENCIA | | | |
| 4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) | | | | | | | | | |
| a. Accesibilidad motriz | | b. Accesibilidad visual | | c. Accesibilidad auditiva | | d. No es accesible <input checked="" type="checkbox"/> | | | |
| Observaciones: | | | | | | | | | |
| 4.5 Señalización | | | | | | | | | |
| a. Señalización de aproximación al atractivo | | | Estado (U) | Bueno | Regular | Malo | <input type="checkbox"/> | | |
| Observaciones: | | | | | | | | | |
| 5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS | | | | | | | SI | NO | S/I |
| 5.1 Planta turística (M) | | | | | | | | | |
| a. En el Atractivo | | | | | b. En la ciudad o poblado cercano | | | | |
| Alojamiento | Establecimientos registrados | Número de Habitaciones | Número de Plazas | | Alojamiento | Establecimientos registrados | Número de Habitaciones | Número de Plazas | |

| | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------|------------------------|--------------------------------------------------------------|----------------------------|------------------------------|-------------------------|------------------|------------------------|----------|---|
| Hotel | 0 | 0 | 0 | Hotel | 0 | 0 | 0 | | | | |
| Hostal | 0 | 0 | 0 | Hostal | 0 | 0 | 0 | | | | |
| Hostería | 0 | 0 | 0 | Hostería | 0 | 0 | 0 | | | | |
| Hacienda Turística | 0 | 0 | 0 | Hacienda Turística | 0 | 0 | 0 | | | | |
| Lodge | 0 | 0 | 0 | Lodge | 0 | 0 | 0 | | | | |
| Resort | 0 | 0 | 0 | Resort | 0 | 0 | 0 | | | | |
| Refugio | 0 | 0 | 0 | Refugio | 0 | 0 | 0 | | | | |
| Campamento Turístico | 1 | 0 | 0 | Campamento Turístico | 0 | 0 | 0 | | | | |
| Casa de Huéspedes | 0 | 0 | 0 | Casa de Huéspedes | 0 | 0 | 0 | | | | |
| Observaciones: DEMÁS ALOJAMIENTOS NO CERTIFICADOS | | | | Observaciones: DEMÁS ALOJAMIENTOS NO CERTIFICADOS | | | | | | | |
| Alimentos y bebidas | <input checked="" type="checkbox"/> | Establecimientos registrados | Número de Mesas | Número de Plazas | Alimentos y bebidas | Establecimientos registrados | Número de Mesas | Número de Plazas | | | |
| Restaurantes | | 1 | 6 | 20 | Restaurantes | 0 | 0 | 0 | | | |
| Cafeterías | | 0 | 0 | 0 | Cafeterías | 0 | 0 | 0 | | | |
| Bares | | 1 | 0 | 0 | Bares | 0 | 0 | 0 | | | |
| Fuentes de soda | | 0 | 0 | 0 | Fuentes de soda | 0 | 0 | 0 | | | |
| Observaciones: DEMÁS ESTABLECIMIENTOS NO CERTIFICADOS | | | | Observaciones: DEMÁS ESTABLECIMIENTOS NO CERTIFICADOS | | | | | | | |
| Agencias de Viaje | | Establecimientos registrados | | Agencias de Viaje | | Establecimientos registrados | | | | | |
| Mayoristas | | 0 | | Mayoristas | | 0 | | | | | |
| Internacionales | | 0 | | Internacionales | | 0 | | | | | |
| Operadoras | | 0 | | Operadoras | | | | | | | |
| Observaciones: | | | | Observaciones: | | | | | | | |
| Guía | Local | Nacional | Nacional Especializado | Cultura | 0 | Guía | Local | Nacional | Nacional Especializado | Cultura | 0 |
| <input checked="" type="checkbox"/> | 2 | 0 | 0 | Aventura | 0 | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | Aventura | 0 |
| Observaciones: | | | | Observaciones: | | | | | | | |
| 5.2 Facilidades en el entorno al atractivo | | | | | | | | | | | |
| Categoría (M) | | Tipo (M) | | Cantidad | Coordenadas | Administrador | Accesibilidad universal | Estado (U) | | | |
| | | | | | | | | B | R | M | |
| a. De apoyo a la gestión turística <input checked="" type="checkbox"/> | Punto de Información | | 1 | 0 | texto | | | | | | |
| | I-Tur | | 0 | 0 | texto | | | | | | |
| | Centro de interpretación | | 1 | 0 | ASOCIACIÓN | | | | | | |
| | Centro de facilitación turística | | 1 | 0 | texto | | | | | | |
| | Centro de recepción de visitantes | | 0 | 0 | ASOCIACIÓN | | | | | | |
| b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/> | Garitas de guardiana | | 0 | 0 | texto | | | | | | |
| | Miradores | | 0 | 0 | texto | | | | | | |
| | Tones de avistamiento de aves | | 0 | 0 | texto | | | | | | |
| | Tones de vigilancia para salvavidas | | 0 | 0 | texto | | | | | | |
| c. De recorrido y descanso <input checked="" type="checkbox"/> | Senderos | | 1 | 0 | texto | | | | | | |
| | Estaciones de sombra y descanso | | 0 | 0 | texto | | | | | | |
| | Áreas de acampar | | 1 | 0 | texto | | | | | | |
| | Refugio de alta montaña | | 0 | 0 | texto | | | | | | |
| d. De servicio | Baterías sanitarias | | 1 | 0 | texto | | | | | | |
| | Estacionamientos | | 1 | 0 | texto | | | | | | |

| | | | | | | |
|----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------------|----------------------------------------------|--------------------------------------------|-------------------------------|
| e. Otros | | 0 | 0 | texto | | |
| Observaciones: | | | | | | |
| 5.3 Complementarios a la actividad turística (M) | | | | | | |
| a. En el Atractivo | | | | b. En la ciudad o poblado cercano | | |
| Alquiler y venta de equipospecializado | Venta de artesanías y merchandising | | | Alquiler y venta de equipo especializado | Venta de artesanías y merchandising | |
| Casa de cambio <input checked="" type="checkbox"/> | Cajero automático <input type="checkbox"/> | Otro <input type="checkbox"/> | | Casa de cambio <input type="checkbox"/> | Cajero automático <input type="checkbox"/> | Otro <input type="checkbox"/> |
| Especifique: texto | | | | Especifique: texto | | |
| Observaciones: | | | | | | |
| 6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO | | | | | | |
| | | | | SI | NO | S/I |
| 6.1 Atractivo (U) | | | | | | |
| a. Conservado | b. Alterado | c. En proceso de deterioro | <input type="checkbox"/> | d. Deteriorado | <input type="checkbox"/> | |
| Observaciones: | | | | | | |
| 6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M) | | | | | | |
| 6.1.1.1 Naturales (M) | | | 6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M) | | | |
| a. Erosión | a. Actividades agrícolas y ganaderas | b. Actividades forestales | c. Actividades extractivas / minería | | | |
| b. Humedad | d. Actividades industriales | e. Negligencia / abandono | f. Huaquearfa | | | |
| c. Desastres naturales | g. Conflicto de tenencia | h. Condiciones de uso y exposición | i. Falta de mantenimiento | | | |
| d. Flora/Fauna | j. Contaminación del ambiente | k. Generación de residuos | l. Expansión urbana | | | |
| e. Clima | m. Conflicto político / social | n. Desarrollo industrial / comercial | o. Vandalismo | | | |
| Otro | Especifique: | | | | | |
| Observaciones: | | | | | | |
| 6.2 Entorno (U) | | | | | | |
| a. Conservado | b. Alterado | c. En proceso de deterioro | <input type="checkbox"/> | d. Deteriorado | <input type="checkbox"/> | |
| Observaciones: | | | | | | |
| 6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M) | | | | | | |
| 6.2.1.1 Naturales (M) | | | 6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M) | | | |
| a. Erosión | a. Actividades agrícolas y ganaderas | b. Actividades forestales | c. Actividades extractivas / minería | | | |
| b. Humedad | d. Actividades industriales | e. Negligencia / abandono | f. Huaquearfa | | | |
| c. Desastres naturales | g. Conflicto de tenencia | h. Condiciones de uso y exposición | i. Falta de mantenimiento | | | |
| d. Flora/Fauna | j. Contaminación del ambiente | k. Generación de residuos | l. Expansión urbana | | | |
| e. Clima | m. Conflicto político / social | n. Desarrollo industrial / comercial | o. Vandalismo | | | |
| Otro | Especifique: | | | | | |
| Observaciones: | | | | | | |
| 6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo | | | | | | |
| a. Declarante: | b. Denominación: | b. Fecha de declaración: | c. Alcance: | | | |
| Observaciones: | | | | | | |
| 7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA | | | | | | |
| | | | | SI | NO | S/I |
| 7.1 Servicios Básicos | | | | | | |
| a. En el atractivo | | | | b. En la ciudad o poblado más cercano | | |
| Agua: | | | | Agua | | |
| Especifique: EXTRAEN EL AGUA A TRAVES DE BOMBAS | | | | Especifique: | | |
| Energía eléctrica: | | | | Energía eléctrica | | |

| | |
|--------------------------|--------------|
| Especifique: RED PÚBLICA | Especifique: |
| Saneamiento: | Saneamiento: |

| | |
|-------------------------------------|-------------------------|
| Especifique: | Especifique: |
| Disposición de desechos | Disposición de desechos |
| Especifique: TIENEN BOTES DE BASURA | Especifique: |
| Observaciones: | |

7.2 Señalética en el atractivo

| 7.2.1 Ambiente | 7.2.2. Tipo | 7.2.3. Materialidad | | | | 7.2.4. Estado | | |
|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-------------|---------|-------------|---------------|---|---|
| | | a. Madera | b. Aluminio | c. Otro | Especifique | B | R | M |
| En áreas urbanas | Pictograma de atractivos naturales | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Pictograma de atractivos culturales | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Pictograma de actividades turísticas | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Pictograma de servicios de apoyo | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Pictogramas de restricción | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Tótems de atractivos turísticos | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Tótems de sitio | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Tótems direccionales | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| En áreas naturales <input type="checkbox"/> | Pictograma de atractivos naturales | 1 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Pictograma de atractivos culturales | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Pictograma de actividades turísticas | 1 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Pictograma de servicios de apoyo | 1 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Pictogramas de restricción | 2 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Señales turísticas de aproximación | 3 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Paneles de direccionamiento hacia atractivos | 3 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Panel informativo de atractivos | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Mesas interpretativas | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Tótem de sitio | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Tótem de direccionamiento | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| Letreros informativos <input type="checkbox"/> | De información botánica | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Normativos de concienciación | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| Señalética interna de seguridad | Protección de los elementos del atractivo | 1 | 0 | 0 | texto | | | |
| Otros | texto | | | | | | | |

Observaciones:

7.3 Salud (más cercano) (M)

| a. En el atractivo | | b. En la ciudad o poblado mas cercano | |
|--------------------------|---|---------------------------------------|---|
| Hospital o Clínica | 0 | Hospital o Clínica | 0 |
| Puesto / Centro de salud | 0 | Puesto / Centro de salud | 0 |

| | | | | | |
|---------------------------------------------------------|------|-------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|--|---|
| Dispensario médico | | 0 | Dispensario médico | | 0 |
| Botiquín de primeros auxilios | | 1 | Botiquín de primeros auxilios | | 0 |
| Otros | | 0 | Otros | | 0 |
| Observaciones: | | | | | |
| 7.4 Seguridad (M) | | | | | |
| a. Privada | alle | texto | | | |
| b. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/> | | La estación más cercana se encuentra a 3km en el sector más poblado de Loreto | | | |

| | | | | | |
|--------------------------------------|----|-------|--|--|--|
| c. Policía metropolitana / Municipal | De | texto | | | |
| d. Otra | | texto | | | |

Observaciones:

7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)

| a. En el atractivo | | | | b. En la ciudad o poblado mas cercano | | | |
|--------------------|-------------------------------------------|--------------------------------------------------|--|---------------------------------------|------------------|-------------------------------------------------------------|--|
| Telefonía (M) | | Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/> | | Telefonía (M) | | Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/> | |
| Fija | Línea telefónica <input type="checkbox"/> | Fibra óptica <input type="checkbox"/> | | Fija | Línea telefónica | Fibra óptica <input checked="" type="checkbox"/> | |
| Móvil | Satélite <input type="checkbox"/> | Redes inalámbricas | | Móvil | Satélite | Redes inalámbricas | |
| Satelital | Telefonía móvil | | | Satelital | Telefonía móvil | | |

Observaciones:

Radio portátil (U)

De uso exclusivo para el visitante De uso exclusivo para comunicación interna De uso exclusivo en caso de emergencia

Observaciones:

7.6 Multiamenazas (M)

Deslaves Sismos Erupciones volcánicas Incendios forestales

Sequía Inundaciones Aguajes Tsunami

¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? Institución que elaboró el documento: texto Nombre del documento: texto Año elaboración: de 0

Observaciones:

8. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI NO S/I

a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial? SI NO Año de elaboración: 2016

b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)? SI NO Especifique:

c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI NO Especifique:

d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI NO Especifique:

Observaciones:

9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI NO S/I

9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)

9.1.1 En el Agua (M)

| | | | | |
|-------------------|------------------|--------------------|---------------------------|-----------------------------------------|
| a. Buceo | b. Kayak de mar | c. Kayak lacustre | d. Kayak de Río | e. Surf |
| f. Kite surf | g. Rafting | h. Snorkel | i. Tubing | j. Regata |
| k. Paseo en panga | l. Paseo en bote | m. Paseo en lancha | n. Paseo en moto acuática | o. Parasailing <input type="checkbox"/> |

| | | | | | |
|------------------------------------------|---------------------------------|--------------------------|-------------------------------------|-------------------------------|------------------------------------------------|
| p. Esquí acuático | q. Banana flotante | r. Boya | s. Pesa deportiva | Otro <input type="checkbox"/> | texto |
| Observaciones: | | | | | |
| 9.1.2 En el Aire (M) | | | | | |
| a. Alas Delta | b. Canopy | c. Parapente | <input type="checkbox"/> | d. Otro | <input type="checkbox"/> texto |
| Observaciones: | | | | | |
| 9.1.3 En Superficie Terrestre (M) | | | | | |
| a. Montañismo | b. Escalada | c. Senderismo | <input checked="" type="checkbox"/> | d. Cicloturismo | e. Canyoning |
| f. Exploración de cuevas | g. Actividades Recreativas | h. Cabalgata | i. Caminata | j. Camping | <input checked="" type="checkbox"/> |
| k. Picnic | l. Observación de flora y fauna | m. Observación de astros | n. Otro | <input type="checkbox"/> | texto |
| Observaciones: | | | | | |
| 9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) | | | | | |

| | | | | | |
|----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|------------------------------------------|--------------------------|---------------------------------|--------------------------|
| 9.2.1 Tangibles e intangibles | | | | | |
| a. Recorridos guiados | <input checked="" type="checkbox"/> | b. Recorrido autoguiados | <input type="checkbox"/> | c. Visita a talleres artísticos | <input type="checkbox"/> |
| h. Participación en talleres artísticos | d. Visita a talleres artesanales | i. Participación en talleres artesanales | | | |
| e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales | f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. | i. Actividades vivenciales y/o lúdicas | | | |
| g. Presentaciones o representaciones en vivo | h. Muestras audiovisuales | g. Fotografía | | | |
| j. Degustación de platos tradicionales | l. Participación de la celebración | m. Compra de artesanías | | | |
| n. Convivencia | o. Medicina ancestral | Otro | <input type="checkbox"/> | texto | |
| Observaciones: | | | | | |

| | | | |
|-------------------------------------------------------|----------------------------------------|----|----|
| 10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO | SI <input checked="" type="checkbox"/> | NO | SI |
|-------------------------------------------------------|----------------------------------------|----|----|

10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)

| | | | |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|----------------------------------------|--------------|
| ¿Existe un plan de promoción turística cantonal? | SI <input type="checkbox"/> | NO <input checked="" type="checkbox"/> | Especifique: |
| ¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? | SI <input type="checkbox"/> | NO <input checked="" type="checkbox"/> | |

| Medio Promocional | Dirección y nombre de los medios promocionales | Periodicidad de la promoción |
|-----------------------------------------------|------------------------------------------------|------------------------------|
| a. Página WEB | URL: | |
| b. Red Social | Nombre: | |
| c. Revistas Especializadas | Nombre: | |
| d. Material POP | Nombre: | |
| e. Oficina de Información Turística | Nombre: | |
| f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) | Nombre: | |
| g. Asistencia a ferias turísticas | Nombre: | |
| h. Otro | Nombre: | |

Observaciones:

| | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|----------------------------------------|------------------------------------|
| 10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) | SI <input type="checkbox"/> | NO <input checked="" type="checkbox"/> | Especifique: texto |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|----------------------------------------|------------------------------------|

Observaciones:

| | | | |
|---------------------------------------------------|----------------------------------------|----|----|
| 11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) | SI <input checked="" type="checkbox"/> | NO | SI |
|---------------------------------------------------|----------------------------------------|----|----|

11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos

| | | | | | | |
|-------------------------------------------------|-----------------------------|----|----------------------------------------|--------------------------------|------------------|---|
| a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? | SI <input type="checkbox"/> | NO | Tipo: Digital <input type="checkbox"/> | Papel <input type="checkbox"/> | Años de registro | 0 |
|-------------------------------------------------|-----------------------------|----|----------------------------------------|--------------------------------|------------------|---|

| | | | |
|---------------------------------------------------------------|----|----------------------------------------|-----------------------------|
| b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? | SI | NO <input checked="" type="checkbox"/> | Frecuencia de los reportes: |
|---------------------------------------------------------------|----|----------------------------------------|-----------------------------|

| c. Temporalidad de visita al atractivo | | | | | | | | | | | | |
|----------------------------------------------------|-------------|-------------------|--------------------|------------------------------------|--------------------------|----------------------|--------------------------|--------------------|-------------------------------------|------------|--------------------------|-------------|
| Alta (meses) | Especifique | AGOSTO, DICIEMBRE | | | | Número de visitantes | 500 | | | | | |
| Baja (meses) | | ABRIL, MAYO | | | | | 60 | | | | | |
| d. Llegada de turistas | | | | | | | | | | | | |
| Turista nacional | | | Llegadas mensuales | Total anual | <input type="checkbox"/> | Turista extranjero | | Llegadas mensuales | Total Anual | | | |
| Ciudades de origen | EL COCA | 30 | 300 | Países de origen | texto | 0 | 0 | | | | | |
| | texto | 0 | 0 | | texto | 0 | 0 | | | | | |
| | texto | 0 | 0 | | texto | 0 | 0 | | | | | |
| Observaciones: | | | | | | | | | | | | |
| 11.2. Frecuencia de visita según informantes clave | | | | | | | | | | | | |
| Nombre del Informante Clave: MAÍAS AJÓN | | | | Contactos: texto | | | | | | | | |
| Demanda según días de visita | | | | Demanda según frecuencia de visita | | | | | | | | |
| Lunes a viernes | 15 | Fines de semana | 30 | Días feriados | 0 | Permanente | <input type="checkbox"/> | Estacional | <input checked="" type="checkbox"/> | Esporádica | <input type="checkbox"/> | Inexistente |
| Observaciones: | | | | | | | | | | | | |

