



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO
CARRERA DE INGENIERÍA EN TURISMO SOSTENIBLE

DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA
SAN JOSÉ DE PAYAMINO, CANTÓN LORETO, PROVINCIA DE
ORELLANA

TRABAJO DE TITULACIÓN
PROYECTO TÉCNICO PARA LA TITULACIÓN DE GRADO

PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL
TÍTULO DE INGENIERA EN TURISMO SOTENIBLE

JESSICA SILVANA FIALLOS BONILLA

ORELLANA- ECUADOR
2018

Derechos de Autor Copyright

©2018, Jessica Silvana Fiallos Bonilla.

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 del autor.

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN TURISMO SOSTENIBLE

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

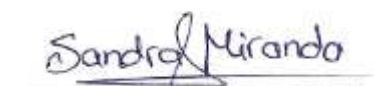
El tribunal del trabajo de titulación certifica que: El trabajo de proyectos técnicos: **DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA SAN JOSÉ DE PAYAMINO, CANTÓN LORETO, PROVINCIA DE ORELLANA**, de responsabilidad de la señorita Jessica Silvana Fiallos Bonilla, ha sido minuciosamente revisado por los miembros del tribunal del trabajo de titulación, quedando autorizada su presentación.

TRIBUNAL DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

ING. DANNY DANNIEL CASTILLO VIZUETE
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN



ING. SANDRA PATRICIA MIRANDA SALAZAR
MIEMBRO DEL TRIBUNAL



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Jessica Silvana Fiallos Bonilla, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes y el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 06 de marzo del 2018



Jessica Silvana Fiallos Bonilla
CI: 220005692-3

Yo, Jessica Silvana Fiallos Bonilla soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en esta Tesis y el patrimonio intelectual del Trabajo de Titulación de Grado pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

JESSICA SILVANA FIALLOS BONILLA



DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios por haberme brindado salud y fuerzas para poderlo llevar a cabo y cumplir con una nueva meta.

A mis padres Angel Fiallos y Emela Bonilla por brindarme su apoyo incondicional cada instante, por enseñarme hacer una persona de bien, darme esa valentía para no rendirme y mostrarme el camino hacia la superación.

A mis queridos hermanos Alex, Sandra, Rosa y Darwin por sus palabras de aliento y ánimo que me motivan a seguir adelante cada día, a mis adorados sobrinos John, Nicole, Justin y Hassam las personitas que alegran mis días, aquellos que me inspiran alegría y felicidad.

A mis queridos maestros que formaron parte de mi vida estudiantil que aportaron con sus conocimientos y me prepararon para los desafíos de la vida profesional.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por bendecirme por haberme hecho llegar hasta donde estoy y cumplir un sueño más anhelado.

Mi agradecimiento infinito a mis amados padres quienes han estado apoyándome en los buenos y malos momentos de mi vida que con su esfuerzo y buenos deseos han hecho posible que yo culmine esta etapa de mis estudios.

Por otro lado, a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por permitirme prepararme y obtener un título profesional.

A mis distinguidos maestros Ing. Danny Castillo e Ing. Sandra Miranda que con nobleza y entusiasmo dedicaron su tiempo y formaron parte de mi tribunal de trabajo de titulación.

Agradezco a todas las personas que aportaron de alguna manera y formaron parte de la culminación de mi carrera.

TABLA DE CONTENIDO

I.	DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA SAN JOSÉ DE PAYAMINO, CANTÓN LORETO, PROVINCIA DE ORELLANA.....	1
II.	INTRODUCCIÓN.....	1
A.	IMPORTANCIA.....	1
B.	PROBLEMA.....	2
C.	JUSTIFICACIÓN.....	2
III.	OBJETIVOS.....	3
A.	OBJETIVO GENERAL.....	3
B.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	3
IV.	HIPÓTESIS.....	4
V.	REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	5
A.	EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO.....	5
1.	Turismo.....	5
2.	Turismo sostenible.....	5
3.	Potencial turístico.....	5
4.	Diagnóstico turístico.....	5
5.	Sistema turístico.....	6
6.	Oferta turística.....	6
7.	Inventario turístico.....	7
8.	Recursos naturales.....	7
9.	Recursos culturales.....	7
10.	Jerarquización de los atractivos turísticos.....	8
11.	Infraestructura.....	8
12.	Demanda turística.....	8
B.	ESTUDIO DE MERCADO.....	8
1.	Componentes del estudio de mercado.....	9
C.	DISEÑO TÉCNICO DEL PRODUCTO TURÍSTICO.....	10
1.	Producto turístico.....	10
2.	Circuito o corredor turístico.....	11
3.	Centro turístico.....	11
4.	Localización del proyecto.....	11
5.	Paquete Turístico.....	11
6.	Marketing mix.....	12
7.	Promoción turística.....	12
D.	ESTUDIO DEL IMPACTO AMBIENTAL.....	12
E.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL.....	13
1.	Organización.....	13
2.	Administración.....	13
3.	Marco Legal.....	13
F.	ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	13
1.	Análisis económico.....	13
2.	Análisis financiero.....	14
VI.	MATERIALES Y MÉTODOS.....	15
A.	CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR.....	15
1.	Localización.....	15
2.	Ubicación geográfica.....	15
3.	Límites.....	15
4.	Características climáticas.....	16
5.	Clasificación ecológica.....	16
6.	Características del suelo.....	16
7.	Hidrografía.....	16
B.	MATERIALES Y EQUIPOS.....	17
1.	Materiales.....	17

2.	Equipos	17
C.	METODOLOGÍA.....	17
1.	Evaluar el potencial turístico	17
2.	Elaborar el estudio de mercado.....	18
3.	Diseñar técnicamente el producto turístico.....	21
4.	Elaborar el estudio administrativo legal.	21
5.	Determinar la viabilidad ambiental.....	22
6.	Determinar el estudio económico financiero.	22
VII.	RESULTADOS	23
A.	EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA	23
1.	Diagnóstico situacional.....	23
B.	ESTUDIO DE MERCADO	37
1.	Análisis de la demanda	37
2.	Análisis de la oferta turística	55
3.	Confrontación de la demanda-oferta.....	59
4.	Análisis mercadotécnico	61
C.	ESTUDIO TÉCNICO	68
D.	DETERMINAR LA EVALUACIÓN AMBIENTAL	85
E.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL.....	86
1.	Organización para la operación del producto turístico	86
2.	Requisito para el registro como Centro de Turismo Comunitario	88
3.	Requisito para el funcionamiento del Centro de Turismo Comunitario	88
4.	Requerimiento para el área comercial.....	88
5.	Proceso de inducción	89
6.	Estructura organizativa del proyecto	90
7.	Manual de cargos y responsables.....	91
F.	ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	94
1.	Análisis económico.....	94
2.	Análisis financiero	98
VIII.	CONCLUSIONES.....	99
IX.	RECOMENDACIONES.....	100
X.	RESUMEN	101
XI.	SUMMARY.....	102
XII.	BIBLIOGRAFÍA	103
XIII.	ANEXOS	106

LISTA DE TABLAS

	Pag.
Tabla VII-1: Auto identificación según su cultura y costumbres.....	23
Tabla VII-2: Población total por sexo.....	24
Tabla VII-3: Nivel de instrucción más alto al que asistió.....	25
Tabla VII-4: Abandono escolar en el Cantón Loreto.....	25
Tabla VII-5: Medio de abastecimiento de agua.....	26
Tabla VII-6: Servicio de eliminación de excretas.....	26
Tabla VII-7: Servicio de recolección de basura.....	27
Tabla VII-8: Descripción de servicios de telecomunicaciones en la parroquia.....	28
Tabla VII-9: Ecosistemas de la Parroquia de Payamino.....	29
Tabla VII-10: Principales usos del suelo.....	30
Tabla VII-11: Uso y ocupación del suelo por tipos de coberturas.....	30
Tabla VII-12: Flora de la Parroquia San José de Payamino.....	31
Tabla VII-13: Fauna de la Parroquia San José de Payamino.....	32
Tabla VII-14: Directiva de la parroquia.....	35
Tabla VII-15: Atractivos turísticos naturales.....	35
Tabla VII-16: Atractivos turísticos culturales.....	36
Tabla VII-17: Cálculo de la muestra turistas nacionales y extranjeros.....	37
Tabla VII-18: Género.....	38
Tabla VII-19: Edad.....	39
Tabla VII-20: Lugar de Procedencia.....	39
Tabla VII-21: Estado Civil.....	40
Tabla VII-22: ¿Con quién suele viajar?.....	41
Tabla VII-23: ¿Cómo organiza sus viajes?.....	41
Tabla VII-24: ¿Cuál es el motivo de su viaje?.....	42
Tabla VII-25: ¿Por qué medios de comunicación se informa sobre actividades turísticas?.....	42
Tabla VII-26: ¿Le interesaría conocer la parroquia San José de Payamino?.....	43
Tabla VII-27: ¿Visitaría usted la parroquia por medio de un paquete turístico?.....	43
Tabla VII-28: ¿Qué actividades les gustaría realizar en la parroquia San José de Payamino? ...	44
Tabla VII-29: ¿Qué tipo de servicios le gustaría recibir al visitar la parroquia.....	44
Tabla VII-30: ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a permanecer en la parroquia.....	45
Tabla VII-31: ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar durante su estancia?.....	45
Tabla VII-32: Género.....	46
Tabla VII-33: Edad.....	46
Tabla VII-34: Lugar de Procedencia.....	47
Tabla VII-35: Estado Civil.....	47
Tabla VII-36: ¿Con quién suele viajar?.....	48
Tabla VII-37: ¿Cómo organiza sus viajes?.....	48
Tabla VII-38: ¿Cuál es el motivo de su viaje?.....	49
Tabla VII-39: ¿Por qué medios de comunicación se informa sobre actividades turísticas?.....	49
Tabla VII-40: ¿Le interesaría conocer la parroquia San José de Payamino?.....	50
Tabla VII-41: ¿Visitaría usted la parroquia por medio de un paquete turístico?.....	50
Tabla VII-42: ¿Qué actividades les gustaría realizar en la parroquia San José de Payamino? ...	51
Tabla VII-43: ¿Qué tipo de servicios le gustaría recibir al visitar la parroquia ?.....	51
Tabla VII-44: ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a permanecer en la parroquia.....	52
Tabla VII-45: ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar durante su estancia?.....	52
Tabla VII-46: Demanda Potencial.....	54
Tabla VII-47: Demanda de clientes nacionales.....	55
Tabla VII-48: Demanda de clientes extranjeros.....	55
Tabla VII-49: Oferta sustitutiva de clientes nacionales.....	57
Tabla VII-50: Oferta sustitutiva de clientes extranjeros.....	57
Tabla VII-51: Proyección de la oferta respecto a clientes nacionales.....	57
Tabla VII-52: Proyección de la oferta respecto a clientes extranjeros.....	58
Tabla VII-53: Proyección de la oferta de clientes nacionales.....	58

Tabla VII-54: Proyección de la oferta de clientes extranjeros	58
Tabla VII-55: Demanda nacional insatisfecha	59
Tabla VII-56: Demanda extranjera insatisfecha.....	59
Tabla VII-57: Demanda insatisfecha total	60
Tabla VII-58: Demanda nacional insatisfecha por actividades respecto a la demanda nacional	60
Tabla VII-59: Demanda insatisfecha por actividades respecto a la demanda extranjera	60
Tabla VII-60: Anuncio por la televisión	63
Tabla VII-61: Activos fijos	66
Tabla VII-62: Inversiones diferidas	67
Tabla VII-63: Gastos del área comercial	67
Tabla VII-64: Requerimientos de talento humano para área comercial.....	67
Tabla VII-65: Demanda objetiva de turistas nacionales	68
Tabla VII-66: Demanda objetiva de turistas extranjeros	68
Tabla VII-67: Demanda objetiva nacional para la actividad 1: caminata	69
Tabla VII-68: Demanda objetiva nacional para la actividad 2: convivencia cultural	69
Tabla VII-69: Demanda objetiva nacional para la actividad 3: observación de flora y fauna	69
Tabla VII-70: Demanda objetiva nacional para la actividad 4: deportes de aventura.....	70
Tabla VII-71: Demanda objetiva nacional para la actividad5: pesca deportiva.....	70
Tabla VII-72: Demanda objetiva nacional para la actividad 1: caminata	70
Tabla VII-73: Demanda objetiva nacional para la actividad 2: convivencia cultural	71
Tabla VII-74: Demanda objetiva nacional para la actividad 3: observación de flora y fauna	71
Tabla VII-75: Demanda objetiva nacional para la1 actividad 4: deportes de aventura.....	71
Tabla VII-76: Demanda objetiva nacional para la actividad 5: pesca deportiva.....	72
Tabla VII-77: Demanda nacional.....	72
Tabla VII-78: Demanda extranjera	72
Tabla VII-79: Paquete N°1 Comunidad Campo Alegre y Jumandi	75
Tabla VII-80: Comunidad Juan Pio Montufar	77
Tabla VII-81: Estructura del costo del paquete N°1	79
Tabla VII-82: Estructura para el paquete N°2.....	80
Tabla VII-83: Activos fijos para el área productiva.....	83
Tabla VII-84: Inversión diferida	83
Tabla VII-85: Insumos y materiales.....	83
Tabla VII-86: Mano de obra directa.....	84
Tabla VII-87: Mano de obra indirecta	84
Tabla VII-88: Mantenimiento	84
Tabla VII-89: Combustibles.....	84
Tabla VII-90: Matriz de mitigación ambiental	85
Tabla VII-91: Requisito para el registro como Centro de Turismo comunitario	88
Tabla VII-92: Requisito para el funcionamiento del Centro de Turismo Comunitario	88
Tabla VII-93: Selección e inducción al talento humano de la empresa	88
Tabla VII-94: Proceso de inducción	89
Tabla VII-95: Capacitación del talento humano	89
Tabla VII-96: Requerimiento del talento humano para área administrativa	89
Tabla VII-97: Activos fijos para el área administrativa	89
Tabla VII-98: Gasto para el área administrativa	90
Tabla VII-99: Gerencia	91
Tabla VII-100: Asesor jurídico	92
Tabla VII-101: Secretaria.....	92
Tabla VII-102: Área productiva.....	92
Tabla VII-103: Área comercial	93
Tabla VII-104: Inversiones	94
Tabla VII-105: Pago deuda	95
Tabla VII-106: Depreciaciones de activos fijos	95
Tabla VII-107: Amortizaciones de activos diferidos	95
Tabla VII-108: Costos y gastos.....	96

Tabla VII-109: Presupuesto de ingresos	96
Tabla VII-110: Estado de resultados.....	97
Tabla VII-111: Flujo de caja.....	97
Tabla VII-112: Evaluación financiera.....	98
Tabla VII-113: Periodo de recuperación del capital	98

LISTA DE FIGURAS

	Pag.
Figura VI-1: Mapa Político	15
Figura VII-1: Género	38
Figura VII-2: Edad	39
Figura VII-3: Procedencia.....	40
Figura VII-4: Estado Civil	40
Figura VII-5: ¿Con quién suele viajar?	41
Figura VII-6 : ¿Cómo organiza sus viajes?.....	41
Figura VII-7: ¿Cuál es el motivo de su viaje?.....	42
Figura VII-8: ¿Por qué medios de comunicación se informa sobre actividades turísticas?	42
Figura VII-9: ¿Le interesaría conocer la parroquia san José de Payamino?	43
Figura VII-10: ¿Visitaría Ud. la parroquia por medio de un paquete turístico?	43
Figura VII-11: ¿Qué actividades les gustaría realizar en la parroquia?	44
Figura VII-12: ¿Qué tipo de servicios le gustaría recibir al visitar la parroquia?	44
Figura VII-13: ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a permanecer en la parroquia?	45
Figura VII-14: ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar durante su estancia?	45
Figura VII-15: Género	46
Figura VII-16: Edad	46
Figura VII-17: Procedencia.....	47
Figura VII-18: Estado Civil	47
Figura VII-19: ¿Con quién suele viajar?	48
Figura VII-20: ¿Cómo organiza sus viajes?.....	48
Figura VII-21: ¿Cuál es el motivo de su viaje?.....	49
Figura VII-22: ¿Por qué medios de comunicación se informa sobre actividades turísticas?	49
Figura VII-23: ¿Le interesaría conocer la parroquia san José de Payamino?	50
Figura VII-24: ¿Visitaría Ud. la parroquia por medio de un paquete turístico?	50
Figura VII-25: ¿Qué actividades les gustaría realizar en la parroquia?	51
Figura VII-26: ¿Qué tipo de servicios le gustaría recibir al visitar la parroquia?	52
Figura VII-27: ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a permanecer en la parroquia?	52
Figura VII-28: ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar durante su estancia?	53
Figura VII-29: Marca	61
Figura VII-30: Logotipo.....	61
Figura VII-31: Pagina Web.....	64
Figura VII-32: Red Social.....	64
Figura VII-33: Tarjeta de presentación	65
Figura VII-34: Tríptico parte frontal.....	65
Figura VII-35: Tríptico parte lateral	66
Figura VII-36: Macrolocalización.....	73
Figura VII-37: Microlocalización	74
Figura VII-38: Flujograma del paquete N°1	81
Figura VII-39: Flujo grama del paquete N° 2	82
Figura VII-40: Organigrama estructural	90
Figura VII-41: Organigrama funcional	91

DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA SAN JOSÉ DE PAYAMINO, CANTÓN LORETO, PROVINCIA DE ORELLANA.

II. INTRODUCCIÓN

A. IMPORTANCIA

El turismo se ha consolidado en las últimas décadas como un sector clave para el desarrollo económico y social, la creación de empleo y el bienestar de numerosas comunidades de las Américas. Como resultado del continuo incremento de su cuota en el producto interior bruto de los países de las Américas, su importancia como fuente de divisas y de empleo, el sector ocupa hoy un lugar más destacado en las agendas nacionales (Organización Mundial del Turismo, 2013).

El turismo puede ser beneficioso, ya que genera directa e indirectamente un aumento de la actividad económica en los lugares visitados, pero también ampliamente destructivo si no es manejado apropiadamente, ya que puede finalizar con la riqueza del patrimonio natural y cultural de cualquier país.

La provincia de Orellana, es la sexta de la Región Amazónica fue creada el 28 de julio de 1998, abarca a cuatro cantones del nororiente-orientado de la provincia de Napo: Loreto, Aguarico, La Joya de los Sachas y Francisco de Orellana. Su extensión territorial es de 22.000 kilómetros cuadrados y su población de 65.000 habitantes (Ecuador On line, s.f).

El cantón Loreto se ubica en una de las ecoregiones de mayor riqueza biológica del mundo, es parte de la Reserva de Biosfera Sumaco y fue declarado cantón ecológico, mediante Ordenanza, aprobada en febrero de 2006, Loreto se caracteriza por los importantes recursos naturales relacionados con la fauna y flora, así como la producción de maderas finas, plantas ornamentales, exóticas y medicinales. (Torres & Pazmiño, 2009)

La parroquia San José de Payamino, se encuentra ubicada en la parte norte del cantón Loreto cuentan con una diversidad de flora, fauna y fuentes hídricas recursos que son importantes para el desarrollo de la actividad turística, los pobladores mantienen sus costumbres y tradiciones, actualmente los sábados y domingos exhiben sus productos alimenticios y medicinales en la feria indígena debido a que es un espacio destinado a gente de distintas comunidades, para que puedan ofrecer sus productos y de esta manera subsistir (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015).