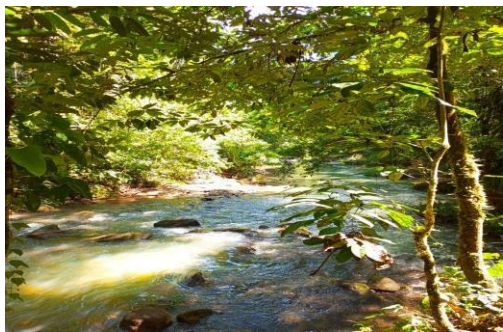
| 12. RECURSO HUMANO | | | | | | | | | | SI | <input type="checkbox"/> | NO | S/I |
|------------------------------------------------------------------------------|-------|--------------|----------------------------------------------------|---------------------|------|--------------------------------------------------------|---|---------|---|----------|--------------------------|----|-----|
| a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo | | | | | 1 | d. Número de personas especializadas en turismo | | | | | 2 | | |
| e. Número de personas con nivel de instrucción (M): | | | f. Número de personas capacitadas por temática (M) | | | g. Número de personas que manejan algún de Idiomas (M) | | | | | | | |
| Primaria | 0 | Secundaria | 5 | Primeros Auxilios | 1 | Hospitalidad | 0 | Inglés | 0 | Alemán | 0 | | |
| Tercer Nivel | 0 | Cuarto Nivel | 0 | Atención al Cliente | 0 | Guianza | 1 | Francés | 0 | Italiano | 0 | | |
| Otro | texto | | Sensibilización de discapacidades | 0 | Otro | texto | | Chino | 0 | Otro | | | |
| Observaciones: | | | | | | | | | | | | | |

13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

El río Shinguno lleva el nombre de un ancestro que residía en el área tiene aguas cristalinas que enamoran a los turistas. Para llegar a este río, se puede caminar por un sendero desde el Centro Turístico durante aproximadamente 15 minutos.

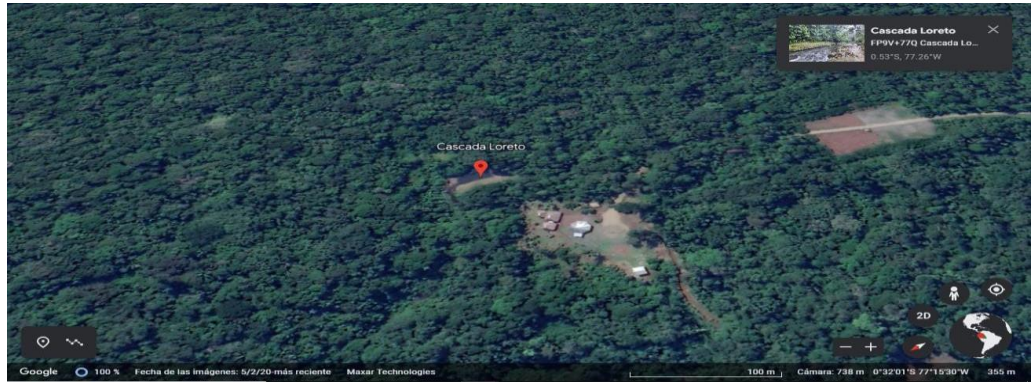
14. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente:

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente : https://earth.google.com/web/search/ishpingo+pakcha/@-0.53176743,-77.25694711,344.6660454a,555.59978342d,35y,124.48113662h,44.99681533t,0r/data-CmcaPRBUweDkxZDY1NTVjNTJlZTg2Njk6MHg4Mml4NkzOTEwZWl5YmZlKg5DYXNjWWRHExV0mV0bxgBIAEIJgokCWkwTpmx99O_EeHmEOv3-g_GZ68bmMSIVPAlcfW3BYZ1PA

| FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio) | | |
|-----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| ELABORADO POR: | VALIDADO POR: | APROBADO POR: |
| Apellido y Nombre | NAYELI CASTILLO | Apellido y Nombre |
| Institución | ESPOCH | Institución |
| Cargo | ESTUDIANTE | Cargo |
| Comeo Electrónico | castilolourdes014@gmail.com | Comeo Electrónico |
| Teléfono | | Teléfono |
| Firma | | Firma |
| Fecha | | Fecha |

Ficha N°2 Cascada Lora Pakcha

| FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------------------------------------------------|-----------|--------|---|---------------------|---------------------------------|---|------|------------|---------|----------------------|-----------|-----------------|-----------|---|---|---|---|
| Código del atractivo: | 2 | 2 | 0 | 4 | 5 | 3 | A | N | 0 | 5 | 0 | 4 | 0 | 2 | 0 | 0 | 3 |
| | Provincia | Cantón | | Parroquia | Categoría | | Tipo | | Subtipo | | Jerarquía | | Atractivo | | | | |
| 1. DATOS GENERALES | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.1 Nombre del Atractivo Turístico | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| CASCADA LORA PAKCHA | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.2 Categoría | | | | | 1.3 Tipo | | | | | 1.4 Subtipo | | | | | | | |
| ATRATIVOS_NATURALES | | | | | RÍOS | | | | | CASCADA | | | | | | | |
| 2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2.1 Provincia | | | | | 2.2 Cantón | | | | | 2.3 Parroquia | | | | | | | |
| ORELLANA | | | | | LORETO | | | | | SAN JOSE DE PAYAMINO | | | | | | | |
| 2.4 Barrio, Sector o Comuna | | | | 2.5 Calle Principal | | | | 2.6 Número | | | | 2.7 Transversal | | | | | |
| JUAN PÍO MONTUFAR | | | | VÍA LORETO | | | | | | | | N/A | | | | | |
| 2.8 Latitud (grados decimales) | | | | | 2.9 Longitud (grados decimales) | | | | | 2.10 Altura (msnm) | | | | | | | |
| -25° 67' 5" H5Z | | | | | -99° 39' 4" | | | | | 298 | | | | | | | |
| 2.11 Información del administrador | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-------------------------------------------------|---------------------------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------------------|
| a. Tipo de Administrador: PRIVADO | | b. Nombre de la Institución: | | | | | | | |
| c. Nombre del Administrador: MATÍAS FRANCISCO AJÓN | | d. Cargo que ocupa: PRESIDENTE | | | | | | | |
| e. Teléfono / Celular: | | f. Correo Electrónico: | | | | | | | |
| Observaciones: | | | | | | | | | |
| 3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO | | | | | | | | | |
| 3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | | | | |
| a. Clima: FUENTES OFICIALES Y ACTUALIZADA | | b. Temperatura(°C): 25°C | | c. Precipitación Pluviométrica (mm): 2800 | | | | | |
| 3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | | | | |
| a. Cultura <input type="checkbox"/> | | b. Naturaleza <input checked="" type="checkbox"/> | | c. Aventura <input type="checkbox"/> | | | | | |
| 3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | | | | |
| a. Prístino <input type="checkbox"/> | | b. Primitivo <input type="checkbox"/> | | c. Rústico Natural <input type="checkbox"/> | | d. Rural <input checked="" type="checkbox"/> | e. Urbano <input type="checkbox"/> | | |
| 3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | | | | |
| a. Tipo de Ingreso | | b. Horario de Atención | | c. Atención | | | | | |
| | | Ingreso | Salida | Todos los días | Fines de semana v feriados | Solo días hábiles | Otro | Especificar | |
| Libre <input type="checkbox"/> | | 0:00 | 0:00 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | texto | |
| Restringido <input type="checkbox"/> | | 0:00 | 0:00 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | texto | |
| Pagado <input checked="" type="checkbox"/> | | 9:00 | 16:30 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | texto | |
| d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/> | | e. Precio: Desde 0,50 Hasta 1,50 | | f. Forma de Pago: | | Efectivo <input checked="" type="checkbox"/> | Dinero Electrónico <input type="checkbox"/> | Depósito Bancario <input type="checkbox"/> | Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/> |
| | | | | Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/> | | Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/> | | Cheque <input type="checkbox"/> | |
| g. Meses recomendables de visita: | | TODOS LOS DÍAS DEL AÑO | | | | | | | |
| Observaciones: DETERMINAR CASOS ESPECIALES DE HORARIOS Y/O CIRCUNSTANCIAS | | | | | | | | | |
| 4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | |
| a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios): | | | | | | Comuna Juan Pío Montufar | | | |
| b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano: | | 3 km | c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto: | 5:00 min | d. Coordenadas (grados decimales): Lat.: 0 Long.: 0 | | | | |
| Observaciones: HACER REFERENCIA ALGÚN SITIO DE INTERÉS, TOMAR COORDENAS Y DETERMINAR LA DISTANCIA AL ATRACTIVO | | | | | | | | | |
| 4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | | | | |
| | | Tipo de vía | Coordenada de inicio | Coordenada de fin | Distancia (km) | Tipo de material | Estado | | |
| a. Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/> | | a. Primer orden <input checked="" type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | | b. Segundo orden <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | | c. Tercer orden <input checked="" type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| Observaciones: | | | | | | | | | |
| b. Acuático (U) <input type="checkbox"/> | | Marítimo <input type="checkbox"/> | Puerto / Muelle de partida | texto | Estado | Puerto / Muelle de Llegada | texto | Estado | |
| | | Lacustre <input type="checkbox"/> | Puerto / Muelle de partida | texto | | Puerto / Muelle de Llegada | texto | | |
| | | Fluvial <input type="checkbox"/> | Puerto / Muelle de partida | texto | | Puerto / Muelle de Llegada | texto | | |
| Observaciones: | | | | | | | | | |
| c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/> | | Nacional: <input type="checkbox"/> | | Internacional: <input type="checkbox"/> | | | | | |
| Observaciones: | | | | | | | | | |
| 4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | | | | |
| a. Bus <input checked="" type="checkbox"/> | b. Buseta <input checked="" type="checkbox"/> | c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/> | d. Taxi <input type="checkbox"/> | e. Moto taxi <input type="checkbox"/> | f. Teleférico <input type="checkbox"/> | | | | |
| g. Lancha <input type="checkbox"/> | h. Bote <input type="checkbox"/> | i. Barco <input type="checkbox"/> | j. Canoa <input type="checkbox"/> | k. Avión <input type="checkbox"/> | l. Avioneta <input type="checkbox"/> | | | | |

| m. Helicóptero | | n. Otro | | Especifique | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|--------------------------------------------------|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|--------------------------------------------------------|------------------|
| Observaciones: | | | | | | | |
| 4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | | |
| a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio | b. Estación / terminal | c. Frecuencia | | | | d. Detalle (Traslado origen / destino) | |
| | | Diaría | Semanal | Mensual | Eventual | | |
| CIUDAD DEL COCA | COCA EP | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | FRECUENCIA | |
| ALEJANDRO LABAKA | COCA EP | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | FRECUENCIA | |
| JUMANDY | COCA EP | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | FRECUENCIA | |
| GRAN SUMACO | COCA EP | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | FRECUENCIA | |
| BAÑOS | COCA EP | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | FRECUENCIA | |
| 4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | | |
| a. Accesibilidad motriz <input type="checkbox"/> | | b. Accesibilidad visual <input type="checkbox"/> | | c. Accesibilidad auditiva <input type="checkbox"/> | | d. No es accesible <input checked="" type="checkbox"/> | |
| Observaciones: | | | | | | | |
| 4.5 Señalización <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | | |
| a. Señalización de aproximación al atractivo <input checked="" type="checkbox"/> | | Estado (U) | | Bueno <input type="checkbox"/> | | Regular <input checked="" type="checkbox"/> | |
| Observaciones: | | | | | | | |
| 5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/> | | | | | | | |
| 5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | | |
| a. En el Atractivo <input checked="" type="checkbox"/> | | | | b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/> | | | |
| Alojamiento <input type="checkbox"/> | Establecimientos registrados | Número de Habitaciones | Número de Plazas | Alojamiento <input checked="" type="checkbox"/> | Establecimientos registrados | Número de Habitaciones | Número de Plazas |

| | | | | | | | | | |
|----------------------------------------------------------------|-------------------------------------|-----------------|------------------|--------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|--------------------------|------------------|---|---|
| Hotel | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | Hotel | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 |
| Hostal | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | Hostal | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 |
| Hostería | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | Hostería | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 |
| Hacienda Turística | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | Hacienda Turística | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 |
| Lodge | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | Lodge | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 |
| Resort | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | Resort | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 |
| Refugio | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | Refugio | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 |
| Campamento Turístico | <input checked="" type="checkbox"/> | 1 | 0 | 0 | Campamento Turístico | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 |
| Casa de Huéspedes | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | Casa de Huéspedes | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 |
| Observaciones: DEMAS ALOJAMIENTOS NO CERTIFICADOS | | | | | Observaciones: DEMAS ALOJAMIENTOS NO CERTIFICADOS | | | | |
| Alimentos y bebidas <input checked="" type="checkbox"/> | Establecimientos registrados | Número de Mesas | Número de Plazas | Alimentos y bebidas <input type="checkbox"/> | Establecimientos registrados | Número de Mesas | Número de Plazas | | |
| Restaurantes | <input checked="" type="checkbox"/> | 1 | 6 | 20 | Restaurantes | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 |
| Cafeterías | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | Cafeterías | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 |
| Bares | <input checked="" type="checkbox"/> | 1 | 0 | 0 | Bares | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 |
| Fuentes de soda | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | Fuentes de soda | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 |
| Observaciones: DEMAS ESTABLECIMIENTOS NO CERTIFICADOS | | | | | Observaciones: DEMAS ESTABLECIMIENTOS NO CERTIFICADOS | | | | |
| Agencias de Viaje <input type="checkbox"/> | Establecimientos registrados | | | Agencias de Viaje <input checked="" type="checkbox"/> | Establecimientos registrados | | | | |
| Mayoristas | <input type="checkbox"/> | 0 | | | Mayoristas | <input type="checkbox"/> | 0 | | |
| Internacionales | <input type="checkbox"/> | 0 | | | Internacionales | <input type="checkbox"/> | 0 | | |
| Operadoras | <input type="checkbox"/> | 0 | | | Operadoras | <input type="checkbox"/> | | | |

| Observaciones: | | | | | Observaciones: | | | | | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|------------------------|---------------|-------------------------|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|----------|---|
| Guía | Local | Nacional | Nacional Especializado | Cultura | 0 | Guía | Local | Nacional | Nacional Especializado | Cultura | 0 |
| <input checked="" type="checkbox"/> | 2 | 0 | 0 | Aventura | 0 | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | Aventura | 0 |
| Observaciones: | | | | | Observaciones: | | | | | | |
| 5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | |
| Categoría (M) | Tipo (M) | Cantidad | Coordenadas | Administrador | Accesibilidad universal | Estado (U) | | | | | |
| a. De apoyo a la gestión turística <input checked="" type="checkbox"/> | Punto de Información | <input checked="" type="checkbox"/> | 1 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | |
| | I-Tur | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | texto | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | |
| | Centro de interpretación | <input checked="" type="checkbox"/> | 1 | 0 | ASOCIACIÓN | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | |
| | Centro de facilitación turística | <input checked="" type="checkbox"/> | 1 | 0 | texto | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | |
| | Centro de recepción de visitantes | <input checked="" type="checkbox"/> | 0 | 0 | ASOCIACIÓN | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | |
| b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/> | Garitas de guardiana | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | |
| | Miradores | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | |
| | Torres de avistamiento de aves | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | |
| | Torres de vigilancia para salvavidas | <input checked="" type="checkbox"/> | 0 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | |
| c. De recorrido y descanso <input checked="" type="checkbox"/> | Senderos | <input type="checkbox"/> | 1 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | |
| | Estaciones de sombra y descanso | <input checked="" type="checkbox"/> | 0 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | |
| | Áreas de acampar | <input type="checkbox"/> | 1 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | |
| | Refugio de alta montaña | <input checked="" type="checkbox"/> | 0 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | |
| d. De servicio <input checked="" type="checkbox"/> | Baterías sanitarias | <input checked="" type="checkbox"/> | 1 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | |
| | Estacionamientos | <input type="checkbox"/> | 1 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | |
| e. Otros | <input type="checkbox"/> | | 0 | 0 | texto | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|--|-------------------------------------------------------------------|--|------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|--|
| Observaciones: | | | | | | | | | | | |
| 5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | |
| a. En el Atractivo <input type="checkbox"/> | | | | | | b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/> | | | | | |
| Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/> | | | Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/> | | | Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/> | | | Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/> | | |
| Casa de cambio <input checked="" type="checkbox"/> | | Cajero automático <input type="checkbox"/> | | Otro <input type="checkbox"/> | | Casa de cambio <input type="checkbox"/> | | Cajero automático <input type="checkbox"/> | | Otro <input type="checkbox"/> | |
| Especifique: texto | | | | | | Especifique: texto | | | | | |
| Observaciones: | | | | | | | | | | | |
| 6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | |
| 6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | |
| a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/> | | | b. Alterado <input type="checkbox"/> | | | c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> | | | d. Deteriorado <input type="checkbox"/> | | |
| Observaciones: | | | | | | | | | | | |
| 6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M) | | | | | | | | | | | |
| 6.1.1.1 Naturales (M) | | | | | | 6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M) | | | | | |
| a. Erosión <input type="checkbox"/> | | b. Humedad <input type="checkbox"/> | | c. Desastres naturales <input checked="" type="checkbox"/> | | d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/> | | e. Clima <input type="checkbox"/> | | f. Actividades agrícolas y ganaderas <input checked="" type="checkbox"/> | |
| | | | | | | g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/> | | h. Condiciones de uso y exposición <input checked="" type="checkbox"/> | | i. Falta de mantenimiento <input checked="" type="checkbox"/> | |
| | | | | | | j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/> | | k. Generación de residuos <input checked="" type="checkbox"/> | | l. Expansión urbana <input type="checkbox"/> | |
| | | | | | | m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/> | | n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/> | | o. Vandalismo <input type="checkbox"/> | |

| | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| Otro | | Especifique: | |
| Observaciones: | | | |
| 6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/> | | | |
| a. Conservado | <input checked="" type="checkbox"/> | b. Alterado | <input type="checkbox"/> |
| c. En proceso de deterioro | <input type="checkbox"/> | d. Deteriorado | <input type="checkbox"/> |
| Observaciones: | | | |
| 6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M) | | | |
| 6.2.1.1 Naturales (M) | | 6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M) | |
| a. Erosión | <input type="checkbox"/> | a. Actividades agrícolas y ganaderas | <input checked="" type="checkbox"/> |
| b. Humedad | <input type="checkbox"/> | b. Actividades forestales | <input checked="" type="checkbox"/> |
| c. Desastres naturales | <input checked="" type="checkbox"/> | c. Actividades extractivas / minería | <input type="checkbox"/> |
| d. Flora/Fauna | <input type="checkbox"/> | d. Actividades industriales | <input checked="" type="checkbox"/> |
| e. Clima | <input type="checkbox"/> | e. Negligencia / abandono | <input type="checkbox"/> |
| | | f. Huaquearfa | <input type="checkbox"/> |
| | | g. Conflicto de tenencia | <input type="checkbox"/> |
| | | h. Condiciones de uso y exposición | <input type="checkbox"/> |
| | | i. Falta de mantenimiento | <input type="checkbox"/> |
| | | j. Contaminación del ambiente | <input checked="" type="checkbox"/> |
| | | k. Generación de residuos | <input type="checkbox"/> |
| | | l. Expansión urbana | <input type="checkbox"/> |
| | | m. Conflicto político / social | <input type="checkbox"/> |
| | | n. Desarrollo industrial / comercial | <input type="checkbox"/> |
| | | o. Vandalismo | <input type="checkbox"/> |
| Otro | | <input type="checkbox"/> | |
| Especifique: | | | |
| Observaciones: | | | |
| 6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input checked="" type="checkbox"/> | | | |
| a. Declarante: | b. Denominación: | b. Fecha de declaración: | c. Alcance: |
| Observaciones: | | | |
| 7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/> | | | |
| 7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/> | | | |
| a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/> | | b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/> | |
| Agua: | <input checked="" type="checkbox"/> | Agua | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Especifique: | EXTRAEN EL AGUA A TRAVES DE BOMBAS | Especifique: | |
| Energía eléctrica: | <input checked="" type="checkbox"/> | Energía eléctrica | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Especifique: | RED PÚBLICA | Especifique: | |
| Saneamiento: | <input type="checkbox"/> | Saneamiento: | <input type="checkbox"/> |

| Especifique: | | Especifique: | | | | | | |
|---------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------|-------------|---------|-------------|---------------|---|---|
| Disposición de desechos | | Disposición de desechos | | | | | | |
| Especifique: TIENEN BOTES DE BASURA | | Especifique: | | | | | | |
| Observaciones: | | | | | | | | |
| 7.2 Señalética en el atractivo | | | | | | | | |
| 7.2.1 Ambiente | 7.2.2. Tipo | 7.2.3. Materialidad | | | | 7.2.4. Estado | | |
| | | a. Madera | b. Aluminio | c. Otro | Especifique | B | R | M |
| En áreas urbanas | Pictograma de atractivos naturales | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Pictograma de atractivos culturales | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Pictograma de actividades turísticas | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Pictograma de servicios de apoyo | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Pictogramas de restricción | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Tótems de atractivos turísticos | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Tótems de sitio | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Tótems direccionales | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Pictograma de atractivos naturales | 1 | 0 | 0 | texto | | | |

| | | | | | | |
|-----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|-------|--|
| En áreas naturales <input checked="" type="checkbox"/> | Pictograma de atractivos culturales | 0 | 0 | 0 | texto | |
| | Pictograma de actividades turísticas | 1 | 0 | 0 | texto | |
| | Pictograma de servicios de apoyo | 1 | 0 | 0 | texto | |
| | Pictogramas de restricción | 2 | 0 | 0 | texto | |
| | Señales turísticas de aproximación | 3 | 0 | 0 | texto | |
| | Paneles de direccionamiento hacia atractivos | 3 | 0 | 0 | texto | |
| | Panel informativo de atractivos | 0 | 0 | 0 | texto | |
| | Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades | 0 | 0 | 0 | texto | |
| | Mesas interpretativas | 0 | 0 | 0 | texto | |
| | Tótem de sitio | 0 | 0 | 0 | texto | |
| | Tótem de direccionamiento | 0 | 0 | 0 | texto | |
| Leteros informativos <input type="checkbox"/> | De información botánica | 0 | 0 | 0 | texto | |
| | Normativos de concienciación | 0 | 0 | 0 | texto | |
| Señalética interna de seguridad | Protección de los elementos del atractivo | 1 | 0 | 0 | texto | |
| Otros | texto | | | | | |

Observaciones:

7.3 Salud (más cercano) (M)

| a. En el atractivo | | | b. En la ciudad o poblado mas cercano | | |
|-------------------------------|----------|---|---------------------------------------|--|---|
| Hospital o Clínica | Cantidad | 0 | Hospital o Clínica | | 0 |
| Puesto / Centro de salud | | 0 | Puesto / Centro de salud | | 0 |
| Dispensario médico | | 0 | Dispensario médico | | 0 |
| Botiquín de primeros auxilios | | 1 | Botiquín de primeros auxilios | | 0 |
| Otros | | 0 | Otros | | 0 |

Observaciones:

7.4 Seguridad (M)

| | | |
|---------------------------------------------------------|------|-------|
| a. Privada | alle | texto |
| b. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/> | | texto |

| | | |
|---------------------------------------------------------------|----|-------|
| c. Policía metropolitana / Municipal <input type="checkbox"/> | De | texto |
| d. Otra <input type="checkbox"/> | | texto |

Observaciones:

7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)

| a. En el atractivo <input type="checkbox"/> | | | b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/> | | |
|---------------------------------------------|--------------------------------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| Telefonía (M) <input type="checkbox"/> | Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/> | | Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/> | Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/> | |
| Fija <input type="checkbox"/> | Línea telefónica <input type="checkbox"/> | Fibra óptica <input type="checkbox"/> | Fija <input type="checkbox"/> | Línea telefónica <input checked="" type="checkbox"/> | Fibra óptica <input checked="" type="checkbox"/> |
| Móvil <input type="checkbox"/> | Satélite <input type="checkbox"/> | Redes inalámbricas <input type="checkbox"/> | Móvil <input checked="" type="checkbox"/> | Satélite <input type="checkbox"/> | Redes inalámbricas <input type="checkbox"/> |
| Satelital <input type="checkbox"/> | Telefonía móvil <input type="checkbox"/> | | Satelital <input checked="" type="checkbox"/> | Telefonía móvil <input checked="" type="checkbox"/> | |

Observaciones:

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| Radio portátil (U) | <input checked="" type="checkbox"/> |
| De uso exclusivo para el visitante | <input type="checkbox"/> |
| De uso exclusivo para comunicación interna | <input checked="" type="checkbox"/> |
| De uso exclusivo en caso de emergencia | <input type="checkbox"/> |
| Observaciones: | |
| 7.6 Multiamenazas (M) <input type="checkbox"/> | |
| Deslaves | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Sismos | <input type="checkbox"/> |
| Erupciones volcánicas | <input type="checkbox"/> |
| Incendios forestales | <input type="checkbox"/> |
| Sequía | <input type="checkbox"/> |
| Inundaciones | <input type="checkbox"/> |
| Aguajes | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Tsunami | <input type="checkbox"/> |
| ¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? | <input type="checkbox"/> |
| Institución que elaboró el documento. | texto |
| Nombre del documento: | texto |
| Año de elaboración: | 0 |
| Observaciones: | |
| 8. POLÍTICAS Y REGULACIONES SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/> | |
| a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial? | SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Año de elaboración: 2016 |
| b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)? | SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique: |
| | |
| c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? | SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique: |
| | |
| d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? | SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique: |
| | |
| Observaciones: | |
| 9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/> | |
| 9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input checked="" type="checkbox"/> | |
| 9.1.1 En el Agua (M) <input checked="" type="checkbox"/> | |
| a. Buceo | <input type="checkbox"/> |
| b. Kayak de mar | <input type="checkbox"/> |
| c. Kayak lacustre | <input type="checkbox"/> |
| d. Kayak de Río | <input checked="" type="checkbox"/> |
| e. Surf | <input type="checkbox"/> |
| f. Kite surf | <input type="checkbox"/> |
| g. Rafting | <input type="checkbox"/> |
| h. Snorkel | <input type="checkbox"/> |
| i. Tubing | <input type="checkbox"/> |
| j. Regata | <input type="checkbox"/> |
| k. Paseo en panga | <input type="checkbox"/> |
| l. Paseo en bote | <input checked="" type="checkbox"/> |
| m. Paseo en lancha | <input type="checkbox"/> |
| n. Paseo en moto acuática | <input type="checkbox"/> |
| o. Parasailing | <input type="checkbox"/> |
| p. Esquí acuático | <input type="checkbox"/> |
| q. Banana flotante | <input type="checkbox"/> |
| r. Boya | <input type="checkbox"/> |
| s. Pesa deportiva | <input type="checkbox"/> |
| Otro | <input type="checkbox"/> texto |
| Observaciones: | |
| 9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/> | |
| a. Alas Delta | <input type="checkbox"/> |
| b. Canopy | <input type="checkbox"/> |
| c. Parapente | <input type="checkbox"/> |
| d. Otro | <input type="checkbox"/> texto |
| Observaciones: | |
| 9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/> | |
| a. Montañismo | <input type="checkbox"/> |
| b. Escalada | <input type="checkbox"/> |
| c. Senderismo | <input checked="" type="checkbox"/> |
| d. Cicloturismo | <input type="checkbox"/> |
| e. Canyoning | <input type="checkbox"/> |
| f. Exploración de cuevas | <input type="checkbox"/> |
| g. Actividades Recreativas | <input checked="" type="checkbox"/> |
| h. Cabalgata | <input checked="" type="checkbox"/> |
| i. Caminata | <input type="checkbox"/> |
| j. Camping | <input checked="" type="checkbox"/> |
| k. Picnic | <input checked="" type="checkbox"/> |
| l. Observación de flora y fauna | <input type="checkbox"/> |
| m. Observación de astros | <input type="checkbox"/> |
| n. Otro | <input type="checkbox"/> texto |
| Observaciones: | |
| 9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input checked="" type="checkbox"/> | |

| | |
|-------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| 9.2.1 Tangibles e intangibles <input checked="" type="checkbox"/> | |
| a. Recorridos guiados | <input checked="" type="checkbox"/> |
| b. Recorrido autoguiados | <input type="checkbox"/> |
| c. Visita a talleres artísticos | <input type="checkbox"/> |
| h. Participación en talleres artísticos | <input type="checkbox"/> |
| d. Visita a talleres artesanales | <input type="checkbox"/> |
| i. Participación en talleres artesanales | |
| e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales | <input type="checkbox"/> |
| f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. | <input type="checkbox"/> |
| i. Actividades vivenciales y/o lúdicas | |
| g. Presentaciones o representaciones en vivo | <input type="checkbox"/> |
| h. Muestras audiovisuales | <input type="checkbox"/> |
| g. Fotografía | |
| j. Degustación de platos tradicionales | <input checked="" type="checkbox"/> |
| l. Participación de la celebración | <input type="checkbox"/> |
| m. Compra de artesanías | |

-
-
-
-

| | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| n. Convivencia | o. Medicina ancestral | Otro <input type="checkbox"/> | texto |
| Observaciones: | | | |
| 10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO | | SI <input checked="" type="checkbox"/> | NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/> |
| 10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M) | | | |
| ¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique: | | | |
| ¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> | | | |
| Medio Promocional | Dirección y nombre de los medios promocionales | Periodicidad de la promoción | |
| a. Página WEB <input checked="" type="checkbox"/> | URL: | | |
| b. Red Social <input checked="" type="checkbox"/> | Nombre: | | |
| c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/> | Nombre: | | |
| d. Material POP <input type="checkbox"/> | Nombre: | | |
| e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/> | Nombre: | | |
| f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/> | Nombre: | | |
| g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/> | Nombre: | | |
| h. Otro <input type="checkbox"/> | Nombre: | | |
| Observaciones: | | | |
| 10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) | | SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> | Especifique: texto |
| Observaciones: | | | |
| 11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) | | SI <input checked="" type="checkbox"/> | NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/> |
| 11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input checked="" type="checkbox"/> | | | |
| a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro 0 | | | |
| b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Frecuencia de los reportes: | | | |
| c. Temporalidad de visita al atractivo | | | |
| Alta (meses) <input checked="" type="checkbox"/> | Especifique | AGOSTO, DICIEMBRE | Número de visitantes 500 |
| Baja (meses) <input checked="" type="checkbox"/> | | ABRIL, MAYO | 60 |
| d. Llegada de turistas | | | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Turista nacional | | Llegadas mensuales | Total anual |
| <input type="checkbox"/> Turista extranjero | | Llegadas mensuales | Total Anual |
| Ciudades de origen | EL COCA | 30 | 300 |
| | texto | 0 | 0 |
| | texto | 0 | 0 |
| Países de origen | texto | 0 | 0 |
| | texto | 0 | 0 |
| | texto | 0 | 0 |
| Observaciones: | | | |
| 11.2. Frecuencia de visita según informantes clave <input checked="" type="checkbox"/> | | | |
| Nombre del Informante Clave: MAÍAS AJÓN | | Contactos: texto | |
| Demanda según días de visita <input checked="" type="checkbox"/> | | Demanda según frecuencia de visita <input checked="" type="checkbox"/> | |
| Lunes a viernes 15 | Fines de semana 30 | Días feriados 0 | Permanente <input type="checkbox"/> Estacional <input checked="" type="checkbox"/> Esporádica <input type="checkbox"/> Inexistente <input type="checkbox"/> |
| Observaciones: | | | |

| | | | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| 12. RECURSO HUMANO | | SI <input type="checkbox"/> | NO <input checked="" type="checkbox"/> | S/I <input type="checkbox"/> |
| a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo <input checked="" type="checkbox"/> | | 1 | d. Número de personas especializadas en turismo <input checked="" type="checkbox"/> | |
| e. Número de personas con nivel de instrucción (M): <input checked="" type="checkbox"/> | | f. Número de personas capacitadas por temática (M) <input checked="" type="checkbox"/> | | g. Número de personas que manejan algún de Idiomas (M) <input checked="" type="checkbox"/> |

| | | | | | | | | | | | |
|--------------|-------|--------------|---|-----------------------------------|---|--------------|-------|---------|---|----------|---|
| Primaria | 0 | Secundaria | 5 | Primeros Auxilios | 1 | Hospitalidad | 0 | Inglés | 0 | Alemán | 0 |
| Tercer Nivel | 0 | Cuarto Nivel | 0 | Atención al Cliente | 0 | Guianza | 1 | Francés | 0 | Italiano | 0 |
| Otro | texto | | | Sensibilización de discapacidades | 0 | Otro | texto | Chino | 0 | Otro | |

Observaciones:

13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

El nombre "Loma Pakcha" se deriva de la gran cantidad de loros que llegan en el mes de marzo para reproducirse, y "Pakcha" en el idioma Kichwa que significa cascada. Desde el centro turístico, se requiere descender durante 25 minutos para llegar a la cascada. Esta cascada tiene una caída de 3 metros.