Por lo tanto, la parroquia San José de Payamino necesita alentar y fortalecer la idea de convertir su territorio en un espacio reconocido turísticamente apto para recibir turistas nacionales y extranjeros, con la implementación de un producto turístico que involucre a la comunidad generando rentabilidad económica, social y ambiental.

B. PROBLEMA

La parroquia San José de Payamino es un paraíso natural desconocido, con gran potencial turístico que no son aprovechados turísticamente, uno de los mayores problemas es el desconocimiento del valor patrimonial natural y cultural, la falta de inversión económica e intervención de los gobiernos autónomos descentralizados en atender aspectos sociales como servicios básicos, buena accesibilidad, la falta de estudios académicos, capacitaciones, falta de mantenimiento de los lugares turísticos entre otros, carecen de productos turísticos que puedan ser ofertados y promocionados, lo cual limita el progreso económico y turístico.

Con esta información se diseña un producto turístico para la parroquia San José de Payamino, se busca plantear soluciones a los problemas de ofertas y servicios turísticos promoviendo el desarrollo local e incremento económico a través del turismo, mediante la participación activa de los habitantes, optimizando el uso de los recursos, las formas de gestión comunitaria y acentuar el ingreso del turismo como un factor de ingreso económico para el buen desarrollo de la parroquia.

C. JUSTIFICACIÓN

La parroquia San José de Payamino toma al turismo como una actividad importante dentro de su desarrollo, sin embargo no cuenta con un estudio técnico que determine la potencialidad turística del territorio y mucho menos con un producto turístico que influya directamente en el sector turístico, y que refuerce el desarrollo de esta actividad con la finalidad de renovar la calidad de vida de los habitantes involucrados directa e indirectamente puesto que este documento constituirá una herramienta satisfactoria.

Por esta razón se propone elaborar un diseño de un producto turístico ofertando paquetes turísticos que integren los recursos de carácter natural y cultural propias de cada una de las zonas, que brinde a los visitantes la oportunidad y experiencia de realizar actividades turísticas en conjunto con los habitantes de la zona.

Hay que tener en cuenta que este lugar cuenta con varios atractivos naturales y culturales, por este motivo podríamos aprovechar estos recursos con el propósito de captar la mayor cantidad de turistas para que San José de Payamino sea un lugar de referencia en la Provincia de Orellana y beneficie a la parroquia generando empleo a los pobladores, aportando a la economía y desarrollo turístico, que permita establecer la viabilidad técnica integrando elementos de tipo legal, comercial, financiero, asistencia técnica y capacidades locales para una adecuada operación.

III. OBJETIVOS

A. OBJETIVO GENERAL

1. Diseñar un producto turístico para la parroquia San José de Payamino, Cantón Loreto, Provincia de Orellana.

B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Evaluar el potencial turístico de la parroquia San José de Payamino
2. Elaborar el estudio de mercado
3. Diseñar técnicamente el producto turístico
4. Definir el estudio administrativo legal
5. Determinar la viabilidad ambiental
6. Determinar el estudio económico financiero

IV. HIPÓTESIS

¿Es factible el diseño de un producto turístico para la parroquia San José de Payamino?

V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO

1. Turismo

El turismo se considera un fenómeno complejo en el que intervienen un gran número de actores públicos y, privados, individuales y colectivos, entre los que se establecen interacciones derivadas de la segmentación y la transversalidad características de la actividad turística (Rodríguez & Acosta, 2009).

2. Turismo sostenible

Aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad es repartida de forma equitativa, y donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje (Almijara, 2008).

3. Potencial turístico

El potencial turístico de una región o municipio se debe evaluar en forma integral, considerando los factores determinantes tanto de la oferta de servicios turísticos prevalecientes localmente, como de los que definen la demanda actual y esperada de los posibles visitantes de esa región. De esta manera se puede establecer que el potencial turístico de una región o municipio está determinado por la capacidad que tienen los productos turísticos de ese sitio para satisfacer los gustos y preferencias actuales de los visitantes a una región en particular. Para realizar una evaluación del potencial turístico es necesario primeramente valorar cuál es el desarrollo turístico actual para determinar de qué manera los productos turísticos actuales contribuyen al turismo del destino (Covarrubias, 2015, pág. 2).

4. Diagnóstico turístico

El diagnóstico, que, comparando los resultados del análisis de la situación, permitirá identificar los puntos fuertes y débiles del territorio, las oportunidades y los riesgos, y por último, decidir la convivencia de desarrollar o no el turismo en la zona (Covarrubias, 2015, pág. 3).

La realización de un diagnóstico turístico es necesaria dentro de un estudio para vincular directamente el turismo con la ordenación del territorio (Díaz, Crecente, & Álvarez, 2004).

5. Sistema turístico

El turismo no es un fenómeno simple y aislado, sino que responde a un todo, a un sistema integral de fuerzas socioeconómicas, fuerzas sociales, necesidades y requerimientos, aspectos técnicos y humanos que obliga a considerar toda una serie de factores inherentes al mismo, así como su entorno (Arauz, 2010, pág. 35).

Conjunto de elementos (infraestructura, superestructura, demanda, comunidad local, atractivos, planta turística, producto turístico) interrelacionados que propiciarán satisfacción a las necesidades de uso del tiempo libre (Arauz, 2010, pág. 35).

6. Oferta turística

En la oferta participan el medio ambiente y tres grupos de actores, que en términos generales son los prestadores de servicios, las comunidades locales y las autoridades de los tres niveles de gobierno (Covarrubias, 2015).

El medio ambiente provee los recursos naturales; cada región o localidad puede brindar una gran variedad de recursos dependiendo de sus condiciones geográficas y de la naturaleza. Por su parte, los prestadores de servicios ofrecen las instalaciones de alojamiento, alimentación y servicios de esparcimiento y recreación; es decir, proporcionan los servicios turísticos básicos y los atractivos artificiales (Covarrubias, 2015).

1) Atractivo turístico

Los atractivos realmente auténticos son aquellos que no han sido “inventados”, paisajes naturales o aspectos de la cultura local que son únicos, no se pueden copiar y constituyen una ventaja competitiva. Por el contrario, hay regiones que dependen de atracciones creadas por el hombre tales como casinos o parques temáticos. Dicho tipo de atracciones presentan un mayor riesgo ante la competencia porque no ofrecen nada que no pueda ser replicado en otro lugar y han de introducir cambios constantemente para mantener su posición competitiva (Covarrubias, 2015).

2) Planta turística

Es el registro de todas las instalaciones y los equipos de producción de los servicios turísticos de un país, y se les denomina equipamiento que se subdivide en cuatro categorías:

- a) Alojamiento.
- b) Alimentación.
- c) Esparcimiento.
- d) Otros servicios.

7. Inventario turístico

Dentro del estudio del entorno físico de los proyectos turísticos se encuentra el denominado inventario turístico, que se debe determinar a partir de la relación de cuatro componentes:

- a. Atractivos turísticos
- b. Planta turística
- c. Infraestructura
- d. Superestructura turística

Se utiliza el término recursos y se dice, por tanto, inventario de recursos turísticos, aunque es más aconsejable emplear la palabra patrimonio, así, se dice inventario del patrimonio turístico.

Siguiendo la secuencia de los cuatro elementos indicados, el patrimonio turístico se define como la relación entre la materia prima (atractivos turísticos); la planta turística (aparato productivo); la infraestructura (dotación de apoyo al aparato productivo) y la superestructura (subsistema organizacional y recursos humanos disponibles para operar el sistema) (Tabares, 2006, pág. 8).

Quedaría incompleto si no se analizan sistemáticamente las cuatro partes que integran el patrimonio turístico, porque la carencia o deficiencia de cualquiera de ellas afecta al resto. En realidad, el diagnóstico de un plan global siempre ha de contener un detallado inventario de los atractivos turísticos con que cuenta la región donde se planea realizar el proyecto (Tabares, 2006, pág. 8).

Es decir, todos los espacios turísticos pero dicho inventario queda incompleto si no se aplica la respectiva jerarquización a cada atractivo, las actividades turísticas que se pueden desarrollar en cada atractivo deben encajar dentro de las siguientes categorías:

- 1) Esparcimiento
- 2) Visitas culturales
- 3) Visitas a sitios naturales
- 4) Deportivas
- 5) Asistencia a acontecimientos programados.

8. Recursos naturales

Esta categoría constituye la medida fundamental de la oferta: los recursos naturales de que dispone un área para uso y placer de los visitantes. Los elementos básicos en esta categoría incluyen al aire y el clima, los accidentes geográficos, el terreno, la flora, la fauna, los cuerpos de agua, las playas, las bellezas naturales, etc. (Llamas, Pérez, & Hinojosa, 2012).

9. Recursos culturales

Los recursos culturales son indicadores de la variedad de actividades con los que cuentan la sociedad ya que existen vínculos entre la historia y la evolución de un sitio determinado. Es por esto que los recursos naturales constituyen la identidad de las comunidades y de esta manera es

de suma importancia cuidar ya que son únicos y representativos del patrimonio turístico que hacen posible un producto turístico de calidad (Covarrubias, 2015, pág. 21).

10. Jerarquización de los atractivos turísticos

La jerarquización determina la calidad del atractivo turístico y el tipo de mercado que puede atraer en lo que concierne al entorno físico.

Es de suma importancia el estudio del clima, puesto que inclusive nos indica como puede ser el diseño del proyecto Cuando los turistas van a viajar lo primero que se preguntan es que clase de ropa se debe llevar, si pesada porque el clima es frío o liviana porque la región es de clima cálido El estudio se lleva a cabo analizando series cronológicas de varios años, mediante datos que se recaban en centros de meteorología a partir de los cuales se pueden predecir los días de sol, indicar los probables promedios de temperatura por años y temporadas, los promedios de precipitación, los vientos, etcétera (Tabares, 2006, pág. 8).