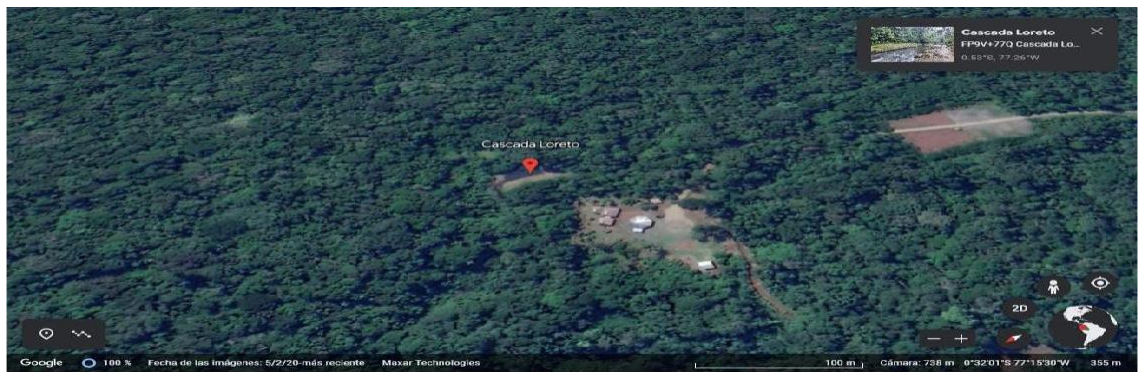
14. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente:

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: https://earth.google.com/web/search/ishpingo+pakcha/@-0.53176743,-77.256947,11.3446660454a55559978342d35y,12.4.48113662h44.996815331,0r/data=CmcaPRI3CiUweDoxZDY1NTVNTJlZlZg2Njk6MHg4Mm14NjkzOTewZw15YmZiKp5DYXNjYWRhIEVcmVUbXg6IEEjgokCkwwlpmx990_eEhfmEUV3-q_Gz68BmMStVFAicfW3BYZ1PA

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

| ELABORADO POR: | VALIDADO POR: | APROBADO POR: |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| Apellido y Nombre | NAYELI CASTILLO | Apellido y Nombre |
| Institución | ESPOCH | Institución |
| Cargo | ESTUDIANTE | Cargo |
| Correo Electrónico | castiloloures014@gmail.com | Correo Electrónico |
| Teléfono | | Teléfono |
| Firma | | Firma |
| Fecha | | Fecha |

Ficha N°3 Cascada Ishpingo Pakcha I

| FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------------------------|------------|------------------------|---------------------------------------------------|----------------------------------------------|-------------------|---------------------------------------------|-------------|---------------------------------------------|---------|-------------------|----------------------------------------------|---|------------------------------------|---|---|--|
| Código del atractivo: | 2 | 2 | 0 | 4 | 5 | 3 | A | N | 0 | 5 | 0 | 4 | 0 | 2 | 0 | 0 | 3 | |
| | Provincia | | Cantón | | Parroquia | | Categoría | | Tipo | | Subtipo | | Jerarquía | | Atractivo | | | |
| 1. DATOS GENERALES | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.1 Nombre del Atractivo Turístico | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| CASCADA WAIRA PAKCHA | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.2 Categoría | | | | | 1.3 Tipo | | | | | 1.4 Subtipo | | | | | | | | |
| ATRATIVOS_NATURALES | | | | | RÍOS | | | | | CASCADA | | | | | | | | |
| 2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2.1 Provincia | | | | | 2.2 Cantón | | | | | 2.3 Parroquia | | | | | | | | |
| ORELLANA | | | | | LORETO | | | | | SAN JOSE DE PAYAMINO | | | | | | | | |
| 2.4 Barrio, Sector o Comuna | | | | | 2.5 Calle Principal | | | | | 2.6 Número | | | 2.7 Transversal | | | | | |
| JUAN PÍO MONTUFAR | | | | | VÍA LORETO | | | | | | | | N/A | | | | | |
| 2.8 Latitud (grados decimales) | | | | | 2.9 Longitud (grados decimales) | | | | | 2.10 Altura (msnm) | | | | | | | | |
| -25° 67' 5" H5Z | | | | | 99° 39' 4" | | | | | 298 | | | | | | | | |
| 2.11 Información del administrador | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| a. Tipo de Administrador: PRIVADO | | | | | b. Nombre de la Institución: | | | | | | | | | | | | | |
| c. Nombre del Administrador: MATÍAS FRANCISCO AJÓN | | | | | d. Cargo que ocupa: PRESIDENTE | | | | | | | | | | | | | |
| e. Teléfono / Celular: | | | | | f. Correo Electrónico: | | | | | | | | | | | | | |
| Observaciones: | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.1 Características climatólogicas | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| a. Clima: FUENTES OFICIALES Y ACTUALIZADA | | | | | b. Temperatura(°C): 25°C | | | | | c. Precipitación Pluviométrica (mm): 2800 | | | | | | | | |
| 3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| a. Cultura <input type="checkbox"/> | | | | | b. Naturaleza <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | c. Aventura <input type="checkbox"/> | | | | | | | | |
| 3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| a. Prístino <input type="checkbox"/> | | | | | b. Primitivo <input type="checkbox"/> | | | | | c. Rústico Natural <input type="checkbox"/> | | | d. Rural <input checked="" type="checkbox"/> | | e. Urbano <input type="checkbox"/> | | | |
| 3.4 Ingreso al atractivo (U) | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| a. Tipo de Ingreso | | b. Horario de Atención | | | c. Atención | | | | | | | | | | | | | |
| | | Ingreso | Salida | | Todos los días | Fines de semana y feriados | Solo días hábiles | Otro | Especificar | | | | | | | | | |
| Libre | | 0:00 | 0:00 | | | | | | texto | | | | | | | | | |
| Restringido | | 0:00 | 0:00 | | | | | | texto | | | | | | | | | |
| Pagado | | 9:00 | 16:30 | | | | | | texto | | | | | | | | | |
| d. Maneja un sistema de reservas: | | | | f. Forma de Pago: | | Efectivo <input checked="" type="checkbox"/> | | Dinero Electrónico <input type="checkbox"/> | | Depósito Bancario | | Tarjeta de Débito | | | | | | |
| e. Precio: | | Desde 0,50 | Hasta 1,50 | | | Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/> | | Transferencia Bancaria | | Cheque | | | | | | | | |
| g. Meses recomendables de visita: | | | | TODOS LOS DÍAS DEL AÑO | | | | | | | | | | | | | | |
| Observaciones: DETERMINAR CASOS ESPECIALES DE HORARIOS Y/O CIRCUNSTANCIAS | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-----------------------------------------------|-------------------|------------------------------------|--------------------------|----------|--|
| a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios): | | | | | Comuna Juan Pío Montufar | | |
| b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano: | 3 km | c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto: | 5:00 min | d. Coordenadas (grados decimales): | Lat.: 0 | Long.: 0 | |
| Observaciones: HACER REFERENCIA ALGÚN SITIO DE INTERÉS, TOMAR COORDENAS Y DETERMINAR LA DISTANCIA AL ATRACTIVO | | | | | | | |
| 4.2 Vías de Acceso (M) | | | | | | | |
| a. Terrestre (M) | Tipo de vía | Coordenada de inicio | Coordenada de fin | Distancia (km) | Tipo de material | Estado | |
| | a. Primer orden | 0 | 0 | 0 | texto | | |
| | b. Segundo orden | 0 | 0 | 0 | texto | | |

| | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------|-------------------------------------------------------|------------------------------|------------------------------|------------------|----------|------------------------|----------|---|
| Hotel | 0 | 0 | 0 | Hotel | 0 | 0 | 0 | | | | |
| Hostal | 0 | 0 | 0 | Hostal | 0 | 0 | 0 | | | | |
| Hostería | 0 | 0 | 0 | Hostería | 0 | 0 | 0 | | | | |
| Hacienda Turística | 0 | 0 | 0 | Hacienda Turística | 0 | 0 | 0 | | | | |
| Lodge | 0 | 0 | 0 | Lodge | 0 | 0 | 0 | | | | |
| Resort | 0 | 0 | 0 | Resort | 0 | 0 | 0 | | | | |
| Refugio | 0 | 0 | 0 | Refugio | 0 | 0 | 0 | | | | |
| Campamento Turístico | 1 | 0 | 0 | Campamento Turístico | 0 | 0 | 0 | | | | |
| Casa de Huéspedes | 0 | 0 | 0 | Casa de Huéspedes | 0 | 0 | 0 | | | | |
| Observaciones: DEMAS ALOJAMIENTOS NO CERTIFICADOS | | | | Observaciones: DEMAS ALOJAMIENTOS NO CERTIFICADOS | | | | | | | |
| Alimentos y bebidas | Establecimientos registrados | Número de Mesas | Número de Plazas | Alimentos y bebidas | Establecimientos registrados | Número de Mesas | Número de Plazas | | | | |
| Restaurantes | 1 | 6 | 20 | Restaurantes | 0 | 0 | 0 | | | | |
| Cafeterías | 0 | 0 | 0 | Cafeterías | 0 | 0 | 0 | | | | |
| Bares | 1 | 0 | 0 | Bares | 0 | 0 | 0 | | | | |
| Fuentes de soda | 0 | 0 | 0 | Fuentes de soda | 0 | 0 | 0 | | | | |
| Observaciones: DEMAS ESTABLECIMIENTOS NO CERTIFICADOS | | | | Observaciones: DEMAS ESTABLECIMIENTOS NO CERTIFICADOS | | | | | | | |
| Agencias de Viaje | | Establecimientos registrados | | Agencias de Viaje | | Establecimientos registrados | | | | | |
| Mayoristas | | 0 | | Mayoristas | | 0 | | | | | |
| Internacionales | | 0 | | Internacionales | | 0 | | | | | |
| Operadoras | | 0 | | Operadoras | | | | | | | |
| Observaciones: | | | | Observaciones: | | | | | | | |
| Guía | Local | Nacional | Nacional Especializado | Cultura | 0 | Guía | Local | Nacional | Nacional Especializado | Cultura | 0 |
| □ | 2 | 0 | 0 | Aventura | 0 | □ | 0 | 0 | 0 | Aventura | 0 |
| Observaciones: | | | | Observaciones: | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|---------------------------------------------------|-----------------------------------|----------|-------------|---------------|-------------------------|---------------------|--|
| 5.2 Facilidades en el entorno al atractivo | | | | | | | |
| Categoría (M) | Tipo (M) | Cantidad | Coordenadas | Administrador | Accesibilidad universal | Estado (U) B R M | |
| a. De apoyo a la gestión turística | Punto de Información | 1 | 0 | texto | | | |
| | I-Tur | 0 | 0 | texto | | | |
| | Centro de interpretación | 1 | 0 | ASOCIACIÓN | | | |
| | Centro de facilitación turística | 1 | 0 | texto | | | |
| | Centro de recepción de visitantes | 0 | 0 | ASOCIACIÓN | | | |
| | Garitas de guardianía | 0 | 0 | texto | | | |

| | | | | | | |
|--------------------------------|--------------------------------------|---|---|-------|--|--|
| b. De observación y vigilancia | Miradores | 0 | 0 | texto | | |
| | Torres de avistamiento de aves | 0 | 0 | texto | | |
| | Torres de vigilancia para salvavidas | 0 | 0 | texto | | |
| c. De recorrido y descanso | Senderos | 1 | 0 | texto | | |
| | Estaciones de sombra y descanso | 0 | 0 | texto | | |
| | Áreas de acampar | 1 | 0 | texto | | |
| | Refugio de alta montaña | 0 | 0 | texto | | |
| d. De servicio | Baterías sanitarias | 1 | 0 | texto | | |
| | Estacionamientos | 1 | 0 | texto | | |
| e. Otros | | 0 | 0 | texto | | |

Observaciones:

5.3 Complementarios a la actividad turística (M)

| a. En el Atractivo | | | b. En la ciudad o poblado cercano | | |
|--------------------------------------------|-------------------------------------|------|------------------------------------------|-------------------------------------|------|
| Alquiler y venta de equipos especializados | Venta de artesanías y merchandising | Otro | Alquiler y venta de equipo especializado | Venta de artesanías y merchandising | Otro |
| Casa de cambio | Cajero automático | Otro | Casa de cambio | Cajero automático | Otro |
| Especifique: texto | | | Especifique: texto | | |

Observaciones:

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO

| | SI | NO | S/I |
|--|----|----|-----|
|--|----|----|-----|

6.1 Atractivo (U)

| | | | |
|---------------|-------------|----------------------------|----------------|
| a. Conservado | b. Alterado | c. En proceso de deterioro | d. Deteriorado |
|---------------|-------------|----------------------------|----------------|

Observaciones:

6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)

| 6.1.1.1 Naturales (M) | 6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M) | | |
|------------------------|-----------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|
| a. Erosión | a. Actividades agrícolas y ganaderas | b. Actividades forestales | c. Actividades extractivas / minería |
| b. Humedad | d. Actividades industriales | e. Negligencia / abandono | f. Huaquearía |
| c. Desastres naturales | g. Conflicto de tenencia | h. Condiciones de uso y exposición | i. Falta de mantenimiento |
| d. Flora/Fauna | j. Contaminación del ambiente | k. Generación de residuos | l. Expansión urbana |
| e. Clima | m. Conflicto político / social | n. Desarrollo industrial / comercial | o. Vandalismo |

Otro Especifique:

Observaciones:

6.2 Entorno (U)

| | | | |
|---------------|-------------|----------------------------|----------------|
| a. Conservado | b. Alterado | c. En proceso de deterioro | d. Deteriorado |
|---------------|-------------|----------------------------|----------------|

Observaciones:

6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)

| 6.2.1.1 Naturales (M) | 6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M) | | |
|------------------------|-----------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|
| a. Erosión | a. Actividades agrícolas y ganaderas | b. Actividades forestales | c. Actividades extractivas / minería |
| b. Humedad | d. Actividades industriales | e. Negligencia / abandono | f. Huaquearía |
| c. Desastres naturales | g. Conflicto de tenencia | h. Condiciones de uso y exposición | i. Falta de mantenimiento |
| d. Flora/Fauna | j. Contaminación del ambiente | k. Generación de residuos | l. Expansión urbana |
| e. Clima | m. Conflicto político / social | n. Desarrollo industrial / comercial | o. Vandalismo |

Otro Especifique:

| | | |
|----------------------------------------------------------------------|------------------|----------------------------------------------|
| Observaciones: | | |
| 6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo | | |
| a. Declarante: | b. Denominación: | b. Fecha de declaración: c. Alcance: |
| Observaciones: | | |
| 7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA | | |
| | | SI NO S/I |
| 7.1 Servicios Básicos | | |
| a. En el atractivo | | b. En la ciudad o poblado mas cercano |
| Agua: | | Agua |
| Especifique: EXTRAEN EL AGUA A TRAVES DE BOMBAS | | Especifique: |
| Energía eléctrica: | | Energía eléctrica |
| Especifique: RED PÚBLICA | | Especifique: |
| Saneamiento: | | Saneamiento: |



| Especifique: | | Especifique: | | | | | | |
|-----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-------------|---------|-------------|---------------|---|---|
| Disposición de desechos | | Disposición de desechos | | | | | | |
| Especifique: TIENEN BOTES DE BASURA | | Especifique: | | | | | | |
| Observaciones: | | | | | | | | |
| 7.2 Señalética en el atractivo | | | | | | | | |
| 7.2.1 Ambiente | 7.2.2. Tipo | 7.2.3. Materialidad | | | | 7.2.4. Estado | | |
| | | a. Madera | b. Aluminio | c. Otro | Especifique | B | R | M |
| En áreas urbanas | Pictograma de atractivos naturales | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Pictograma de atractivos culturales | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Pictograma de actividades turísticas | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Pictograma de servicios de apoyo | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Pictogramas de restricción | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Tótems de atractivos turísticos | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Tótems de sitio | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Tótems direccionales | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| En áreas naturales | Pictograma de atractivos naturales | 1 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Pictograma de atractivos culturales | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Pictograma de actividades turísticas | 1 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Pictograma de servicios de apoyo | 1 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Pictogramas de restricción | 2 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Señales turísticas de aproximación | 3 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Paneles de direccionamiento hacia atractivos | 3 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Panel informativo de atractivos | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Mesas interpretativas | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Tótem de sitio | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| Tótem de direccionamiento | 0 | 0 | 0 | texto | | | | |
| Letreros informativos | De información botánica | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Normativos de concienciación | 0 | 0 | 0 | texto | | | |

| | | | | | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|--------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------|----------------------|
| Señalética interna de seguridad | Protección de los elementos del atractivo | 1 | 0 | 0 | texto | |
| Otros | texto | | | | | |
| Observaciones: | | | | | | |
| 7.3 Salud (más cercano) (M) | | | | | | |
| a. En el atractivo | | | b. En la ciudad o poblado mas cercano | | | |
| Hospital o Clínica | Cantidad | 0 | Hospital o Clínica | | 0 | |
| Puesto / Centro de salud | | 0 | Puesto / Centro de salud | | 0 | |
| Dispensario médico | | 0 | Dispensario médico | | 0 | |
| Botiquín de primeros auxilios | | 1 | Botiquín de primeros auxilios | | 0 | |
| Otros | | 0 | Otros | | 0 | |
| Observaciones: | | | | | | |
| 7.4 Seguridad (M) | | | | | | |
| a. Privada | De alle | texto | | | | |
| b. Policía nacional | | texto | | | | |
| c. Policía metropolitana / Municipal | | texto | | | | |
| d. Otra | | texto | | | | |
| Observaciones: | | | | | | |
| 7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) | | | | | | |
| a. En el atractivo | | | b. En la ciudad o poblado mas cercano | | | |
| Telefonía (M) Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/> | | | Telefonía (M) Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/> | | | |
| Fija | Línea telefónica <input type="checkbox"/> | Fibra óptica <input type="checkbox"/> | Fija | Línea telefónica <input type="checkbox"/> | Fibra óptica <input type="checkbox"/> | |
| Móvil | Satélite <input type="checkbox"/> | Redes inalámbricas | Móvil | Satélite <input type="checkbox"/> | Redes inalámbricas | |
| Satelital | Telefonía móvil | | Satelital | Telefonía móvil | | |
| Observaciones: | | | | | | |
| Radio portátil (U) | | | | | | |
| De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/> | | De uso exclusivo para comunicación interna | | De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/> | | |
| Observaciones: | | | | | | |
| 7.6 Multiamenazas (M) | | | | | | |
| Deslaves <input type="checkbox"/> | | Sismos <input type="checkbox"/> | | Erupciones volcánicas | | Incendios forestales |
| Sequía <input type="checkbox"/> | Inundaciones <input type="checkbox"/> | | Aguajes | | Tsunami <input type="checkbox"/> | |
| ¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/> | Institución que elaboró el documento. | texto | Nombre del documento: | texto | Año de elaboración: | 0 |
| Observaciones: | | | | | | |
| 8. POLÍTICAS Y REGULACIONES | | | | SI | NO | SI |
| a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial? | | | SI <input type="checkbox"/> | NO | Año de elaboración: | 2016 |
| b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)? | | | SI | NO | Especifique: | |
| c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? | | | SI | NO | Especifique: | |
| d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? | | | SI | NO | Especifique: | |
| Observaciones: | | | | | | |

| 9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) | | | | | | SI | NO | SI |
|--------------------------------------|---------------------------------|--------------------------|----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------------|----|----|----|
| 9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) | | | | | | | | |
| 9.1.1 En el Agua (M) | | | | | | | | |
| a. Buceo | b. Kayak de mar | c. Kayak lacustre | d. Kayak de Río | e. Surf | | | | |
| f. Kite surf | g. Rafting | h. Snorkel | i. Tubing | j. Regata | | | | |
| k. Paseo en panga | l. Paseo en bote | m. Paseo en lancha | n. Paseo en moto acuática | o. Parasailing | <input type="checkbox"/> | | | |
| p. Esquí acuático | q. Banana flotante | r. Boya | s. Pesa deportiva | Otro <input type="checkbox"/> | texto | | | |
| Observaciones: | | | | | | | | |
| 9.1.2 En el Aire (M) | | | | | | | | |
| a. Alas Delta | b. Canopy | c. Parapente | <input type="checkbox"/> | d Otro <input type="checkbox"/> | texto | | | |
| Observaciones: | | | | | | | | |
| 9.1.3 En Superficie Terrestre (M) | | | | | | | | |
| a. Montañismo | b. Escalada | c. Senderismo | <input type="checkbox"/> | d. Cicloturismo | e. Canyoning <input type="checkbox"/> | | | |
| f. Exploración de cuevas | g. Actividades Recreativas | h. Cabalgata | i. Caminata | | j. Camping <input type="checkbox"/> | | | |
| k. Pínic | l. Observación de flora y fauna | m. Observación de astros | n. Otro <input type="checkbox"/> | texto | | | | |
| Observaciones: | | | | | | | | |
| 9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) | | | | | | | | |