11. Infraestructura

La infraestructura consta de todas las construcciones subterráneas y de superficie, como los sistemas eléctricos y de comunicaciones, sistemas de eliminación de aguas negras, tuberías de gas, sistemas eléctricos y de comunicaciones, sistemas de alcantarillado y otras instalaciones construidas como autopistas, aeropuertos, vías férreas, carreteras, tuberías de gas, calzadas, estacionamientos, parques, iluminación nocturna, marinas e instalaciones portuarias, estaciones de autobuses y de trenes, centros vacacionales, hoteles, moteles, restaurantes, centros comerciales, lugares de espectáculos, museos, tiendas y estructuras similares (Llamas, Pérez, & Hinojosa, 2012).

12. Demanda turística

La demanda turística es el segundo componente que dentro del potencial turístico necesita ser analizado para poder definir el nivel de compatibilidad entre la oferta y la demanda turística, la demanda incluye cifras de gran relevancia como lo son cuántos visitantes arriban al destino, el tipo de transportación utilizado, los días de estadía y qué tipo de hospedaje que utilizaron y finalmente el dinero gastado por turista (Covarrubias, 2015, pág. 22).

B. ESTUDIO DE MERCADO

Proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica (Thompson, 2008).

1. Componentes del estudio de mercado

a. Análisis de la demanda

El propósito principal que se pretende con el análisis de la demanda es determinar y medir ¿cuáles son las fuerzas que afectan al mercado con respecto a un bien o servicio?, así como establecer la posibilidad del servicio del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. La demanda está en función de una serie de factores como son: su precio en términos reales, el nivel de ingreso de la población, los precios de sus sustitutos o de sus servicios complementarios, entre otros (Vargas & Cerna, 2007).

1) Segmentación del mercado

La segmentación del mercado es el proceso de análisis e identificación de grupos de consumidores en un mercado donde comparten características parecidas y también necesidades muy similares.

Estos grupos de clientes reaccionarán posiblemente de forma parecida a las campañas de publicidad que hayamos planificado, si hemos elegido adecuadamente el segmento del mercado, tenido en cuenta la zona geográfica, el perfil del consumidor y el producto. Una elección inadecuada o errónea será el fracaso de toda acción empresarial en el campo del Marketing (Domínguez, 2009).

2) Universo o población

Se conoce como universo o población al conjunto total del conglomerado humano que se investiga.

3) Tamaño de la muestra

Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevarán a cabo la investigación con el fin posterior de generalizar los hallazgos del todo (Montoya, 2013).

Fórmula para determinar la muestra (Canavos, 1998):

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q}{(N-1) \left(\frac{e}{z} \right)^2 + p \cdot q}$$

Dónde:

n= tamaño de la muestra

N= universo de estudio

e= margen de error o precisión (5%)

z= constante de corrección, nivel de confianza (1,96)

p= probabilidad de ocurrencia (0,5) constante

q= probabilidad de no concurrencia (0,5) constante

b. Análisis de la oferta

Según Kotler & Armstrong (2013) menciona que:

La Oferta es la combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrece en un mercado para satisfacer una necesidad o deseo, sin limitarse a productos físicos sino también a servicios, actividades o beneficios.

En la caracterización de la oferta se toma en cuenta los siguientes aspectos:

1. Producto y/o servicios con los que cuenta.
2. Condiciones de calidad.
3. Características únicas.
4. Precios.
5. Autorizaciones con las que se cuenta (licencias)
6. Capacidad de instalada.

c. Confrontación de la oferta vs demanda

La confrontación entre la oferta y la demanda está predeterminada, es perogrulladamente la compraventa en sí misma; ahora, que entre ambas acciones haya desequilibrio resulta normal en las sociedades capitalistas en las cuales no existe planificación total entre las necesidades de este o aquel bien y la correspondiente capacidad y efectividad para producirlos. Cada productor opera según su cuota de mercado, y de esta toma los precios que en él rijan para ajustar los precios de su personalísima oferta (Martínez, 2016).

d. Preparación de la encuesta y análisis de resultados

La encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica (Thompson, 2008)

C. DISEÑO TÉCNICO DEL PRODUCTO TURÍSTICO

1. Producto turístico

El destino turístico se define como “el país, región o ciudad hacia el que se dirigen los visitantes, teniéndolo como su principal objetivo y es el destino turístico, el lugar donde tiene que desplazarse la demanda para consumir el producto turístico (Llamas, Pérez, & Hinojosa, 2012, pág. 3).

Se encuentra conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado, para un confort material o espiritual, en forma individual o en gama muy amplia de combinaciones resultante de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista,

se puede decir así, que el producto turístico se conforma por la oferta turística de un destino, que a su vez la componen el conjunto de atractivos, bienes, servicios y facilidades capaces de atraer al visitante (Llamas, Pérez, & Hinojosa, 2012, pág. 3).

2. Circuito o corredor turístico

Corresponde a una vía de conexión cuya función es importante para vincular zonas y áreas turísticas. El área de influencia del corredor se extiende, según sus características hasta varios kilómetros, dependiendo de los atractivos que sea posible visitar desde la ruta principal (Gonza, 2009).

3. Centro turístico

Un centro turístico es todo conglomerado urbano que cuenta en su propio territorio o en su radio de influencia con atractivos turísticos suficientes para motivar un viaje turístico. A fin de permitir un viaje de ida y de regreso en el día, el radio de influencia se ha estimado en dos horas de distancia-tiempo (Vicente & Beltrán, 2011).

Los centros turísticos se asemejan a los polos de desarrollo, con la particularidad de que el radio de influencia de un centro turístico encierra una situación distinta, porque este sector sólo es capaz de generar desarrollo dentro del espacio que abarcan los atractivos dispersos en su entorno, condicionada a que la planta turística este completa (Vicente & Beltrán, 2011).

4. Localización del proyecto

a. Macrolocalización

Es el estudio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto, esto se puede identificar por medio de mapas (Zamacona, 2012).

b. Microlocalización

Selección y delimitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizara y operara el proyecto dentro de la macro zona (Zamacona, 2012).

5. Paquete Turístico

Un paquete turístico, alguno de los componentes del servicio básico como una noche de hotel, algún atractivo que toma entidad propia, un país, una región, un continente, o propiamente dicho un centro turístico (Martínez, Vázquez, & Caraballo, 2011).

a. Características del Paquete Turístico

La gama de productos turísticos es amplísima por su variedad. Puede tratarse de servicios turísticos o de productos. Unos y otros pueden estar asociados a los desplazamientos, al alojamiento, al transporte, a la gastronomía, etc. Además, dentro de esos apartados cabrían subdivisiones: turismo etnográfico en el apartado gastronómico, por ejemplo. También pueden adquirirse y consumirse en el mismo contexto geográfico o en otros muy distantes y distintos, como ya hemos mencionado. Pueden estar asociados al sol y a la playa, al campo, a la cultura, a la historia, a la nieve, a los congresos y al riesgo (González, 2010).

6. Marketing mix

El Marketing mix se utiliza para englobar a sus cuatro componentes básicos: producto, precio, distribución y comunicación. Estas cuatro variables también son conocidas como las 4Ps por su acepción anglosajona (product, price, place y promotion). Las 4Ps del marketing (el marketing mix de la empresa) pueden considerarse como las variables tradicionales con las que cuenta una organización para conseguir sus objetivos comerciales. Para ello es totalmente necesario que las cuatro variables del marketing mix se combinen con total coherencia y trabajen conjuntamente para lograr complementarse entre sí. (Quinte, 2005, pág. 78).

7. Promoción turística

La promoción turística son todas las formas utilizadas para lograr que los clientes actuales y potenciales perciban los productos, los deseen y los compren, se definen como una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que buscan incentivar e impulsar a las personas a viajar, así como estimular el crecimiento y mejorar las operaciones turísticas (Cruz & Albuquerque, 2010).

D. ESTUDIO DEL IMPACTO AMBIENTAL

Consisten en una estimación predictiva o una identificación presente de los daños o alteraciones ambientales, con el fin de establecer las medidas preventivas, las actividades de mitigación y las medidas de rehabilitación de impactos ambientales producidos por una probable o efectiva ejecución de un proyecto de cualquiera de las fases, las mismas que constituirán herramientas técnicas para la regularización, control y seguimiento ambiental de una obra, proyecto o actividad que suponga un riesgo ambiental (Secretaría de Ambiente, 2018).

E. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

1. Organización

La organización es, a un mismo tiempo, acción y objeto. Como acción, se entiende en el sentido de actividad destinado a coordinar el trabajo de varias personas, mediante el establecimiento de tareas, roles o labores definidas para cada una de ellas, así como la estructura o maneras en que se relacionarán en la consecución de un objetivo o meta. Como objeto, la organización supone la realidad resultante de la acción anterior; esto es, el espacio, ámbito relativamente permanente en el tiempo, bajo el cual las personas alcanzan un objetivo preestablecido (Thompson, 2007).

2. Administración

La capacidad de coordinar hábilmente muchas energías sociales con frecuencia conflictivas, en un solo organismo, para que ellas puedan operar como una sola unidad (Thompson, 2009).

3. Marco Legal

El marco legal proporciona las bases sobre las cuales las instituciones construyen y determinan el alcance y naturaleza de la participación política. En el marco legal regularmente se encuentran en un buen número de provisiones regulatorias y leyes interrelacionadas entre sí (Vera, 2013).

F. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

1. Análisis económico

El análisis económico estudia la estructura y evolución de los resultados y de la rentabilidad de los capitales utilizados. Esto se realiza a través de la cuenta de pérdidas y ganancias y para que sea significativa debe cumplir dos requisitos: (Fernández, Aparicio, & Cervera, 2015) afirma que:

La cuenta de resultados también se denomina así a la cuenta de pérdidas y ganancias puede variar senciblemente según los criterios de valoración que se hayan adoptado por lo que debe ser depurada de tal forma que refleje un resultado homogéneo con otros periodos de tiempo y otras empresas.

La cuenta de resultados afluyen una serie de flujos de muy distinta naturaleza y debe estar claramente diferenciados entre resultados de explotación normal y los resultados extraordinarios o atípicos.

2. Análisis financiero

El análisis financiero, por lo tanto, es un método que permite analizar las consecuencias financieras de las decisiones de negocios. Para esto es necesario aplicar técnicas que permitan recolectar la información relevante, llevar a cabo distintas mediciones y sacar conclusiones. (Pérez & Merino, 2011, pág. 6).

Un análisis consiste en distinguir y separar las partes de un todo para llegar a conocer sus elementos y principios. Se trata del examen que se realiza de una realidad susceptible de estudio intelectual (Porto & Merino, 2014).

VI. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

La parroquia San José de Payamino se encuentra ubicada en el cantón Loreto, provincia de Orellana, cuenta con 5 comunas San José de Payamino, Jumandi, Juan Pío Montufar, San Francisco y Verde Sumaco, 6 comunidades Campo Alegre, Unión Amazónica, 8 de Diciembre, Unión Progreso, La Puyo, El Rocío y 2 sectores Pato Rumi y San Ramón (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015).



Figura VI-1: Mapa Político

Nota: (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 27)

2. Ubicación geográfica

La parroquia San José de Payamino se encuentra ubicada en el cantón Loreto, provincia de Orellana, proyectadas UTM zona 18S Datum WGS1984.

X: 245854.10

Y: 9944683.45

Altura: 310 msnm

3. Límites

Norte: Parroquia: San Luis de Armenia

Sur: Cantón Loreto, Pto. Murialdo

Este: Parroquia: San Luis de Armenia

Oeste: Provincia Napo –Chaco

4. Características climáticas

a. Temperatura

Es una región del bosque húmedo tropical cuya temperatura oscila entre 24°C a 27°C, precipitación anual: 1800 a 4200 mm (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 12).

b. El clima

Está clasificado como predominantemente tropical Húmedo (96.6%), con veranos frescos y lluviosos; en invierno se registra el 60% de lluvias (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 12).

5. Clasificación ecológica

Payamino se encuentra ubicada en la región del Sumaco, que es una de las zonas con mayor diversidad del país. Esto se debe a la alta variación bioecológica existente ya que es una de las pocas áreas del mundo que reúne en un espacio reducido a una gran variedad de formaciones vegetales o zonas de vida que van desde el páramo andino hasta las llanuras amazónicas. Y existen 7 zonas de vida definidas por Holdridge los cuales son: Bosque húmedo Tropical, Bosque muy húmedo Tropical, Bosque muy húmedo Premontano, Bosque pluvial Premontano, Bosque pluvial Montano Bajo, Bosque pluvial Montano C. y Páramo pluvial Subandino (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 38).

6. Características del suelo

Los Suelos más generalizados pertenecen al orden de los INCEPTISOL y ENTISOL ya que son ricos en arcillas expansibles, con grietas en los períodos secos, de colores rojizos, los mismos que poseen un 35% o más de arcilla en todos los horizontes hasta por lo menos 2, 50 mtrs, de naturaleza simétrica donde se afloran que son suelos incipientes, poco desarrollados (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 27).

7. Hidrografía

La parroquia cuenta con el río Payamino, que nace en las faldas del volcán Sumaco tiene una longitud de 82 km, de los cuales el majestuoso Río Payamino posee un recorrido de 37,7 Km aproximadamente dentro de los límites administrativos de la parroquia San José de Payamino, atraviesa de suroeste a noreste de la jurisdicción parroquial, sus afluentes principales son los siguientes: río Bigay, Molino, Tutapishco, Shishiguano y Paushiyacu (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 14).

B. MATERIALES Y EQUIPOS

1. Materiales

Libreta de apuntes, esferos, hojas de papel boom, CD's, borrador.

2. Equipos

Computadora, memoria USB, impresora, cámara digital, GPS, calculadora.

C. METODOLOGÍA

1. Evaluar el potencial turístico

a. Diagnóstico situacional de la parroquia.

Se recopiló información secundaria de diferentes documentos de sitios web, folletos y por medio de las entidades gubernamentales con la finalidad de determinar el estado situacional de la parroquia San José de Payamino, además se analizó las características de la parroquia en los siguientes aspectos:

- 1) En el ámbito físico espacial del cual se obtuvo información de la división política-administrativa, los límites y vías de acceso.
- 2) En el ámbito socio-cultural información que incluye la historia, población, nivel de educación, servicios básicos, tipos de vivienda, salud, medios de transporte, comunicación, sanitarios, utilización del combustible y abastecimiento de productos.
- 3) En el ámbito ecológico-territorial las condiciones ambientales, clasificación ecológica, usos del suelo, descripción de flora y fauna e hidrología.
- 4) Económico productivo: actividades económicas, desarrollo actual del turismo en la zona, participación de interés de la población en el desarrollo turístico.
- 5) Político administrativo: administración interna, asociatividad (organizaciones), instituciones que trabajan en la zona.

a. Inventario de atractivos turístico

Se visitó la parroquia San José de Payamino para la elaboración de las fichas técnicas de los atractivos naturales más relevantes utilizando la metodología del Ministerio de Turismo del Ecuador, donde se evaluó y jerarquizó cada uno de los atractivos, y para la inventariación de los atractivos culturales se utilizó la ficha de atractivos culturales propuesta por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador.

b. Infraestructura turística

Se revisó en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia San José de Payamino.

c. Planta turística

Se revisó en el catastro de los prestadores de servicios turísticos que se encuentran legalmente catalogados por el Ministerio de turismo.

d. Superestructura turística

Se determinó las instituciones responsables las cuales apoyan para que haya un buen funcionamiento en el sistema turístico, esto se logró mediante la revisión del marco legal tanto nacional como local que inciden directa o indirectamente en el desarrollo de la actividad turística.

2. Elaborar el estudio de mercado.

Se tuvo en cuenta tres componentes importantes entre ellos está la demanda, la oferta y la confrontación de oferta - demanda.

a. Análisis de la demanda

1) Segmentación

Se tomó en cuenta la cantidad de turistas nacionales y extranjeros que han visitado la provincia de Orellana.

2) Universo

El universo se obtuvo con el número de turistas nacionales y extranjeros registrados por la Coordinación General de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado de la provincia de Orellana.

3) Muestra

Se empleó la fórmula de poblaciones finitas que se detalla a continuación:

$$n = \frac{N(P * Q)}{N - 1\left(\frac{e}{2}\right)^2 + (P * Q)}$$

n: tamaño de la muestra

N: universo de estudio

e: margen de error o precisión admisible (5%, este % es variable)

z: nivel de confianza (1.96)

p: probabilidad de ocurrencia (0.5)

q: probabilidad de no ocurrencia (0.5)

4) Técnicas e instrumentos

La técnica que se aplicó es la encuesta con el instrumento cuestionario.

5) Recolección de información

Las encuestas se efectuaron en lugares estratégicos como el malecón de la ciudad del Coca terminales de Loreto y el Coca, el aeropuerto, el cuestionario fue detallado en español e inglés para turistas nacionales y extranjeros.

6) Sistematización de información

En el programa de Office Excel se realizó la sistematización de los resultados de las encuestas que nos muestran los gustos y preferencias de los turistas.

7) Perfil del turista

Para determinar el perfil del turista nacional y extranjero se tomó en cuenta los porcentajes más altos de la tabulación de resultados.

a. Análisis de la oferta

Se tomó en cuenta los productos turísticos que se están ofertando actualmente en la parroquia San José de Payamino, y mediante el catastro de atractivos turístico del cantón Loreto se pudo identificar los servicios que podrían aportar a la actividad turística en la parroquia.

- 1) oferta sustitutiva
- 2) proyección de la oferta

b. Confrontación de la demanda y competencia

La confrontación demanda y competencia da a conocer la demanda insatisfecha en el transcurso del tiempo a partir de los datos que se consiguieron, se pudo calcular la demanda objetiva para el presente año, por lo tanto, se calculó la proyección de la demanda y oferta futura.

1) Demanda potencial

La confrontación de la demanda y competencia determinó el consumo total de los servicios que realizan las empresas a los turistas en el año 2016. Con la siguiente la fórmula:

$$DP = DT \times \% \text{ aceptación}$$

DP= demanda potencial

DT=demanda total

% de aceptación

Se realizó el cálculo de la proyección de la demanda potencial para los próximos 5 años a partir de los datos de la demanda y oferta usando la fórmula del incremento compuesto.

$$\text{Fórmula: } Co = Cn(1 + i)^n$$

Co = año a proyectar

Cn = demanda actual: turistas

i = incremento de turismo

n = el año a proyectarse

2) Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha se calculó para precisar que demanda aún no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta por el producto turístico.

$$DI = DP - C$$

DI = Demanda insatisfecha

DP= Demanda potencial

C= Competencia

c. Determinación de la demanda objetiva

1) Demanda objetiva

Se puntualizó la demanda objetiva en relación a la captación de turistas que se requiere para definir el producto turístico, mediante la fórmula:

DO= Demanda objetivo

DI= Demanda Insatisfecha

%= % de captación

d. Análisis mercado técnico

Para el análisis mercado técnico se elaboró el nombre, slogan, marca, isotipo, logotipo y publicidad para la puesta en marcha del producto.

3. Diseñar técnicamente el producto turístico.

a. Tamaño del proyecto

Se estableció cuantos turistas posiblemente accedan al producto turístico, al igual cuantos paquetes se venderá, mediante el cálculo de la demanda objetiva tanto de clientes como del producto y el consumo aparente.