| 9.2.1 Tangibles e intangibles | | | | | | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|--|------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|--------------------|
| a. Recorridos guiados <input type="checkbox"/> | b. Recorrido autoguiados <input type="checkbox"/> | c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/> | | | | | | |
| h. Participación en talleres artísticos | d. Visita a talleres artesanales | | | i. Participación en talleres artesanales | | | | |
| e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales | f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. | | | i. Actividades vivenciales y/o lúdicas | | | | |
| g. Presentaciones o representaciones en vivo | h. Muestras audiovisuales | | | g. Fotografía | | | | |
| j. Degustación de platos tradicionales | l. Participación de la celebración | | | m. Compra de artesanías | | | | |
| n. Convivencia | o. Medicina ancestral | | | Otro <input type="checkbox"/> | texto | | | |
| Observaciones: | | | | | | | | |
| 10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO | | | | | | SI <input type="checkbox"/> | NO | SI |
| 10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M) | | | | | | | | |
| ¿Existe un plan de promoción turística cantonal? | | | | SI <input type="checkbox"/> | NO <input type="checkbox"/> | Especifique: | | |
| ¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? | | | | SI <input type="checkbox"/> | NO <input type="checkbox"/> | | | |
| Medio Promocional | Dirección y nombre de los medios promocionales | | | Periodicidad de la promoción | | | | |
| a. Página WEB | URL: | | | | | | | |
| b. Red Social | Nombre: | | | | | | | |
| c. Revistas Especializadas | Nombre: | | | | | | | |
| d. Material POP | Nombre: | | | | | | | |
| e. Oficina de Información Turística | Nombre: | | | | | | | |
| f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) | Nombre: | | | | | | | |
| g. Asistencia a ferias turísticas | Nombre: | | | | | | | |
| h. Otro | Nombre: | | | | | | | |
| Observaciones: | | | | | | | | |
| 10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) | | | | | | SI <input type="checkbox"/> | NO <input type="checkbox"/> | Especifique: texto |

| | | | | | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|--------------------|-----|------------------------------------|-----------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Observaciones: | | | | | | | |
| 11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) | | | | | | | |
| | | | | SI <input type="checkbox"/> | NO <input type="checkbox"/> | S/I | |
| 11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos | | | | | | | |
| a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro 0 | | | | | | | |
| b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Frecuencia de los reportes: | | | | | | | |
| c. Temporalidad de visita al atractivo | | | | | | | |
| Alta (meses) | Especifique | AGOSTO, DICIEMBRE | | | | Número de visitantes | 500 |
| Baja (meses) | | ABRIL, MAYO | | | | | 60 |
| d. Llegada de turistas | | | | | | | |
| Turista nacional | | Llegadas mensuales | | Total anual | Turista extranjero | | Llegadas mensuales |
| | | | | | | | Total Anual |
| Ciudades de origen | EL COCA | 30 | 300 | | Países de origen | texto | 0 |
| | texto | 0 | 0 | | | texto | 0 |
| | texto | 0 | 0 | | | texto | 0 |
| Observaciones: | | | | | | | |
| 11.2. Frecuencia de visita según informantes clave | | | | | | | |
| Nombre del Informante Clave: MAÍAS AJÓN | | | | Contactos: texto | | | |
| Demanda según días de visita | | | | Demanda según frecuencia de visita | | | |
| Lunes a viernes | 15 | Fines de semana | 30 | Días feriados | 0 | Permanente <input type="checkbox"/> | Estacional <input type="checkbox"/> |
| | | | | | | Esporádica <input type="checkbox"/> | Inexistente |
| Observaciones: | | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-----------------------------------|---|--------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-------|---|
| 12. RECURSO HUMANO | | | | | | | | |
| | | | | SI <input type="checkbox"/> | NO <input type="checkbox"/> | S/I | | |
| a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo | | | | 1 | d. Número de personas especializadas en turismo | | | 2 |
| e. Número de personas con nivel de instrucción (M): | | | | f. Número de personas capacitadas por temática (M) | | g. Número de personas que manejan algún de Idiomas (M) | | |
| Primaria | 0 | Secundaria | 5 | Primeros Auxilios | 1 | Hospitalidad | 0 | |
| | | | | | | Inglés | 0 | |
| | | | | | | Alemán | 0 | |
| Tercer Nivel | 0 | Cuarto Nivel | 0 | Atención al Cliente | 0 | Guianza | 1 | |
| | | | | | | Francés | 0 | |
| | | | | | | Italiano | 0 | |
| Otro | texto | Sensibilización de discapacidades | | de | 0 | Otro | texto | |
| | | | | | | Chino | 0 | |
| | | | | | | Otro | | |
| Observaciones: | | | | | | | | |
| 13. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO (500 caracteres) | | | | | | | | |
| <p>El nombre "Waira Pakcha" tiene un significado en el idioma Kichwa. "Waima" significa "viento" y "Pakcha" significa "cascada" en Kichwa. Por lo tanto, "Waira Pakcha" se traduciría como "Cascada de Viento" en español desde el centro turístico se puede llegar a la cascada caminando por un sendero durante 30 minutos.</p> | | | | | | | | |
| 14. ANEXOS | | | | | | | | |
| a. Archivo Fotográfico (dos) (HD) | | | | | | | | |
|  | | | |  | | | | |
| Fuente: | | | | | | | | |

c. Ubicación gráfica del Atractivo



Fuente: https://earth.google.com/web/search/ishpingo+pakcha/@-0.53176743,-77.25694711,3.44,6.660454a,55.5,59.978342d,3.5y,12.4,48.113662h,4.4,99.681533t,0r/data=CmcaPRBGUweDlxZDY1NTVjZTg2Njk6MHg4Mml4NjkzOTewZWl5YmZlKg5DYXNjYWRLExvcnV0bXg8IAEJgokCkwwIpmx99O_eHmEOv3-g_Gz686mMSlVPAicrW3BYZ1PA

| FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio) | | |
|-----------------------------------------|------------------------------|--------------------|
| ELABORADO POR: | VALIDADO POR: | APROBADO POR: |
| Apellido y Nombre | NAYELI CASTILLO | Apellido y Nombre |
| Institución | ESPOCH | Institución |
| Cargo | ESTUDIANTE | Cargo |
| Correo Electrónico | castillolourdes014@gmail.com | Correo Electrónico |
| Teléfono | | Teléfono |
| Firma | | Firma |
| Fecha | | Fecha |

Ficha N°4 Cascada Ishpingo Pakcha II

| FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------------------------------------------------|-----------|--------|---|----------------------------|---|----------------------------------------|---|-------------------|------------------------------|---------|---|---------------------------|---|-----------|---|---|---|
| Código del atractivo: | 2 | 2 | 0 | 4 | 5 | 3 | A | N | 0 | 5 | 0 | 4 | 0 | 2 | 0 | 0 | 1 |
| | Provincia | Cantón | | Parroquia | | Categoría | | Tipo | | Subtipo | | Jerarquía | | Atractivo | | | |
| 1. DATOS GENERALES | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.1 Nombre del Atractivo Turístico | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| CASCADA ISHPINGO PAKCHA 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.2 Categoría | | | | | | 1.3 Tipo | | | | | | 1.4 Subtipo | | | | | |
| ATRATIVOS_NATURALES | | | | | | RÍOS | | | | | | CASCADA | | | | | |
| 2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2.1 Provincia | | | | | | 2.2 Cantón | | | | | | 2.3 Parroquia | | | | | |
| ORELLANA | | | | | | LORETO | | | | | | SAN JOSE DE PAYAMINO | | | | | |
| 2.4 Barrio, Sector o Comuna | | | | 2.5 Calle Principal | | | | 2.6 Número | | | | 2.7 Transversal | | | | | |
| JUAN PÍO MONTUFAR | | | | VÍA LORETO | | | | | | | | N/A | | | | | |
| 2.8 Latitud (grados decimales) | | | | | | 2.9 Longitud (grados decimales) | | | | | | 2.10 Altura (msnm) | | | | | |
| -25° 67' 5" 11SZ | | | | | | 99° 39' 4" | | | | | | 298 | | | | | |
| 2.11 Información del administrador | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| a. Tipo de Administrador: PRIVADO | | | | | | | | | b. Nombre de la Institución: | | | | | | | | |

| | | | | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------|-------------------------------------------------|--------------------------------------------|------------------------------------------------|
| c. Nombre del Administrador: MATÍAS FRANCISCO AJÓN | | d. Cargo que ocupa: PRESIDENTE | | | | |
| e. Teléfono / Celular: | | f. Correo Electrónico: | | | | |
| Observaciones: | | | | | | |
| 3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO | | | | | | |
| 3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | |
| a. Clima: FUENTES OFICIALES Y ACTUALIZADA | b. Temperatura(°C): 20°C | c. Precipitación Pluviométrica (mm): 2800 | | | | |
| 3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | |
| a. Cultura <input type="checkbox"/> | b. Naturaleza <input checked="" type="checkbox"/> | c. Aventura <input type="checkbox"/> | | | | |
| 3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | |
| a. Prístino <input type="checkbox"/> | b. Primitivo <input type="checkbox"/> | c. Rústico Natural <input type="checkbox"/> | d. Rural <input checked="" type="checkbox"/> | | | |
| e. Urbano <input type="checkbox"/> | | | | | | |
| 3.4 Ingreso al atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | |
| a. Tipo de Ingreso | b. Horario de Atención | | c. Atención | | | |
| | Ingreso | Salida | Todos los días | Fines de semana y feriados | Solo días hábiles | Otro Especificar |
| Libre <input type="checkbox"/> | 0:00 | 0:00 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> texto |
| Restringido <input type="checkbox"/> | 0:00 | 0:00 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> texto |
| Pagado <input checked="" type="checkbox"/> | 9:00 | 16:30 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> texto |
| d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/> | | f. Forma de Pago: | Efectivo <input checked="" type="checkbox"/> | Dinero Electrónico <input type="checkbox"/> | Depósito Bancario <input type="checkbox"/> | Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/> |
| e. Precio: Desde 0,50 Hasta 1,50 | | | Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/> | Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/> | Cheque <input type="checkbox"/> | |
| g. Meses recomendables de visita: | | TODOS LOS DÍAS DEL AÑO | | | | |
| Observaciones: DETERMINAR CASOS ESPECIALES DE HORARIOS Y/O CIRCUNSTANCIAS | | | | | | |
| 4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/> | | | | | | |
| a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios): | | | | | Comuna Juan Pío Montufar | |
| b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano: | 3 km | c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto: | 5:00 min | d. Coordenadas (grados decimales): | Lat.: 0 | Long.: 0 |
| Observaciones: HACER REFERENCIA ALGÚN SITIO DE INTERÉS, TOMAR COORDENAS Y DETERMINAR LA DISTANCIA AL ATRACTIVO | | | | | | |
| 4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | |
| a. Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/> | Tipo de vía | Coordenada de inicio | Coordenada de fin | Distancia (km) | Tipo de material | Estado |
| | a. Primer orden <input checked="" type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | texto | |
| | b. Segundo orden <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | texto | |
| | c. Tercer orden <input checked="" type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | texto | |
| Observaciones: | | | | | | |
| b. Acuático (U) <input type="checkbox"/> | Marítimo <input type="checkbox"/> | Puerto / Muelle de partida | texto | Estado | Puerto / Muelle de Llegada | texto |
| | Lacustre <input type="checkbox"/> | Puerto / Muelle de partida | texto | | Puerto / Muelle de Llegada | texto |
| | Fluvial <input type="checkbox"/> | Puerto / Muelle de partida | texto | | Puerto / Muelle de Llegada | texto |
| Observaciones: | | | | | | |
| c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/> | Nacional: <input type="checkbox"/> | | Internacional: <input type="checkbox"/> | | | |
| Observaciones: | | | | | | |
| 4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | |
| a. Bus <input checked="" type="checkbox"/> | b. Buseta <input checked="" type="checkbox"/> | c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/> | d. Taxi <input type="checkbox"/> | e. Moto taxi <input type="checkbox"/> | f. Teleférico <input type="checkbox"/> | |
| g. Lancha <input type="checkbox"/> | h. Bote <input type="checkbox"/> | i. Barco <input type="checkbox"/> | j. Canoa <input type="checkbox"/> | k. Avión <input type="checkbox"/> | l. Avioneta <input type="checkbox"/> | |
| m. Helicóptero <input type="checkbox"/> | n. Otro <input type="checkbox"/> | Especifique | | | | |
| Observaciones: | | | | | | |

| 4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|----------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------|------------------|
| a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio | b. Estación / terminal | c. Frecuencia | | | | d. Detalle (Traslado origen / destino) | | | |
| | | Día | Semanal | Mensual | Eventual | | | | |
| CIUDAD DEL COCA | COCA EP | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | FRECUENCIA | | | |
| ALEJANDRO LABAKA | COCA EP | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | FRECUENCIA | | | |
| JUMANDY | COCA EP | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | FRECUENCIA | | | |
| GRAN SUMACO | COCA EP | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | FRECUENCIA | | | |
| BAÑOS | COCA EP | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | FRECUENCIA | | | |
| 4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | | | | |
| a. Accesibilidad motriz | <input type="checkbox"/> | b. Accesibilidad visual | <input type="checkbox"/> | c. Accesibilidad auditiva | <input type="checkbox"/> | d. No es accesible | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| Observaciones: | | | | | | | | | |
| 4.5 Señalización <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | | | | |
| a. Señalización de aproximación al atractivo | <input checked="" type="checkbox"/> | Estado (U) | Bueno | <input type="checkbox"/> | Regular | <input checked="" type="checkbox"/> | Malo | <input type="checkbox"/> | |
| Observaciones: | | | | | | | | | |
| 5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS | | | | | SI <input checked="" type="checkbox"/> | NO <input type="checkbox"/> | S/I <input type="checkbox"/> | | |
| 5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | | | | |
| a. En el Atractivo <input checked="" type="checkbox"/> | | | | b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | |
| Alojamiento | <input type="checkbox"/> | Establecimientos registrados | Número de Habitaciones | Número de Plazas | Alojamiento | <input checked="" type="checkbox"/> | Establecimientos registrados | Número de Habitaciones | Número de Plazas |

| Hotel | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | Hotel | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | | |
|----------------------|----------------------------------------|------------------------------|------------------------|------------------|----------------------|----------------------------------------|------------------------------|-----------------|------------------------|---------|---|
| Hostal | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | Hostal | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | | |
| Hostería | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | Hostería | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | | |
| Hacienda Turística | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | Hacienda Turística | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | | |
| Lodge | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | Lodge | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | | |
| Resort | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | Resort | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | | |
| Refugio | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | Refugio | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | | |
| Campamento Turístico | <input checked="" type="checkbox"/> | 1 | 0 | 0 | Campamento Turístico | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | | |
| Casa de Huéspedes | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | Casa de Huéspedes | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | | |
| Observaciones: | DEMÁS ALOJAMIENTOS NO CERTIFICADOS | | | | Observaciones: | DEMÁS ALOJAMIENTOS NO CERTIFICADOS | | | | | |
| Alimentos y bebidas | <input checked="" type="checkbox"/> | Establecimientos registrados | Número de Mesas | Número de Plazas | Alimentos y bebidas | <input type="checkbox"/> | Establecimientos registrados | Número de Mesas | Número de Plazas | | |
| Restaurantes | <input checked="" type="checkbox"/> | 1 | 6 | 20 | Restaurantes | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | | |
| Cafeterías | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | Cafeterías | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | | |
| Bares | <input checked="" type="checkbox"/> | 1 | 0 | 0 | Bares | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | | |
| Fuentes de soda | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | Fuentes de soda | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | | |
| Observaciones: | DEMÁS ESTABLECIMIENTOS NO CERTIFICADOS | | | | Observaciones: | DEMÁS ESTABLECIMIENTOS NO CERTIFICADOS | | | | | |
| Agencias de Viaje | <input type="checkbox"/> | Establecimientos registrados | | | Agencias de Viaje | <input checked="" type="checkbox"/> | Establecimientos registrados | | | | |
| Mayoristas | <input type="checkbox"/> | 0 | | | Mayoristas | <input type="checkbox"/> | 0 | | | | |
| Internacionales | <input type="checkbox"/> | 0 | | | Internacionales | <input type="checkbox"/> | 0 | | | | |
| Operadoras | <input type="checkbox"/> | 0 | | | Operadoras | <input type="checkbox"/> | | | | | |
| Observaciones: | | | | | Observaciones: | | | | | | |
| Guía | Local | Nacional | Nacional Especializado | Cultura | 0 | Guía | Local | Nacional | Nacional Especializado | Cultura | 0 |