- 1) Demanda objetiva por cliente
- 2) Demanda objetiva por producto
- 3) Consumo aparente
- 4) Diseño de la Planta

b. Localización del proyecto

Se elaboró dos mapas de la macro y microlocalización del proyecto para obtener la ubicación exacta de la parroquia y el circuito turístico.

c. Flujogramas de procesos del producto

Se realizó dos flujogramas de acuerdo a los dos paquetes para exponer la función que se efectúa en los procesos del producto.

d. Esquema del diseño de las actividades

Puntualiza cada actividad que se va a realizar en el proyecto.

e. Diseño del producto

- 1) Propuesta del producto
- 2) Requerimientos para el área productiva

4. Elaborar el estudio administrativo legal.

Se determinó el marco legal del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización. Se definió el tipo de empresa, el organigrama funcional.

a. Requisitos para el funcionamiento de la empresa

- 1) Selección e inducción de talento humano
- 2) Proceso de selección

- 3) Proceso de inducción
- 4) Capacitación al talento humano
- 5) Requerimientos del área administrativa
- 6) Estructura orgánica de la empresa
- 7) Manual de cargos y funciones

5. Determinar la viabilidad ambiental.

Para determinar el nivel de impacto para la creación del Centro de turismo comunitario en la parroquia se empleó la matriz de mitigación ambiental.

6. Determinar el estudio económico financiero.

a. Análisis económico

- Activos fijos, diferidos y capital de trabajo
- Fuentes de financiamiento y uso de fondos
- Cálculo de depreciaciones y amortizaciones
- Presupuesto de costos y gastos
- Costos e Ingresos
- Estado de resultados
- Flujo de caja del proyecto

b. Análisis financiero

Se calculó:

El Valor Actual Neto (VAN), para tener la seguridad de que el proyecto generará un flujo de caja suficiente para cubrir la inversión inicial.

La Tasa Interna de Retorno (TIR), para identificar la rentabilidad del capital invertido.

La relación Beneficio-Costo (B/C), para determinar si el proyecto generará una relación de ganancias o pérdidas entre estos dos factores.

Periodo de recuperación de capital (PRC), para identificar el año en donde se cubrirá toda la inversión.

VII. RESULTADOS

A. **EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA SAN JOSÉ DE PAYAMINO**

1. Diagnóstico situacional

a. **Ámbito físico**

1) **División política administrativa**

La parroquia San José de Payamino, está compuesta por la cabecera parroquial ubicada en la comunidad de San José de Payamino, las comunas y comunidades (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 14)

2) **Vías de acceso**

Existen vías fluviales por el río payamino 50 km aproximadamente y el río paushiyacu 25 km aproximadamente y vías terrestres como la interoceánica que va de Loreto al Coca 53 km, en las periferias de la parroquia, vías secundarias tales como: Campo Alegre 21 km, La Puyo 23 km, Vía de acceso a Verde Sumaco 5 km, de igual manera se cuenta con la vía Granda Centeno por donde también se ingresa a Verde Sumaco 8 km, Altamira 3 km, Ishpingo Pakcha 3 km y Juan Pío Montufar 4 km.

b. **Ámbito socio- cultural**

1) **Etnicidad**

Tabla VII-1: Auto identificación según su cultura y costumbres

Auto identificación	Hombre	Mujer	Total	%
1.Indígena Kichwa	1189	1112	2301	73,63%
2. Afroecuatoriano/a Afrodescendiente	8	7	15	0,48%
3.Negro/a	2	-	2	0,06%
4.Mulato/a	8	10	18	0,58%
5.Montubio/a	8	6	14	0,45%
6.Mestizo/a	400	348	748	23,94%
7.Blanco/a	14	11	25	0,80%
8.Otro/a	-	2	2	0,06%
Total	1629	1496	3125	100,00%

Nota: (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, págs. 63-64)

La parroquia cuenta con una variedad de auto identificación según su cultura y tradiciones la más alta tiene un porcentaje del 73,63% que son de la raza indígena y en menor cantidad esta la raza blanca 0,80 % y otro el 0,06%.

2) Historia de la parroquia San José de Payamino

Hace 500 años atrás, un grupo de familias Quijos del pueblo de Sumaco, comenzaron una migración que les llevo, hasta su presente ubicación en la desembocadura del río Tutapishco, donde formaron la comuna de San José de Payamino, por diferentes circunstancias tuvieron que trasladarse por cuatro ocasiones, así que afines de la década de los 70 retornaron a la bocana del río Tutapishco, en donde se unieron con los residentes del pueblo antiguo de Payamino para formar el centro poblado de San José de Payamino.

En San José se construyó la Actual escuela y casa comunal. Hubo una capilla en el lugar donde hoy se encuentra el sub centro de salud y algunas casas se construyeron allí también. El sitio fue nombrado cabecera parroquial y a fines de la década de los 80, los residentes de San José de Payamino se les otorgaron su título de propiedad. Después del terremoto causado por la erupción del volcán Reventador en el año de 1987, se construyeron las casas que hoy se encuentran en el centro poblado, con una donación de la comunidad europea (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 17).

3) Población total

El número de habitantes de San José de Payamino es de 3125, según el Censo de población y vivienda realizado por el INEC en el año 2010 (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 53).

Tabla VII-2: Población total por sexo

Sexo	Casos	%
1. Hombre	1629	52%
2. Mujer	1496	48%
Total	3125	100%

Nota: (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 53)

El 100% de la población en la parroquia San José de Payamino se encuentra ubicado en la zona rural y dispersa en comunidades el número de habitantes de 3125 habitantes, del cual el 52% corresponde a hombres y el 48% de mujeres (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 17).

4) Nivel de instrucción

Tabla VII-3: Nivel de instrucción más alto al que asistió

Nivel de instrucción más alto	Hombre	Mujer	Total	%
1.Ninguno	49	84	133	5%
2.Centro de Alfabetización/(EBA)	12	33	45	2%
3.Preescolar	32	24	56	2%
4.Primario	546	496	1042	40%
5.Secundario	186	127	313	12%
6.Educación Básica	361	332	693	26%
7.Bachillerato - Educación Media	122	96	218	8%
8.Ciclo Postbachillerato	7	10	17	1%
9.Superior	32	21	53	2%
10.Se ignora	26	23	49	2%
Total.	1373	1246	2619	100%

Nota: (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 58).

El 40% de los habitantes tuvieron un nivel de instrucción solo de primaria como porcentaje más alto, seguido del 26% que recibieron educación básica y en menor porcentaje con el 1% ciclo postbachillerato.

5) Deserción escolar

La deserción o abandono escolar en el sector rural es el 5.88%, que generalmente sucede porque las familias migran a otras provincias (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 59).

Tabla VII-4: Abandono escolar en el Cantón Loreto.

TASA DE ABANDONO ESCOLAR	TOTAL	URBANO	RURAL
1.PERIODO 2009-2010	6.11	6.42 %	5.88 %
2.PERIODO 2012-2013	5.28	4.69 %	5.68 %

Nota: (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 59)

La tasa de abandono escolar en la parroquia San José de Payamino en el periodo del 2009-2010 tiene un total del 5.88% seguido del periodo 2012-2013 con un 5.68%.

a. Distribución de la infraestructura escolar

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2015 del cantón Loreto dentro de la cobertura educativa del cantón existen un total de 86 Unidades técnicas educativas (UTE), distribuidas 5 en el área urbana y 81 en el sector rural, el número de docentes contabilizan un total de 530 para una población estudiantil de aproximadamente 7.513, el tipo de sostenimiento corresponde a 75 Unidades educativas de carácter Fiscal y 11 establecimientos Fisco misionales; 85 UTE laboran en jornada matutina; y 1 desarrolla sus actividades en jornada nocturna (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 59)

6) Servicios básicos

a) Abastecimiento de agua

El abastecimiento de agua en las viviendas de acuerdo al censo del año 2010 arroja los siguientes resultados:

Tabla VII-5: Medio de abastecimiento de agua

Censo	# Viviendas	Red pública		Río, vertiente		Pozo		Otro medio	
		Casos	%	Casos	%	Casos	%	Casos	%
2010	581	10	1.72	401	69.01	150	25.81	20	3.44
2001	496	5	1.01	312	62.9	145	29.23	32	6.45

Nota: (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 97)

En términos generales la cobertura del servicio público para el abastecimiento de agua es del 1.72% a nivel parroquial; lo que indica que este servicio es nulo en toda la parroquia y además indica que no existe ningún tipo de tratamiento al agua que consume la población, el resto de población prácticamente se abastece de la captación directa del río o de pozos sobre todo en el área rural con el 69% (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 97).

b) Alcantarillado y eliminación de excretas

El déficit de la cobertura de agua potable y alcantarillado sanitario es el mayor de los problemas por la expansión de las áreas urbanas y los caseríos rurales en la parroquia de Payamino. La tabla muestra el tipo de servicio para eliminación de excretas (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 98).

Tabla VII-6: Servicio de eliminación de excretas

Tipo de servicio higiénico o escusado	2001		2010	
	Casos	%	Casos	%
Conectado a red pública de alcantarillado	0	0	2	0.3
Conectado a pozo séptico	39	7.86	59	15.83
Conectado a pozo ciego	100	20.16	92	48,3
Con descarga directa al mar, río, lago o quebrada	357	71.98	38	6.54
No tiene			373	64.2
Letrina			17	2.92
Total	496	100	581	100

Nota: (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 99).

De acuerdo al censo el 0.3% de las viviendas se encuentra conectado a la red pública de alcantarillado, y un porcentaje importante se encuentra conectado a un pozo séptico o no tiene el servicio de eliminación con el 64,2% (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 99).

c) Recolección de basura

El servicio de recolección de basura atiende al 3.44 % de las viviendas de la parroquia que corresponde prácticamente a la cabecera parroquial y los alrededores de la vía principal hacia Loreto, el servicio se lo realiza una vez por semana, los otros medios de eliminación de desechos sólidos se los detalla en la tabla adjunta, tomando en cuenta que los desechos sólidos en su mayoría no reciben tratamientos (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 99).

Tabla VII-7: Servicio de recolección de basura

Eliminación de la basura	2001		2010	
	Casos	%	Casos	%
1.Por carro recolector	2	0,4	20	3.44
2.La arrojan en terreno baldío o quebrada	170	34.27	303	52.15
3.La queman	108	21.77	154	26.5
4.Otro	216	43.55	104	15.98
Total	496	100	581	100

Nota: (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 100).

Los habitantes de San José de Payamino desechan su basura en terreno baldío o quebrada con un 52.15% algunos queman la basura con un 26%, un 15.98 utilizan otras maneras de eliminar su basura y el 3,44% usan el carro recolector de basura.

d) Energía Eléctrica

El 52.32% de la parroquia San José de Payamino tiene energía eléctrica de la red pública y el 2.58% tiene planta eléctrica propia; sin embargo existe un alto porcentaje (44.23%) de viviendas que no tiene energía eléctrica, presentando el mayor déficit de este servicio en el cantón Loreto, incluso en relación con sus parroquias vecinas, el porcentaje es bajo (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 100).

e) Salud

- **Centro de Salud**

Se encuentra ubicado en la comunidad San Francisco construido por la dirección provincial de salud Orellana, con una infraestructura en mal estado (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 59).

- **Puesto de salud**

Existen dos puestos de salud construidos por el Gobierno Provincial de Orellana, y se encuentran ubicados en la comunidad de Payamino, el mismo que cuenta con un enfermero (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 60)

- **Parteras**

Las parteras han aprendido de la tradición de sus madres lo que implica la atención de un parto y se encargan de poner en posición correcta a los bebés que están mal ubicados, sin embargo ellas no están preparadas para realizar chequeos a lo largo del embarazo (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 60).

f) Transporte

- **Sistema de transporte**

Al interior de la localidad existe el servicio de transporte una vez al día; y el acceso a las fincas aledañas es por medio de vehículos de los propietarios de las mismas. Así también, la única vía que cuenta con señalización es la Interoceánica Hollín Loreto, Coca (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 110).

g) Acceso a servicios de telecomunicaciones

En el cantón existe la cobertura de servicio telefónico móvil por las empresas Claro, Movistar y Alegró; sin embargo, a nivel de la parroquia es mínima la cobertura conforme se registran en los datos del último censo nacional del 2010 (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 110).

En el siguiente cuadro se registran datos que demuestran la carencia de servicios de conectividad en la localidad:

Tabla VII-8: Descripción de servicios de telecomunicaciones en la parroquia.

Descripción	Teléfono convencional		Teléfono celular		Internet		Computadora	
Si	1	0,17%	236	48,92%	6	1,03%	18	3,10%
No	580	99,83%	285	51,08%	575	98,97%	563	96,90%
Total	581	100%	52100%	100%	581	100%	581	100%

Nota: (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 111).

Los servicios de telecomunicaciones tienen una cobertura baja en la localidad, con porcentajes de 0,17% en el caso de telefonía convencional e internet con el 1,03%; la diferencia se observa en el caso de la cobertura de telefonía móvil con el 48,92% (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 111).

h) Radio y televisión

La emisora Son oriente 92,5 (Loreto) y Cumandá (Coca) es el medio que permite la información entre comunidades. En cuanto a la disponibilidad de televisión por cable apenas el 2.07% dispone de este servicio, mientras que el 97.93% no tiene acceso (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 111).

c. Ámbito ecológico territorial

1) Condiciones ambientales de la zona

a) Temperatura

La temperatura media anual es de 25 °C, con máximas de 26°C n la parte este de la parroquia.

b) Relieve

El relieve está determinado por las características de montaña y llanura amazónica, forma parte de la cordillera oriental ubicada al oeste de la parroquia, donde encontramos una altura de 3800 msnm en la cumbre del volcán Sumaco y desciende hacia el este a una altura de 260 msnm (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 23).

2) Clasificación ecológica

Tabla VII-9: Ecosistemas de la Parroquia de Payamino

Ecosistemas	Has	Km2	%
Agua	1049,95	10,5	1%
Bosque inundado de palmas de la llanura aluvial de la Amazonía	144,45	1,44	0%
Bosque siempre verde de tierras bajas del Napo-Curaray	41200,99	412,01	49%
Bosque siempre verde montano alto del Norte de la Cordillera Oriental de los Andes	66,18	0,66	0%
Bosque siempre verde montano bajo del Norte de la Cordillera Oriental de los Andes	9154,22	91,54	11%
Bosque siempre verde montano del Norte de la Cordillera Oriental de los Andes	1699,13	16,99	2%
Bosque siempre verde piemontano del Norte de la Cordillera Oriental de los Andes	21555,67	215,56	26%
Herbazal y Arbustal siempre verde del Páramo del volcán Sumaco	102,68	1,03	0%
Intervención	8540,94	85,41	10%

Nota: (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 42).

En este recuadro encontramos 9 tipos de ecosistemas el que posee más hectáreas es el Bosque siempre verde de tierras bajas del Napo-Curaray 49%.

3) Uso del suelo

En áreas en donde hay más influencia humana, la cubierta vegetal se comporta como un factor muy dinámico, puesto que cambia su fisonomía a causa de la intervención permanente del hombre en donde predominan las condiciones naturales, dichos cambios son poco notorios por que la acción humana es menos intensa, la cual se orienta a aprovechar en algún grado la cubierta natural existente (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 32).

Tabla VII-10: Principales usos del suelo

Cobertura del Suelo	Has	Km²	%
Bosque	72872,32	728,72	87,26%
Cuerpo de agua	994,48	9,94	1,19%
Otras áreas	139,28	1,39	0,17%
Tierra agropecuaria	9399,55	94,00	11,26%
Zona entrópica	108,59	1,09	0,13%

Nota: (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015)

En un análisis más profundo se puede determinar el uso y ocupación del suelo de manera más específica por tipos de coberturas.

Tabla VII-11: Uso y ocupación del suelo por tipos de coberturas

Uso Actual del Suelo	Has	Km²	%
Área poblada	39,51	0,40	0,05%
Área sin cobertura vegetal	139,28	1,39	0,17%
Bosque nativo	72872,32	728,72	87,26%
Cultivo anual	419,96	4,20	0,50%
Cultivo permanente	1705,76	17,06	2,04%
Infraestructura	69,08	0,69	0,08%
Mosaico agropecuario	2756,76	27,57	3,30%
Natural	994,48	9,94	1,19%
Otras tierras agrícolas	37,90	0,38	0,05%
Pastizal	4479,17	44,79	5,36%

Nota: (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 34.)

En el análisis de ambos casos se observa que las zonas de bosques superan el 85% del territorio de la parroquia, se tiene 72872,32 has. de bosque nativo en contraposición de las áreas destinadas a actividades agropecuarias que suman 9399,55 has, área que se encuentran en los bordes de vía principal E20 que conecta las Coca - Loreto con las principales ciudades de la Provincia de Napo y en las riberas del río Payamino y sus afluentes principales, el río Paushiyacu en su parte superior, el río Cunuyacu y sus afluentes hacia el Parque Nacional Sumaco y el Río Suno en su parte media (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 34).

4) Descripción de flora y fauna

a) Flora

Tabla VII-12: Flora de la Parroquia San José de Payamino.

PLANTAS MADERABLES			
Nº	Nombre común	Nombre científico	Familia
1	Cedro	<i>Cedrela odorata</i>	Meliaceae
2	Guayacán	<i>Tabebuia sp.</i>	Bignoniaceae
3	Laurel	<i>Cordia alliodora</i>	Boraginaceae
4	Bálsamo	<i>Myroxylon balsamun</i>	Fabaceae
5	Manzano Colorado	<i>Guarea kunthiana</i>	Meliaceae
6	Porotillo	<i>Erythrina edulis</i>	Fabaceae
7	Coco	<i>Cocos nucifera</i>	Arecaceae
8	Copal	<i>Dacryodes cupularis</i>	Burburaceae
9	Chonta	<i>Bactris gasipaes</i>	Arecaceae
10	Chambira	<i>Astrocaryum chambira</i>	Arecaceae
PLANTAS MEDICINALES			
11	Albaca	<i>Ocimum basilicum</i>	Labiatae
12	Ajo silvestre	<i>Allium sativum</i>	Amaryllidaceae
13	Curarina	<i>Potalia Amoral</i>	Menispermaceae
14	Chiricaspi	<i>Brunfelsia chiricasp</i>	Solanaceae
15	Chiparo	<i>Zygia longifolia</i>	Fabaceae
16	Chuchuhuaso	<i>Maytenus macrocarpa</i>	Celastraceae
17	Guayusa	<i>Ilex guayusa</i>	Aquifoliaceae
18	Jengibre	<i>Zingiber officinale</i>	Zingiberáceas
19	Sangre de drago	<i>Croton lechleri</i>	Euforbiáceas
20	Tabaco	<i>Nicotiana tabacum</i>	Solanaceae
21	Uña de gato	<i>Uncaria tomentosa</i>	Rubiaceae
22	Guarumo	<i>Cecropia peltata L.</i>	Moráceas
PLANTAS ALIMENTICIAS			
23	Ají	<i>Capsicum annum</i>	Solanáceas
24	Arazá	<i>Psidium cattleianum</i>	Mirtáceas
25	Caimito	<i>Pouteria caimito</i>	Sapotaceae
26	Chonta	<i>Bactris gasipaes</i>	Arecáceas
27	Frutipan	<i>Artocarpus altilis</i>	Moraceae
28	Guabas	<i>Inga vera</i>	Fabaceae
29	Granadillas	<i>Passiflora edulis</i>	Passifloraceae
30	Naranjilla	<i>Solanum quiroense</i>	Solanaceae
31	Naranjas	<i>Citrus sinensis</i>	Rutáceas
32	Papaya	<i>Carica papaya</i>	Caricaceae
33	Pepino	<i>Cucumis sativus</i>	Cucurbitáceas
34	Piña	<i>Ananas Comosus</i>	Bromeliaceae
35	Sandía	<i>Citrullus Lanatus</i>	Cucurbitáceas
36	Uvas	<i>Vitis vinífera</i>	Vitaceae
37	Yuca	<i>Manihot sculenta</i>	Euphorbiaceae

Nota: (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 44).