| <input checked="" type="checkbox"/> | 2 | 0 | 0 | Aventura | 0 | <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | 0 | Aventura | 0 |
|---------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|----------|-------------|---------------|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---|----------|---|
| Observaciones: | | | | | | Observaciones: | | | | | |
| 5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | |
| Categoría (M) | Tipo (M) | Cantidad | Coordenadas | Administrador | Accesibilidad universal | Estado (U) | | | | | |
| | | | | | | B | R | M | | | |
| a. De apoyo a la gestión turística <input checked="" type="checkbox"/> | Punto de Información <input checked="" type="checkbox"/> | 1 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | |
| | I-Tur <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | texto | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | |
| | Centro de interpretación <input checked="" type="checkbox"/> | 1 | 0 | ASOCIACIÓN | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | |
| | Centro de facilitación turística <input checked="" type="checkbox"/> | 1 | 0 | texto | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | |
| | Centro de recepción de visitantes <input checked="" type="checkbox"/> | 0 | 0 | ASOCIACIÓN | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | |
| b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/> | Garitas de guardiana <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | |
| | Miradores <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | |
| | Torres de avistamiento de aves <input type="checkbox"/> | 0 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | |
| | Torres de vigilancia para salvavidas <input checked="" type="checkbox"/> | 0 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | |
| c. De recorrido y descanso <input checked="" type="checkbox"/> | Senderos <input type="checkbox"/> | 1 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | |
| | Estaciones de sombra y descanso <input checked="" type="checkbox"/> | 0 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | |
| | Áreas de acampar <input type="checkbox"/> | 1 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | |
| | Refugio de alta montaña <input checked="" type="checkbox"/> | 0 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | |
| d. De servicio <input checked="" type="checkbox"/> | Baterías sanitarias <input checked="" type="checkbox"/> | 1 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | |
| | Estacionamientos <input type="checkbox"/> | 1 | 0 | texto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | | | |
| e. Otros <input type="checkbox"/> | | 0 | 0 | texto | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|--|--------------------------------------------------------------------------|--|------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|--|
| Observaciones: | | | | | | | | | | | |
| 5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | |
| a. En el Atractivo <input type="checkbox"/> | | | | | | b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/> | | | | | |
| Alquiler y venta de equipo especializado <input checked="" type="checkbox"/> | | | Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/> | | | Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/> | | | Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/> | | |
| Casa de cambio <input checked="" type="checkbox"/> | | Cajero automático <input type="checkbox"/> | | Otro <input type="checkbox"/> | | Casa de cambio <input type="checkbox"/> | | Cajero automático <input type="checkbox"/> | | Otro <input type="checkbox"/> | |
| Especifique: texto | | | | | | Especifique: texto | | | | | |
| Observaciones: | | | | | | | | | | | |
| 6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | |
| 6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | |
| a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/> | | | b. Alterado <input type="checkbox"/> | | | c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> | | | d. Deteriorado <input type="checkbox"/> | | |
| Observaciones: | | | | | | | | | | | |
| 6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M) | | | | | | | | | | | |
| 6.1.1.1 Naturales (M) | | | | | | 6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M) | | | | | |
| a. Erosión <input type="checkbox"/> | | b. Humedad <input type="checkbox"/> | | c. Desastres naturales <input checked="" type="checkbox"/> | | a. Actividades agrícolas y ganaderas <input checked="" type="checkbox"/> | | b. Actividades forestales <input checked="" type="checkbox"/> | | c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/> | |
| d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/> | | e. Clima <input type="checkbox"/> | | Otro <input type="checkbox"/> | | d. Actividades industriales <input type="checkbox"/> | | e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/> | | f. Huaquearfa <input type="checkbox"/> | |
| | | | | | | g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/> | | h. Condiciones de uso y exposición <input checked="" type="checkbox"/> | | i. Falta de mantenimiento <input checked="" type="checkbox"/> | |
| | | | | | | j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/> | | k. Generación de residuos <input checked="" type="checkbox"/> | | l. Expansión urbana <input type="checkbox"/> | |
| | | | | | | m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/> | | n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/> | | o. Vandalismo <input type="checkbox"/> | |
| Otro <input type="checkbox"/> Especifique: | | | | | | | | | | | |
| Observaciones: | | | | | | | | | | | |

| | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| 6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/> | | | |
| a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/> | b. Alterado <input type="checkbox"/> | c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> | d. Deteriorado <input type="checkbox"/> |
| Observaciones: | | | |
| 6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M) | | | |
| 6.2.1.1 Naturales (M) | | 6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M) | |
| a. Erosión <input type="checkbox"/> | a. Actividades agrícolas y ganaderas <input checked="" type="checkbox"/> | b. Actividades forestales <input checked="" type="checkbox"/> | c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/> |
| b. Humedad <input type="checkbox"/> | d. Actividades industriales <input checked="" type="checkbox"/> | e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/> | f. Huaquearías <input type="checkbox"/> |
| c. Desastres naturales <input checked="" type="checkbox"/> | g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/> | h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/> | i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/> |
| d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/> | j. Contaminación del ambiente <input checked="" type="checkbox"/> | k. Generación de residuos <input type="checkbox"/> | l. Expansión urbana <input type="checkbox"/> |
| e. Clima <input type="checkbox"/> | m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/> | n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/> | o. Vandalismo <input type="checkbox"/> |
| Otro <input type="checkbox"/> | Especifique: | | |
| Observaciones: | | | |
| 6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input checked="" type="checkbox"/> | | | |
| a. Declarante: | b. Denominación: | b. Fecha de declaración: | c. Alcance: |
| Observaciones: | | | |
| 7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> S/I <input type="checkbox"/> | | | |
| 7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/> | | | |
| a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/> | | b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/> | |
| Agua: <input checked="" type="checkbox"/> | Agua <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| Especifique: EXTRAEN EL AGUA A TRAVES DE BOMBAS | Especifique: | | |
| Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/> | Energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| Especifique: RED PÚBLICA | Especifique: | | |
| Saneamiento: <input type="checkbox"/> | Saneamiento: <input type="checkbox"/> | | |

| Especifique: | | Especifique: | | | | | | |
|-----------------------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------|-------------|---------|-------------|---------------|---|---|
| Disposición de desechos | | Disposición de desechos | | | | | | |
| Especifique: TIENEN BOTES DE BASURA | | Especifique: | | | | | | |
| Observaciones: | | | | | | | | |
| 7.2 Señalética en el atractivo | | | | | | | | |
| 7.2.1 Ambiente | 7.2.2. Tipo | 7.2.3. Materialidad | | | | 7.2.4. Estado | | |
| | | a. Madera | b. Aluminio | c. Otro | Especifique | B | R | M |
| En áreas urbanas | Pictograma de atractivos naturales | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Pictograma de atractivos culturales | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Pictograma de actividades turísticas | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Pictograma de servicios de apoyo | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Pictogramas de restricción | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Tótems de atractivos turísticos | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Tótems de sitio | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Tótems direccionales | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Pictograma de atractivos naturales | 1 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Pictograma de atractivos culturales | 0 | 0 | 0 | texto | | | |
| | Pictograma de actividades turísticas | 1 | 0 | 0 | texto | | | |

| | | | | | | |
|-----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|-------|--|
| En áreas naturales <input checked="" type="checkbox"/> | Pictograma de servicios de apoyo | 1 | 0 | 0 | texto | |
| | Pictogramas de restricción | 2 | 0 | 0 | texto | |
| | Señales turísticas de aproximación | 3 | 0 | 0 | texto | |
| | Paneles de direccionamiento hacia atractivos | 3 | 0 | 0 | texto | |
| | Panel informativo de atractivos | 0 | 0 | 0 | texto | |
| | Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades | 0 | 0 | 0 | texto | |
| | Mesas interpretativas | 0 | 0 | 0 | texto | |
| | Tótem de sitio | 0 | 0 | 0 | texto | |
| | Tótem de direccionamiento | 0 | 0 | 0 | texto | |
| Letreros informativos <input type="checkbox"/> | De información botánica | 0 | 0 | 0 | texto | |
| | Normativos de concienciación | 0 | 0 | 0 | texto | |
| Señalética interna de seguridad | Protección de los elementos del atractivo | 1 | 0 | 0 | texto | |
| Otros | texto | | | | | |

Observaciones:

7.3 Salud (más cercano) (M)

| a. En el atractivo | | | b. En la ciudad o poblado mas cercano | | |
|-------------------------------|----------|---|---------------------------------------|----------|---|
| Hospital o Clínica | Cantidad | 0 | Hospital o Clínica | Cantidad | 0 |
| Puesto / Centro de salud | | 0 | Puesto / Centro de salud | | 0 |
| Dispensario médico | | 0 | Dispensario médico | | 0 |
| Botiquín de primeros auxilios | | 1 | Botiquín de primeros auxilios | | 0 |
| Otros | | 0 | Otros | | 0 |

Observaciones:

7.4 Seguridad (M)

| | | |
|---------------------------------------------------------|----|-------|
| a. Privada | De | texto |
| b. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/> | | texto |

| | | |
|---------------------------------------------------------------|----|-------|
| c. Policía metropolitana / Municipal <input type="checkbox"/> | De | texto |
| d. Otra <input type="checkbox"/> | | texto |

Observaciones:

7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)

| a. En el atractivo <input type="checkbox"/> | | | b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/> | | |
|---------------------------------------------|--------------------------------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| Telefonía (M) <input type="checkbox"/> | Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/> | | Telefonía (M) <input checked="" type="checkbox"/> | Conexión a internet (M) <input checked="" type="checkbox"/> | |
| Fija <input type="checkbox"/> | Línea telefónica <input type="checkbox"/> | Fibra óptica <input type="checkbox"/> | Fija <input type="checkbox"/> | Línea telefónica <input checked="" type="checkbox"/> | Fibra óptica <input checked="" type="checkbox"/> |
| Móvil <input type="checkbox"/> | Satélite <input type="checkbox"/> | Redes inalámbricas <input type="checkbox"/> | Móvil <input checked="" type="checkbox"/> | Satélite <input type="checkbox"/> | Redes inalámbricas <input type="checkbox"/> |
| Satelital <input type="checkbox"/> | Telefonía móvil <input type="checkbox"/> | | Satelital <input checked="" type="checkbox"/> | Telefonía móvil <input checked="" type="checkbox"/> | |

Observaciones:

Radio portátil (U)

| | | |
|-------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/> | De uso exclusivo para comunicación interna <input checked="" type="checkbox"/> | De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/> |
|-------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-----------|-------------------------------------|----------------------|--------------------------|-------------------------------------|----------------------|
| Observaciones: | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7.6 Multiamenazas (M) <input type="checkbox"/> | | | | | | | | | | | | | | | |
| Deslaves | | <input checked="" type="checkbox"/> | Sismos | | <input type="checkbox"/> | Erupciones volcánicas | | <input type="checkbox"/> | Incendios forestales | | <input type="checkbox"/> | | | | |
| Sequía | | <input type="checkbox"/> | Inundaciones | | <input type="checkbox"/> | Aguajes | | <input checked="" type="checkbox"/> | Tsunami | | <input type="checkbox"/> | | | | |
| ¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? | | <input type="checkbox"/> | Institución que elaboró el documento. | | <input type="text"/> | Nombre del documento: | | <input type="text"/> | Año de elaboración: | | <input type="text"/> 0 | | | | |
| Observaciones: | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8. POLÍTICAS Y REGULACIONES | | | | | | | | SI | <input checked="" type="checkbox"/> | NO | <input type="checkbox"/> | SI | <input type="checkbox"/> | | |
| a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial? | | | | <input checked="" type="checkbox"/> | NO | | <input type="checkbox"/> | Año de elaboración: | | 2016 | | | | | |
| b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD'S)? | | | | <input checked="" type="checkbox"/> | NO | | <input checked="" type="checkbox"/> | Especifique: | | | | | | | |
| c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? | | | | <input type="checkbox"/> | NO | | <input checked="" type="checkbox"/> | Especifique: | | | | | | | |
| d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? | | | | <input type="checkbox"/> | NO | | <input checked="" type="checkbox"/> | Especifique: | | | | | | | |
| Observaciones: | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U) | | | | | | | | SI | <input checked="" type="checkbox"/> | NO | <input type="checkbox"/> | SI | <input type="checkbox"/> | | |
| 9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) | | | | | | | | <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | | |
| 9.1.1 En el Agua (M) | | | | | | | | <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | | |
| a. Buceo | | <input type="checkbox"/> | b. Kayak de mar | | <input type="checkbox"/> | c. Kayak lacustre | | <input type="checkbox"/> | d. Kayak de Río | | <input checked="" type="checkbox"/> | e. Surf | | <input type="checkbox"/> | |
| f. Kite surf | | <input type="checkbox"/> | g. Rafting | | <input type="checkbox"/> | h. Snorkel | | <input type="checkbox"/> | i. Tubing | | <input type="checkbox"/> | j. Regata | | <input type="checkbox"/> | |
| k. Paseo en panga | | <input type="checkbox"/> | l. Paseo en bote | | <input checked="" type="checkbox"/> | m. Paseo en lancha | | <input type="checkbox"/> | n. Paseo en moto acuática | | <input type="checkbox"/> | o. Parasailing | | <input type="checkbox"/> | |
| p. Esquí acuático | | <input type="checkbox"/> | q. Banana flotante | | <input type="checkbox"/> | r. Boya | | <input type="checkbox"/> | s. Pesa deportiva | | <input type="checkbox"/> | Otro | | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| Observaciones: | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9.1.2 En el Aire (M) | | | | | | | | <input type="checkbox"/> | | | | | | | |
| a. Alas Delta | | <input type="checkbox"/> | b. Canopy | | <input type="checkbox"/> | c. Parapente | | <input type="checkbox"/> | d Otro | | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> | | | |
| Observaciones: | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9.1.3 En Superficie Terrestre (M) | | | | | | | | <input type="checkbox"/> | | | | | | | |
| a. Montañismo | | <input type="checkbox"/> | b. Escalada | | <input type="checkbox"/> | c. Senderismo | | <input checked="" type="checkbox"/> | d. Cicloturismo | | <input type="checkbox"/> | e. Canyoning | | <input type="checkbox"/> | |
| f. Exploración de cuevas | | <input type="checkbox"/> | g. Actividades Recreativas | | <input checked="" type="checkbox"/> | h. Cabalgata | | <input checked="" type="checkbox"/> | i. Caminata | | <input type="checkbox"/> | j. Camping | | <input checked="" type="checkbox"/> | |
| k. Picnic | | <input checked="" type="checkbox"/> | l. Observación de flora y fauna | | <input type="checkbox"/> | m. Observación de astros | | <input type="checkbox"/> | n. Otro | | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> | | | |
| Observaciones: | | | | | | | | | | | | | | | |
| 9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) | | | | | | | | <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------------------------------------------------|--|-------------------------------------|-------------------------------------------------------------|--|-------------------------------------|------------------------------------------|--|-------------------------------------|----------------------|--|--|--|--|
| 9.2.1 Tangibles e intangibles | | | | | | | | <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | |
| a. Recorridos guiados | | <input checked="" type="checkbox"/> | b. Recorrido autoguiados | | <input type="checkbox"/> | c. Visita a talleres artísticos | | <input type="checkbox"/> | | | | | |
| h. Participación en talleres artísticos | | <input type="checkbox"/> | d. Visita a talleres artesanales | | <input type="checkbox"/> | i. Participación en talleres artesanales | | <input type="checkbox"/> | | | | | |
| e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales | | <input type="checkbox"/> | f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. | | <input type="checkbox"/> | i. Actividades vivenciales y/o lúdicas | | <input type="checkbox"/> | | | | | |
| g. Presentaciones o representaciones en vivo | | <input type="checkbox"/> | h. Muestras audiovisuales | | <input type="checkbox"/> | g. Fotografía | | <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | |
| j. Degustación de platos tradicionales | | <input checked="" type="checkbox"/> | l. Participación de la celebración | | <input type="checkbox"/> | m. Compra de artesanías | | <input type="checkbox"/> | | | | | |
| n. Convivencia | | <input checked="" type="checkbox"/> | o. Medicina ancestral | | <input checked="" type="checkbox"/> | Otro | | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> | | | | |
| Observaciones: | | | | | | | | | | | | | |

| 10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO | | | | | | | | | | SI | NO | S/I | | | |
|---------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|-----------------|------------------------------------------------|--------------------|-------|------------------------------------|--------------------------|---------------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|-------------|---|
| 10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M) | | | | | | | | | | | | | | | |
| ¿Existe un plan de promoción turística cantonal? | | | | | | | | | | SI | NO | Especifique: | | | |
| ¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turística cantonal? | | | | | | | | | | SI | NO | | | | |
| Medio Promocional | | | Dirección y nombre de los medios promocionales | | | | | | Periodicidad de la promoción | | | | | | |
| a. Página WEB | <input checked="" type="checkbox"/> | | URL: | | | | | | | | | | | | |
| b. Red Social | <input checked="" type="checkbox"/> | | Nombre: | | | | | | | | | | | | |
| c. Revistas Especializadas | <input type="checkbox"/> | | Nombre: | | | | | | | | | | | | |
| d. Material POP | <input type="checkbox"/> | | Nombre: | | | | | | | | | | | | |
| e. Oficina de Información Turística | <input type="checkbox"/> | | Nombre: | | | | | | | | | | | | |
| f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) | <input type="checkbox"/> | | Nombre: | | | | | | | | | | | | |
| g. Asistencia a ferias turísticas | <input type="checkbox"/> | | Nombre: | | | | | | | | | | | | |
| h. Otro | <input type="checkbox"/> | | Nombre: | | | | | | | | | | | | |
| Observaciones: | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) | | | | | | | | | | SI | NO | Especifique: texto | | | |
| Observaciones: | | | | | | | | | | | | | | | |
| 11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) | | | | | | | | | | SI | NO | S/I | | | |
| 11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos | | | | | | | | | | <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | |
| a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? | | | | | | | | | | SI | NO | Tipo: Digital <input type="checkbox"/> Papel <input type="checkbox"/> Años de registro 0 | | | |
| b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? | | | | | | | | | | SI | NO | Frecuencia de los reportes: | | | |
| c. Temporalidad de visita al atractivo | | | | | | | | | | | | | | | |
| Alta (meses) | <input checked="" type="checkbox"/> | Especifique | AGOSTO, DICIEMBRE | | | | | | Número de Visitantes | 500 | | | | | |
| Baja (meses) | <input checked="" type="checkbox"/> | | ABRIL, MAYO | | | | | | | 60 | | | | | |
| d. Llegada de turistas | | | | | | | | | | | | | | | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Turista nacional | | | | Llegadas mensuales | | Total anual | | <input type="checkbox"/> Turista extranjero | | | | Llegadas mensuales | | Total Anual | |
| Ciudades de origen | EL COCA | 30 | 300 | Países de origen | texto | 0 | 0 | | texto | 0 | 0 | | texto | 0 | 0 |
| | texto | 0 | 0 | | texto | 0 | 0 | | texto | 0 | 0 | | | | |
| | texto | 0 | 0 | | texto | 0 | 0 | | texto | 0 | 0 | | | | |
| Observaciones: | | | | | | | | | | | | | | | |
| 11.2. Frecuencia de visita según informantes clave | | | | | | | | | | <input checked="" type="checkbox"/> | | | | | |
| Nombre del Informante Clave: | | | | MAÍAS AJÓN | | | | Contactos: | | | | texto | | | |
| Demanda según días de visita | | | | | | Demanda según frecuencia de visita | | | | | | | | | |
| Lunes a viernes | 15 | Fines de semana | 30 | Días feriados | 0 | Permanente | <input type="checkbox"/> | Estacional | <input checked="" type="checkbox"/> | Esporádica | <input type="checkbox"/> | Inexistente | <input type="checkbox"/> | | |
| Observaciones: | | | | | | | | | | | | | | | |

| 12. RECURSO HUMANO | | | | | | | | | | SI | NO | S/I | | |
|------------------------------------------------------------------------------|---|------------|---|-------------------|-------------------------------------|----------------------------------------------------|---|--------|---|--------|-------------------------------------|--------------------------------------------------------|--|-------------------------------------|
| a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo | | | | | <input checked="" type="checkbox"/> | d. Número de personas especializadas en turismo | | | | | <input checked="" type="checkbox"/> | | | |
| e. Número de personas con nivel de instrucción (M): | | | | | <input checked="" type="checkbox"/> | f. Número de personas capacitadas por temática (M) | | | | | <input checked="" type="checkbox"/> | g. Número de personas que manejan algún de Idiomas (M) | | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Primaria | 0 | Secundaria | 5 | Primeros Auxilios | 1 | Hospitalidad | 0 | Inglés | 0 | Alemán | 0 | | | |

| | | | | | | | | | | | |
|--------------|-------|-----------------------------------|---|---------------------|-------|---------|---|---------|---|----------|---|
| Tercer Nivel | 0 | Cuarto Nivel | 0 | Atención al Cliente | 0 | Guianza | 1 | Francés | 0 | Italiano | 0 |
| Otro | texto | Sensibilización de discapacidades | 0 | Otro | texto | Chino | 0 | Otro | | | |

Observaciones:

13. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO (500 caracteres)

Ishpingo Pakcha II. El nombre se relaciona con la geografía y la vegetación de la zona, se puede llegar a la cascada en unos 10 minutos de descenso. La cascada en sí tiene una caída de 2 metros y una profundidad de 4 metros, lo que podría hacerla un lugar interesante para visitar y disfrutar de la belleza natural del entorno.

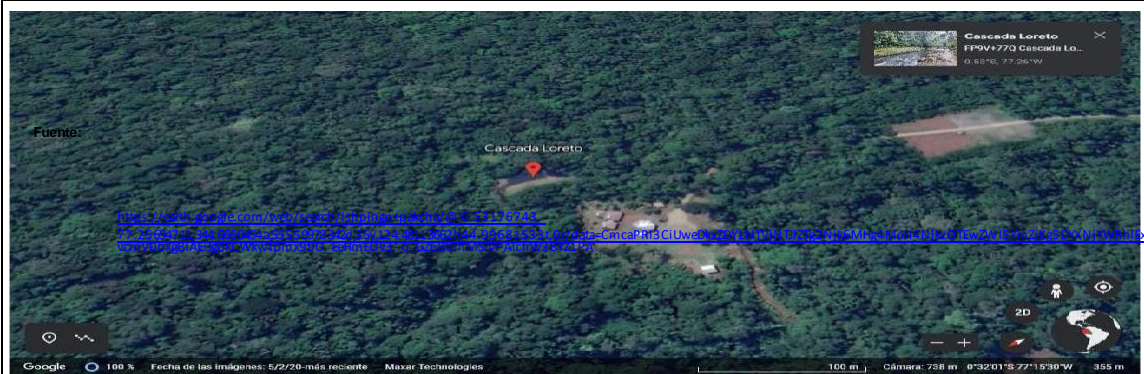
14. ANEXOS

a. Archivo Fotográfico (dos) (HD)



Fuente:

c. Ubicación gráfica del Atractivo






FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)

| ELABORADO POR: | | VALIDADO POR: | | APROBADO POR: | |
|--------------------|-----------------------------|--------------------|--|--------------------|--|
| Apellido y Nombre | NAYELI CASTILLO | Apellido y Nombre | | Apellido y Nombre | |
| Institución | ESPOCH | Institución | | Institución | |
| Cargo | ESTUDIANTE | Cargo | | Cargo | |
| Correo Electrónico | castilloloudes014@gmail.com | Correo Electrónico | | Correo Electrónico | |
| Teléfono | | Teléfono | | Teléfono | |
| Firma | | Firma | | Firma | |
| Fecha | | Fecha | | Fecha | |

6.2 Atractivos culturales

Ficha N°6 Chicha de yuca

| | | | | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------------------------------------|--------------|
|  GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR | |  INPC | | CÓDIGO IMG- 20230204- WA0273.jpg | |
| INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO | | | | | |
| 1. DATOS DE LOCALIZACIÓN | | | | | |
| Provincia: Orellana | | | Cantón: Loreto | | |
| Parroquia: San José de Payamino | | Urbana | | x | Rural |
| Localidad: Comunidad Juan Pío Montufar. | | | | | |
| Coordenadas WGS84 Z18S-UTM: X (Este): | | Y (Sur): | | Z (Altitud): | |
| 2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL | | | | | |
|  | | | | | |
| Descripción de la fotografía: | | | | | |
| La chicha de yuca es una bebida tradicional en la comuna Juan Pío Montufar, es una bebida fermentada que los comuneros beben en fiestas o en actos importantes. | | | | | |
| Código fotográfico: IMG-20230738_113422_932.jpg | | | | | |
| 3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN | | | | | |
| Denominación | | | | | |
| Chicha – Comunidad “Juan Pío Montufar”, Orellana | | | | | |
| Grupo Social | | | Lengua (s) | | |
| Kichwa amazónico | | | Kichwa | | |
| Ámbito | | | | | |

| Usos sociales rituales y actos festivos | | | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|-----------|-------------------------------------------------------------|
| Sub-ámbito | | Detalle del Sub-ámbito | | | |
| Tradiciones culturales | | Bebida ancestral | | | |
| 4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN | | | | | |
| <p>La chicha de yuca es una bebida fermentada lo cual este proceso de fermentación es esencial para obtener la chicha de yuca tradicional. Después de este tiempo, la chicha estará lista para ser consumida. Recuerde que este proceso tradicional puede variar en detalles según la región y la comunidad, pero estos son los pasos básicos para prepararla.</p> | | | | | |
| Fecha o período | | Detalle de la periodicidad | | | |
| | Anual | La chicha se fermenta realizando una mezcla fermentada durante 3 o 4 días dura aproximadamente un año. | | | |
| x | Continua | | | | |
| | Ocasional | | | | |
| | Otro | | | | |
| 5. PORTADORES / SOPORTES | | | | | |
| Tipo | Nombre | Edad/Tiempo de actividad | Cargo, función actividad | Dirección | Localidad |
| | Individuos | | | | |
| x | Colectividades | Ishpingo Pakcha | N/A | N/A | Comunidad "Juan Pío Montufar" Comunidad "Juan Pío Montufar" |
| | Instituciones | | | | |
| 6. VALORACIÓN | | | | | |
| Importancia para la comunidad | | | | | |
| Se considera un signo de responsabilidad dentro de la familia. Asimismo, ofrecer chicha es un acto de honor, y recibirlo es un privilegio; por lo tanto, cuando se sirve, no se debe rechazar. | | | | | |
| Sensibilidad al cambio | | | | | |
| x | Manifestaciones vigentes | Esta tradición se sigue manteniendo dentro de las familias kichwas | | | |
| | Manifestaciones Vulnerables | | | | |
| | Manifestaciones altamente Vulnerables | | | | |
| 7. INTERLOCUTORES | | | | | |
| Apellidos y nombres | Dirección | Teléfono | Sexo | Edad | |
| Sonia Grefa | Comunidad Juan Pío Montufar | 098 433 2783 | Femenino | N/A | |
| 8. ELEMENTOS RELACIONADOS | | | | | |
| Código / Nombre | Ámbito | Sub- ámbito | Detalle del sub-ámbito | | |
| Chicha de yuca | Usos sociales rituales y actos festivos | Tradiciones culturales | Bebida ancestral | | |
| 9. ANEXOS | | | | | |

| Audios | Videos | Fotografías | Audios |
|-----------------------------------------------------------------|--------|--------------------------------------|--------|
| | | | |
| 10. OBSERVACIONES | | | |
| | | | |
| 11. DATOS DE CONTROL | | | |
| Entidad Investigadora: ESPOCH – SEDE ORELLANA | | | |
| Registrado por: Josselin Sánchez, Nayeli Castillo. | | Fecha de registro: 2023/08/06 | |
| Revisado por: | | Fecha revisión: | |
| Aprobado por: | | Fecha aprobación: | |
| Registro fotográfico: Josselin Sánchez, Nayeli Castillo. | | | |

Ficha N°7 Chica de chonta

| | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
|  <p>GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR</p> |  <p>INPC</p> | | |
| | | <p>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO</p> | |
| 1. DATOS DE LOCALIZACIÓN | | | |
| Provincia: Orellana | | Cantón: Loreto | |
| Parroquia: San José de Payamino | <input type="checkbox"/> | Urbana | <input checked="" type="checkbox"/> Rural |
| Localidad: Comunidad Juan Pío Montufar. | | | |
| Coordenadas WGS84 Z18S-UTM: X (Este): | | Y (Sur): | Z (Altitud): |
| 2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL | | | |
|  | | | |

Descripción de la fotografía:
 La chonta es un fruto de suma relevancia en la comuna Juan Pío Montufar, y la chicha de chonta, una bebida fermentada elaborada a partir de estos frutos desempeña un papel central en las festividades de la chonta. Este evento anual es una antigua tradición transmitida de generación en generación en la comuna y se celebra con un ritual especial que destaca la importancia cultural y el significado de la chonta.

Código fotográfico: IMG-20230702_144052_534.jpg

3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

| Denominación | |
|-----------------------------------------------------------|-------------------------|
| Chicha de Chonta– Comunidad “Juan Pío Montufar”, Orellana | |
| Grupo Social | Lengua (s) |
| Kichwa amazónico | Kichwa |
| Ámbito | |
| Usos sociales rituales y actos festivos | |
| Sub-ámbito | Detalle del Sub-ámbito |
| Tradiciones culturales | <i>Bebida ancestral</i> |

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN

La chicha de chonta es una bebida espesa con un sabor fuerte y ligeramente ácido que se prepara únicamente cuando los frutos están en temporada. Se sirve en pilches o mates hondos, conocidos como "mukawas" en Kichwa. La cosecha de los frutos es responsabilidad de los hombres, mientras que la elaboración de la bebida recae en las mujeres. También se puede consumir sin fermentar, lo que se conoce como "batido de chonta".

La chicha de chonta tiene una profunda conexión con las relaciones y valores sociales en las distintas nacionalidades.

| Fecha o período | | Detalle de la periodicidad |
|-------------------------------------|-----------|-------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Anual | Se elabora en la temporada de la chanta que se da una vez al año. |
| <input type="checkbox"/> | Continua | |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Ocasional | |
| <input type="checkbox"/> | Otro | |

5. PORTADORES / SOPORTES

| Tipo | Nombre | Edad/Tiempo de actividad | Cargo, función actividad | Dirección | Localidad |
|-------------------------------------|----------------|--------------------------|--------------------------|-----------|----------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Individuos | | | | |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Colectividades | Ispingo Pakcha | N/A | N/A | Comunidad “Juan Pío Montufar” Comunidad “Juan Pío Montufar” |
| <input type="checkbox"/> | Instituciones | | | | |

6. VALORACIÓN

| Importancia para la comunidad | | | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|------|
| Tener chicha de chonta en casa durante la temporada se considera un signo de responsabilidad dentro de la familia. Asimismo, ofrecer chicha de chonta es un acto de honor, y recibirlo es un privilegio; por lo tanto, cuando se sirve, no se debe rechazar. Esto refleja la importancia de esta bebida en la vida y la cultura de estas comunidades amazónicas. | | | | |
| Sensibilidad al cambio | | | | |
| x | Manifestaciones vigentes | Esta tradición se sigue manteniendo dentro de las familias kichwas. | | |
| | Manifestaciones Vulnerables | | | |
| | Manifestaciones altamente Vulnerables | | | |
| 7. INTERLOCUTORES | | | | |
| Apellidos y nombres | Dirección | Teléfono | Sexo | Edad |
| Sonia Grefa | Comunidad Juan Pío Montufar | 098 433 2783 | Femenino | N/A |
| 8. ELEMENTOS RELACIONADOS | | | | |
| Código / Nombre | Ámbito | Sub- ámbito | Detalle del sub-ámbito | |
| Chicha de chonta | Usos sociales rituales y actos festivos | Tradiciones culturales | Bebida ancestral | |
| 9. ANEXOS | | | | |
| Audios | Videos | Fotografías | Audios | |
| | | | | |
| 10. OBSERVACIONES | | | | |
| | | | | |
| 11. DATOS DE CONTROL | | | | |
| Entidad Investigadora: ESPOCH – SEDE ORELLANA | | | | |
| Registrado por: Josselin Sánchez, Nayeli Castillo. | | | Fecha de registro: 2023/08/06 | |
| Revisado por: | | | Fecha revisión: | |
| Aprobado por: | | | Fecha aprobación: | |
| Registro fotográfico: Josselin Sánchez, Nayeli Castillo. | | | | |

Ficha N°8 Chalas o Canastos

| | | | | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------|--|------------------------------------------|--------------|
|  GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR | |  INPC | | CÓDIGO IMG-20230204-WA0273.jpg | |
| INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO | | | | | |
| 1. DATOS DE LOCALIZACIÓN | | | | | |
| Provincia: Orellana | | Cantón: Loreto | | | |
| Parroquia: San José de Payamino | | Urbana | | x | Rural |
| Localidad: Comunidad Juan Pío Montufar. | | | | | |
| Coordenadas WGS84 Z18S-UTM: X (Este): Y (Sur): Z (Altitud): | | | | | |
| 2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL | | | | | |
|  | | | | | |
| Descripción de la fotografía: . La Ashanga, cuyo nombre en el idioma Kichwa se traduce como "canasta", es confeccionada manualmente utilizando lisan, una fibra natural obtenida del bosque. Estas canastas tienen un rol central en las familias kichwas, desempeñando un papel fundamental en tareas relacionadas con la agricultura, el cuidado, la recolección y la venta de productos de la chakra. | | | | | |
| Código fotográfico: IMG_20230630_130539_071.jpg | | | | | |
| 3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN | | | | | |
| Denominación | | | | | |
| Ashanga – Comunidad “Juan Pío Montufar”, Orellana | | | | | |

| Grupo Social | | Lengua (s) | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|-----------|----------------------------------------------------------------|
| Kichwa amazónico | | Kichwa | | | |
| Ámbito | | | | | |
| Técnicas artesanales tradicionales. | | | | | |
| Sub-ámbito | | Detalle del Sub-ámbito | | | |
| Técnicas artesanales | | Canasta | | | |
| 4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN | | | | | |
| <p>La elaboración de las ashanga recae en las manos de las chagramamas, mujeres que desempeñan un papel fundamental en el cultivo y la recolección de la chakra. Aunque la participación de toda la familia es esencial en las labores de la chakra, son las chagramamas quienes asumen un liderazgo destacado en estas actividades. La planta de ashanga no es de fácil acceso en la Amazonia, ya que suele encontrarse en las orillas de los ríos.</p> | | | | | |
| Fecha o período | | Detalle de la periodicidad | | | |
| | Anual | La ashanga se elabora en un lapso de una semana y su duración es generalmente de un año | | | |
| x | Continua | | | | |
| | Ocasional | | | | |
| | Otro | | | | |
| 5. PORTADORES / SOPORTES | | | | | |
| Tipo | Nombre | Edad/Tiempo de actividad | Cargo, función actividad | Dirección | Localidad |
| | Individuos | | | | |
| x | Colectividades | Ispingo Pakcha | N/A | N/A | Comunidad “Juan Pío Montufar” Comunidad “Juan Pío Montufar” |
| | Instituciones | | | | |
| 6. VALORACIÓN | | | | | |
| Importancia para la comunidad | | | | | |
| <p>Muchos niños que viven en la comuna Juan Pío Montufar trabajan junto a sus padres y abuelos con la ashanga, lo que resulta muy beneficioso para ellos. Ayudan en tareas como la siembra y la cosecha de cultivos, la recolección de frutos, la pesca y la caza, contribuyendo así a aliviar la carga de trabajo de sus familias.</p> | | | | | |
| Sensibilidad al cambio | | | | | |
| x | Manifestaciones vigentes | Esta tradición se sigue manteniendo hasta la actualidad ya que la elaboración de estas canastas es rápida y sirven para cargar los frutos que se cosechan en la chacra. | | | |
| | Manifestaciones Vulnerables | | | | |
| | Manifestaciones altamente Vulnerables | | | | |
| 7. INTERLOCUTORES | | | | | |
| Apellidos y nombres | Dirección | Teléfono | Sexo | Edad | |
| Sonia Grefa | Comunidad Juan Pío | 098 433 2783 | Femenino | N/A | |

| | | | |
|-----------------------------------------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------|
| | Montufar | | |
| 8. ELEMENTOS RELACIONADOS | | | |
| Código / Nombre | Ámbito | Sub- ámbito | Detalle del sub-ámbito |
| Ashanga | Técnicas artesanales tradicionales | | Canasta |
| 9. ANEXOS | | | |
| Audios | Videos | Fotografías | Audios |
| | | | |
| 10. OBSERVACIONES | | | |
| | | | |
| 11. DATOS DE CONTROL | | | |
| Entidad Investigadora: ESPOCH – SEDE ORELLANA | | | |
| Registrado por: Josselin Sánchez, Nayeli Castillo. | | Fecha de registro: 2023/08/06 | |
| Revisado por: | | Fecha revisión: | |
| Aprobado por: | | Fecha aprobación: | |
| Registro fotográfico: Josselin Sánchez, Nayeli Castillo. | | | |

Ficha N°9 Shigras

| | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
|  GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR |  INPC | |
| | | CÓDIGO IMG- 20230702- WA0273.jpg |
| INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO | | |
| 1. DATOS DE LOCALIZACIÓN | | |
| Provincia: Orellana | | Cantón: Loreto |
| Parroquia: San José de Payamino | Urbana | <input checked="" type="checkbox"/> Rural |
| Localidad: Comunidad Juan Pío Montufar. | | |
| Coordenadas WGS84 Z18S-UTM: X (Este): | | |
| Y (Sur): | | |
| Z (Altitud): | | |
| 2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL | | |



Descripción de la fotografía:

La fibra la extraen de la palma de chambira, una planta similar a la de los ramos que se usan en la Semana Santa. Las mujeres la cosechan aún tierna, para convertirla en la materia prima con que tejen a mano las shigras o bolsos típicos de esta comunidad indígena, que se utilizan para recolectar café, frutas, entre otros.

Código fotográfico: IMG-20230702_144052_534.jpg

3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

| Denominación | |
|------------------------------------|------------------------|
| Shigra | |
| Grupo Social | Lengua (s) |
| Kichwa amazónico | Kichwa |
| Ámbito | |
| Técnicas artesanales tradicionales | |
| Sub-ámbito | Detalle del Sub-ámbito |
| Tradiciones culturales | Artesanías |

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN

La shigra es una fibra también llamada lincha, lo cual las personas indígenas de amazonia utilizan para cargar cacao, yuca también se puede usar para crear varios tipos y colores de shigra hasta ropa tradicional. Para crear cualquier de ellas, primero hay que preparar bien la shigra. También esta resistente fibra vegetal que desde hace siglos es usada para fabricar hamacas y otros artículos.

| Fecha o período | | Detalle de la periodicidad |
|-----------------|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | Anual | La cultura kichwa utilizan la shigra para cargar los frutos que cosechan en la chacra o también este bolso forma parte de sus adornos en la vestimenta habitual. |
| X | Continua | |
| | Ocasional | |
| | Otro | |

| 5. PORTADORES / SOPORTES | | | | | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Tipo | | Nombre | Edad/Tiempo de actividad | Cargo, función actividad | Dirección | Localidad |
| x | Individuos | Cultura Kichwa | N/A | N/A | Comunidad “Juan Pío Montufar” | Comunidad “Juan Pío Montufar” |
| | Colectividades | | | | | |
| | Instituciones | | | | | |
| 6. VALORACIÓN | | | | | | |
| Importancia para la comunidad | | | | | | |
| El bolso de la shigra es mucho más que una simple bolsa; es un símbolo de cultura, tradición, identidad y sostenibilidad. Su importancia radica en su capacidad para preservar y promover la rica herencia cultural de los pueblos kichwas. | | | | | | |
| Sensibilidad al cambio | | | | | | |
| x | Manifestaciones vigentes | El bolso de shigra es una parte importante de la cultura y la artesanía de los pueblos indígenas. | | | | |
| | Manifestaciones Vulnerables | | | | | |
| | Manifestaciones altamente Vulnerables | | | | | |
| 7. INTERLOCUTORES | | | | | | |
| Apellidos y nombres | | Dirección | Teléfono | Sexo | Edad | |
| Sonia Grefa | | Comunidad Juan Pío Montufar | 098 433 2783 | Femenino | N/A | |
| 8. ELEMENTOS RELACIONADOS | | | | | | |
| Código / Nombre | Ámbito | Sub- ámbito | Detalle del sub-ámbito | | | |
| Shigra | Técnicas artesanales tradicionales | Tradiciones culturales | Artesanías | | | |
| 9. ANEXOS | | | | | | |
| Audios | | Videos | Fotografías | Audios | | |
| | | | | | | |
| 10. OBSERVACIONES | | | | | | |
| | | | | | | |
| 11. DATOS DE CONTROL | | | | | | |
| Entidad Investigadora: ESPOCH – SEDE ORELLANA | | | | | | |
| Registrado por: Josselin Sánchez, Nayeli Castillo. | | | | Fecha de registro: 2023/10/02 | | |
| Revisado por: | | | | Fecha revisión: | | |
| Aprobado por: | | | | Fecha aprobación: | | |
| Registro fotográfico: Josselin Sánchez, Nayeli Castillo. | | | | | | |



Ficha N°10 Maito

| | | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|---|--------------|
|  GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR |  INPC | | | |
| | | CÓDIGO | | |
| INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO | | IMG- 20230702- WA0273.jpg | | |
| | | | | |
| 1. DATOS DE LOCALIZACIÓN | | | | |
| Provincia: Orellana | | Cantón: Loreto | | |
| Parroquia: San José de Payamino | | Urbana | x | Rural |
| Localidad: Comunidad Juan Pío Montufar. | | | | |
| Coordenadas WGS84 Z18S-UTM: X (Este): Y (Sur): Z (Altitud): | | | | |
| 2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL | | | | |
|  | | | | |
| Descripción de la fotografía: El maito es una experiencia culinaria única y una muestra de la riqueza de la gastronomía de Juan Pío Montufar, que utiliza ingredientes locales y técnicas tradicionales para crear sabores únicos y deliciosos. Los ingredientes se sazonan con achiote, ajo, cebolla, cilantro y otras hierbas y especias típicas de la región amazónica. Luego, se envuelven en hojas de bijao o kwan panga, que actúan como un envoltorio natural que ayuda a cocinar y aromatizar los alimentos. Este método de cocción en hojas permite que los sabores se mezclen y se intensifiquen, dando como resultado un plato con un sabor profundo y auténtico. | | | | |

| | | | | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Código fotográfico: IMG-20230702_144042_534.jpg | | | | | | |
| 3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN | | | | | | |
| Denominación | | | | | | |
| Maito | | | | | | |
| Grupo Social | | | Lengua (s) | | | |
| Kichwa amazónico | | | Kichwa | | | |
| Ámbito | | | | | | |
| Usos sociales, rituales y actos festivos | | | | | | |
| Sub-ámbito | | | Detalle del Sub-ámbito | | | |
| Tradiciones culturales | | | <i>Artesanías</i> | | | |
| 4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN | | | | | | |
| <p>El maito puede ser preparado con una variedad de ingredientes, que incluyen carne de pescado, pollo, chontacuro, palmito, chontaduro, garabato yuyo, entre otros, lo que lo convierte en un plato versátil. Los ingredientes son sazonados con sal y envueltos en hojas de bijao, que actúan como envoltorios naturales que se exponen al fuego para cocinarlos. El resultado es un plato aromático y lleno de sabores auténticos.</p> | | | | | | |
| Fecha o período | | | Detalle de la periodicidad | | | |
| | Anual | | Es un plato típico de la comuna que cada día tiene mas reconocimiento entro los turistas. | | | |
| x | Continua | | | | | |
| | Ocasional | | | | | |
| | Otro | | | | | |
| 5. PORTADORES / SOPORTES | | | | | | |
| | Tipo | Nombre | Edad/Tiempo de actividad | Cargo, función actividad | Dirección | Localidad |
| x | Individuos | Cultura Kichua | N/A | N/A | Comunidad “Juan Pío Montufar” | Comunidad “Juan Pío Montufar” |
| | Colectividades | | | | | |
| | Instituciones | | | | | |
| 6. VALORACIÓN | | | | | | |
| Importancia para la comunidad | | | | | | |
| <p>Es interesante notar que se sirve con acompañamientos como yuca, plátano verde, palmito y garabato yuyo cocidos, lo que complementa la comida y agrega variedad al plato. La inclusión de encebollado como opción de acompañamiento es una adaptación moderna que puede añadir aún más sabor y textura al maito.</p> | | | | | | |
| Sensibilidad al cambio | | | | | | |
| x | Manifestaciones vigentes | | Es un plato típico de la comuna que cada día tiene mas | | | |
| | Manifestaciones Vulnerables | | | | | |

| | | | | |
|-----------------------------------------------------------------|------------------------------------|------------------------|--------------------------------------|-------------|
| Manifestaciones altamente Vulnerables | reconocimiento entre los turistas. | | | |
| 7. INTERLOCUTORES | | | | |
| Apellidos y nombres | Dirección | Teléfono | Sexo | Edad |
| Sonia Grefa | Comunidad Juan Pío Montufar | 098 433 2783 | Femenino | N/A |
| 8. ELEMENTOS RELACIONADOS | | | | |
| Código / Nombre | Ámbito | Sub- ámbito | Detalle del sub-ámbito | |
| Shigra | Técnicas artesanales tradicionales | Tradiciones culturales | Artesanías | |
| 9. ANEXOS | | | | |
| Audios | Videos | Fotografías | Audios | |
| | | | | |
| 10. OBSERVACIONES | | | | |
| | | | | |
| 11. DATOS DE CONTROL | | | | |
| Entidad Investigadora: ESPOCH – SEDE ORELLANA | | | | |
| Registrado por: Josselin Sánchez, Nayeli Castillo. | | | Fecha de registro: 2023/10/02 | |
| Revisado por: | | | Fecha revisión: | |
| Aprobado por: | | | Fecha aprobación: | |
| Registro fotográfico: Josselin Sánchez, Nayeli Castillo. | | | | |

Ficha N°11 Chontaduros o Mayones

| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
|  GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR |  | CÓDIGO |
| | | IMG-20230702-WA0273.jpg |
| INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO | | |

1. DATOS DE LOCALIZACIÓN

| | | | | |
|------------------------------------------------|--|-----------------------|---|---------------------|
| Provincia: Orellana | | Cantón: Loreto | | |
| Parroquia: San José de Payamino | | Urbana | x | Rural |
| Localidad: Comunidad Juan Pío Montufar. | | | | |
| Coordenadas WGS84 Z18S-UTM: X (Este): | | | | |
| | | Y (Sur): | | Z (Altitud): |

2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL



Descripción de la fotografía:
 El plato de chontacuro, preparado en maito (una técnica de cocción en hojas de bijao) y en pincho, es una comida típica de la comuna. El nombre "chontacuro" proviene del Kichwa y significa "gusano de chonta" o "mayón". Estas larvas son del coleóptero *Rhynchophorus palmarum*, comúnmente conocido como picudo negro. En otras lenguas, estas larvas también son llamadas "tuku" o "mukint".

Código fotográfico: IMG-20230702_144052_539.jpg

3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

| | |
|-------------------------------------------------------|-------------------|
| Denominación | |
| Kichwas– Comunidad “Juan Pío Montufar”, Cantón Loreto | |
| Grupo Social | Lengua (s) |
| Kichwa amazónico | Kichwa |
| Ámbito | |

| Usos sociales, rituales y actos festivos | | | | | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|-----------|-------------------------------|-------------------------------|
| Sub-ámbito | | Detalle del Sub-ámbito | | | | |
| Gastronomía tradicional | | Comida típica kichwa | | | | |
| 4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN | | | | | | |
| Es una parte fundamental de la dieta diaria de los kichwas de la Amazonía. Su versatilidad en cuanto a la forma de preparación ya sea crudo o cocido, lo hace aún más relevante en su alimentación. | | | | | | |
| Fecha o período | | Detalle de la periodicidad | | | | |
| | Anual | Este plato es una parte integral de la dieta diaria de los kichwas de la Amazonia y se puede consumir tanto crudo como cocido. | | | | |
| x | Continua | | | | | |
| | Ocasional | | | | | |
| | Otro | | | | | |
| 5. PORTADORES / SOPORTES | | | | | | |
| Tipo | Nombre | Edad/Tiempo de actividad | Cargo, función actividad | Dirección | Localidad | |
| x | Individuos | Mayon | N/A | N/A | Comunidad “Juan Pío Montufar” | Comunidad “Juan Pío Montufar” |
| | Colectividades | | | | | |
| | Instituciones | | | | | |
| 6. VALORACIÓN | | | | | | |
| Importancia para la comunidad | | | | | | |
| Tiene una gran importancia nutricional, el chontacuro es apreciado por sus propiedades curativas en algunas comunidades, como se cree que puede ayudar a aliviar la tos y el asma. Esto destaca el valor cultural y medicinal de esta comida en la región. | | | | | | |
| El chontacuro es una fuente excelente de proteínas, vitaminas A, C y E, así como minerales, lo que lo convierte en un recurso valioso desde el punto de vista nutricional. | | | | | | |
| Sensibilidad al cambio | | | | | | |
| x | Manifestaciones vigentes | El chontacuro está ganando interés no solo por su valor cultural y nutricional, sino también debido al creciente interés en el consumo de insectos como una fuente sostenible de proteínas en todo el mundo. | | | | |
| | Manifestaciones Vulnerables | | | | | |
| | Manifestaciones altamente Vulnerables | | | | | |
| 7. INTERLOCUTORES | | | | | | |
| Apellidos y nombres | Dirección | Teléfono | Sexo | Edad | | |
| Sonia Grefa | Comunidad Juan Pío Montufar | 098 433 2783 | Femenino | N/A | | |
| 8. ELEMENTOS RELACIONADOS | | | | | | |

| Código / Nombre | Ámbito | Sub- ámbito | Detalle del sub-ámbito |
|-----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|--------------------------------------|------------------------|
| kichwa | Usos sociales rituales y actos festivos | Gastronomía tradicional | Comida típica Kichwa |
| 9. ANEXOS | | | |
| Audios | Videos | Fotografías | Audios |
| | | | |
| 10. OBSERVACIONES | | | |
| | | | |
| 11. DATOS DE CONTROL | | | |
| Entidad Investigadora: ESPOCH – SEDE ORELLANA | | | |
| Registrado por: Josselin Sánchez, Nayeli Castillo. | | Fecha de registro: 2023/10/02 | |
| Revisado por: | | Fecha revisión: | |
| Aprobado por: | | Fecha aprobación: | |
| Registro fotográfico: Josselin Sánchez, Nayeli Castillo. | | | |

Ficha N°12 Kichwas

| | | | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|---------------------|--------------|
|  GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR | |  INPC | | | |
| INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE REGISTRO | | | | | |
| 1. DATOS DE LOCALIZACIÓN | | | | | |
| Provincia: Orellana | | | Cantón: Loreto | | |
| Parroquia: San José de Payamino | | Urbana | | x | Rural |
| Localidad: Comunidad Juan Pío Montufar. | | | | | |
| Coordenadas WGS84 Z18S-UTM: X (Este): | | Y (Sur): | | Z (Altitud): | |
| 2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL | | | | | |

CÓDIGO

IMG-20230702-WA0273.jpg



Descripción de la fotografía:

El término "kichwas" puede referirse tanto a la etnia indígena en sí misma como a la lengua que hablan. Los kichwas son conocidos por su cosmovisión, su profundo conocimiento de la naturaleza y su relación cercana con el medio ambiente. También tienen una rica tradición de arte, música, danza y medicina ancestral

Código fotográfico: IMG-20230702_144052_534.jpg

3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

| Denominación | |
|-------------------------------------------------------|------------------------|
| Kichwas– Comunidad “Juan Pío Montufar”, Cantón Loreto | |
| Grupo Social | Lengua (s) |
| Kichwa amazónico | Kichwa |
| Ámbito | |
| Usos sociales, rituales y actos festivos | |
| Sub-ámbito | Detalle del Sub-ámbito |
| Grupo étnico | <i>Cultura Kichwa</i> |

4. DESCRIPCIÓN DE LA MANIFESTACIÓN

La armonía que existe entre la comunidad Kichwa y la naturaleza que los rodea, su cultura ancestral, sus saberes, costumbres, rituales, su variada y exótica gastronomía hacen de este pueblo sea digno de admirar.

Es importante destacar que la cultura kichwa es diversa y abarca una variedad de subgrupos y regiones. Cada comunidad kichwa tiene su propia historia, costumbres y tradiciones únicas, pero todos comparten un profundo arraigo en la tierra y una conexión especial con la naturaleza.



| Fecha o período | | Detalle de la periodicidad |
|-----------------|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | Anual | La cultura kichwa es una de las que predomina en el cantón Loreto y se mantiene viva día con día, manteniendo sus costumbres y tradiciones a través de sus generaciones. |
| x | Continua | |
| | Ocasional | |

| | | | | | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Otro | | | | | | |
| 5. PORTADORES / SOPORTES | | | | | | |
| | Tipo | Nombre | Edad/Tiempo de actividad | Cargo, función actividad | Dirección | Localidad |
| x | Individuos | Cultura Kichua | N/A | N/A | Comunidad “Juan Pío Montufar” | Comunidad “Juan Pío Montufar” |
| | Colectividades | | | | | |
| | Instituciones | | | | | |
| 6. VALORACIÓN | | | | | | |
| Importancia para la comunidad | | | | | | |
| La cultura kichwa es valiosa y significativa por su diversidad, conocimiento ancestral, perspectiva sobre la naturaleza y su contribución al enriquecimiento cultural y al respeto de los derechos indígenas. La preservación y el respeto de la cultura kichwa son importantes para un mundo más inclusivo y diverso. | | | | | | |
| Sensibilidad al cambio | | | | | | |
| x | Manifestaciones vigentes | La cultura kichwa se mantiene viva dentro de la amazonia ya que muchas de las personas pertenecientes a la misma se sienten orgullosos ser kichwas. | | | | |
| | Manifestaciones Vulnerables | | | | | |
| | Manifestaciones altamente Vulnerables | | | | | |
| 7. INTERLOCUTORES | | | | | | |
| | Apellidos y nombres | Dirección | Teléfono | Sexo | Edad | |
| | Sonia Grefa | Comunidad Juan Pío Montufar | 098 433 2783 | Femenino | N/A | |
| 8. ELEMENTOS RELACIONADOS | | | | | | |
| | Código / Nombre | Ámbito | Sub- ámbito | Detalle del sub-ámbito | | |
| | kichwa | Usos sociales rituales y actos festivos | Grupo étnico | Cultura Kichwa | | |
| 9. ANEXOS | | | | | | |
| | Audios | Videos | Fotografías | Audios | | |
| | | | | | | |
| 10. OBSERVACIONES | | | | | | |
| | | | | | | |
| 11. DATOS DE CONTROL | | | | | | |
| Entidad Investigadora: ESPOCH – SEDE ORELLANA | | | | | | |
| Registrado por: Josselin Sánchez, Nayeli Castillo. | | | | Fecha de registro: 2023/10/02 | | |
| Revisado por: | | | | Fecha revisión: | | |
| Aprobado por: | | | | Fecha aprobación: | | |
| Registro fotográfico: Josselin Sánchez, Nayeli Castillo. | | | | | | |



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
CERTIFICADO DE CUMPLIMIENTO DE LA GUÍA PARA
NORMALIZACIÓN DE TRABAJOS DE FIN DE GRADO

Fecha de entrega: 29/02/2024

| |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| INFORMACIÓN DE LAS AUTORAS |
| Lourdes Nayeli Castillo Montalvan Josselin Mishell Sánchez Orta |
| INFORMACIÓN INSTITUCIONAL |
| Facultad: Recursos Naturales |
| Carrera: Turismo |
| Título a optar: Licenciada en turismo |
|  Firma del Director del Trabajo de Titulación |
|  Firma del Asesor del Trabajo de Titulación |