Se puede distinguir la flora silvestre que habita en la parroquia, 37 especies de plantas propias de la zona entre maderables, frutales y alimenticias.

b) Fauna Silvestre

Tabla VII-13: Fauna de la Parroquia San José de Payamino.

ESPECIES ACUÁTICAS			
Nº	Nombre común	Nombre científico	Familia
1	Boas	<i>Boa constrictor</i>	Boidae
2	Bocachicos	<i>Prochilodus nigricans</i>	Prochilodontidae
3	Cachamas	<i>Colossoma macropomum</i>	Characidae
4	Charapas	<i>Podocnemis expansa</i>	Podocnemididae
5	Paiche	<i>Arapaima gigas</i>	Arapaimidae
6	Pez eléctrico	<i>Electrophorus electricus</i>	Gymnotidae
7	Pintadillos	<i>Pseudoplatystoma fasciatum</i>	Pimelodidae
ESPECIES TERRESTRES			
8	Armadillo	<i>Dasybus novemcinctus</i>	Dasyproctidae
9	Culebra equis	<i>Bothriechis bilineatus</i>	Viperidae
10	Guanta	<i>Cuniculus punctata</i>	Cuniculidae
11	Guatusa	<i>Dasyprocta punctata</i>	Dasyproctidae
12	Guatusa negra	<i>Dasyprocta fuliginosa</i>	Dasyproctidae
13	Loro	<i>Aratinga sp.</i>	Psittacidae
14	Jaguar	<i>Panthera onca</i>	Felidae
15	Machaca	<i>Fulgora spp</i>	Fulgoridae
16	Mico nocturno	<i>Aotus vociferans</i>	Cebidae
17	Mono de bolsillo	<i>Cebuella pygmaea</i>	Cebidae
18	Mono chichico	<i>Saginus nigricollis</i>	Cebidae
19	Mono chorongó	<i>Lagothrix lagotricha</i>	Cebidae
20	Mono machín	<i>Cebus albifrons</i>	Cebidae
21	Pava de monte	<i>Penelope sp.</i>	Cracidae
22	Puerco espín	<i>Coendou rothschildi</i>	Erethizontidae
23	Perico cabecioscuro	<i>Aratinga weddellii</i>	Psittacidae
24	Perico cachetirojo	<i>Aratinga erythrogenys</i>	Psittacidae
25	Perdiz	<i>Crypturellus sp.</i>	Tinamidae
26	Puma	<i>Puma concolor</i>	Felidae
27	Raposa	<i>Glironia venusta</i>	Caluromyidae
28	Sajino	<i>Pecari tajacu</i>	Tayassuidae
29	Sapo	<i>Bufo marinus</i>	Bufonidae
30	Tapir	<i>Tapirus terrestres</i>	Tapiridae
31	Tigrillo	<i>Leopardus pardalis</i>	Felidae
32	Tigrillo chico	<i>Leopardus tigrinus</i>	Felidae
33	Tigrillo de cola larga	<i>Leopardus wiedii</i>	Felidae
34	Yaguarundí	<i>Puma yagouaroundi</i>	Felidae

Nota: (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 43).

Podemos distinguir 34 especies de fauna silvestre que habitan en la parroquia entre especies acuáticas y terrestres propias de la zona.

5) Hidrografía

Cuenta con una gran diversidad de ríos, quebradas, el más importante el río Payamino colector natural de los ríos secundarios y de quebradas sin nombre, el majestuoso río Payamino posee una longitud de 37,7 Km aproximadamente dentro de los límites administrativos de la parroquia San José de Payamino además siendo este un río utilizado para la comunicación fluvial con diversas comunidades como tenemos Verde Sumaco, Pato Rumi y San José de Payamino (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 38).

d. Ámbito económico productivo

1) Actividades económicas

La población indígena usualmente se dedica a la producción agrícola proyectada en cultivos en asocio o en “chakras” que permiten de cierta manera obtener productos tanto para el consumo familiar, como para la venta local, pero esto mantiene bajas productividades y pocas ventajas competitivas ante otras parroquias que comparativamente tienen más facilidades, aunque, por otro lado, mantienen los ecosistemas casi intactos y con una alta resiliencia al efecto antrópico. En el caso de las comunidades con colonos, las unidades productivas agropecuarias, tienen un impacto mayor, sobre todo a través de la ganadería que es la que ha abierto el bosque para el establecimiento de pastizales (se cuenta con 12.173.49 ha. de pastos cultivados en la parroquia) y los cuales siguen con proyección a aumentar (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 68).

Sus recursos naturales han incidido para el establecimiento de varios centros turísticos para el recibimiento de turistas, aunque no se ha desarrollado suficientes servicios complementarios que aumenten la competitividad y puedan colocarlos como “atractivos turísticos”, sino solamente como ‘recursos’, aunque el potencial actual es enorme (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 68).

Adicionalmente, además de los sistemas productivos, también están los extractivos, como la madera, las minas de material pétreo y aurífero (oro), así como la extracción de petróleo (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 68).

La extracción de madera y la de petróleo, se realiza dentro del Bloque 7, se ejecuta a través de la empresa Estatal Petro Amazonas, pero es limitado, ya que en su mayoría requiere de personal calificado o que tenga ciertas habilidades en áreas específicas, por lo que se contrata personal externo a la Parroquia generalmente (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 71).

2) Desarrollo actual del turismo

Actualmente con el fortalecimiento de instituciones públicas se han logrado organizar las comunidades Campo Alegre, Juan Pío Montúfar, Jumandi, Verde Sumaco y Payamino para formar parte de una Red de Turismo Comunitario Amazónico de la mano de la Organización sin Fines de Lucro RETHUS (Red de Turismo Comunitario Huataraco Suno), la cual es una iniciativa de una red de comunidades dedicadas al turismo que busca fortalecer y posicionar al cantón Loreto y sus comunidades como el lugar ideal para el turismo comunitario. (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 82).

e. Ámbito político administrativo

La división política administrativa de la parroquia de San José de Payamino, está compuesta por la cabecera parroquial ubicada en la Comunidad de San José de Payamino, las comunas y comunidades de: San José de Payamino, Jumandi, Juan Pío Montufar San Francisco, Verde Sumaco, Campo Alegre, Unión Amazónica, 8 de Diciembre, Unión y Progreso, La puyo, el Rocío, Pato Rumi, San Ramón. Además debe considerarse los sectores de Abdón Padilla, Centro Paugil, Sector Independiente, Palestina, Pura Vida y río Bigay (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 14).

1) Actores públicos, privados y sociedad civil

La parroquia está organizada por comunas, comunidades y sectores, las comunas tienen personería jurídica siendo estas Verde Sumaco, San Francisco, Jumandi Juan Pío Montufar, San José de Payamino. Las comunidades presentes en la parroquia son: El Rocío, Ocho de Diciembre, Unión y Progreso, La Puyo, Campo Alegre y Unión Amazónica; esta última es proceso de legalización jurídica.

Las comunidades realizan asambleas en forma mensual en las que se planifica las actividades, se da a conocer las actividades realizadas por los cabildos y directivas.

En lo que se refiere al GAD Parroquial no existe reglamentos de participación ciudadana y control social, sin embargo periódicamente las autoridades se reúnen con las comunidades para dar el informe de actividades y planificar acciones inherentes a la parroquia (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 118).

2) Componente organizativo

La parroquia San José de Payamino cuenta con personería jurídica.

Tabla VII-14: Directiva de la parroquia

DIRECTIVA DE LA COMUNIDAD	
CARGO	APELLIDOS Y NOMBRES
Presidente	Leonardo Puraquilla
Vicepresidente	Romel Papa
Asistente	Lourdes Grefa
Tesorera	Sonia Grefa
Asesor	Miguel Viteri
1er Vocal	Claudi Jipa
2do Vocal	Domingo Andi
3er Vocal	Jully Sancho

Nota: (Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino, 2015, pág. 3).

La directiva de la parroquia San José de Payamino está integrada por el Presidente el Sr. Leonardo Puraquilla, vicepresidente a cargo de Romel Papa, asistente la señorita Lourdes Grefa como tesorera Sonia Grefa, asesor Miguel Viteri, cuenta con tres vocales Claudi Jipa, Domingo Andi y Jully Sacho.

2. Resumen de los inventarios de atractivos turísticos

En la primera tabla y segunda tabla hallaremos los atractivos turísticos naturales y culturales más relevantes de la parroquia San José de Payamino, los cuales serán tomados en cuenta para el diseño de los paquetes turísticos más adelante.

Tabla VII-15: Atractivos turísticos naturales

N° ATRACTIVO TURÍSTICO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUÍA	PUNTOS
1 Río Shinguno	Sitio Natural	Ríos	Río	II	40
2 Cascada Carachupa	Sitio Natural	Ríos	Cascada	II	46
3 Ishpingo Pakcha	Sitio Natural	Ríos	Cascada	II	37
4 Puma Pakcha	Sitio Natural	Ríos	Cascada	II	34
5 Wayra Pakcha	Sitio Natural	Ríos	Cascada	II	33
6 Río Tutapishco	Sitio Natural	Ríos	Cascada	II	30

Nota: Investigación de campo, 2017

En la primera tabla y segunda tabla hallaremos los atractivos turísticos naturales y culturales más relevantes de la parroquia San José de Payamino, los cuales serán tomados en cuenta para el diseño de los paquetes turísticos más adelante.

Se registraron 6 atractivos naturales los cuales son calificados como jerarquía II, para llegar a esta calificación se tomaron en cuenta la calidad, apoyo y significado. La difusión de los atractivos se hace a nivel local y provincial, entre los subtipos que tiene están en lo natural: cascadas y ríos.

Tabla VII-16: Atractivos turísticos culturales

N°	ATRACTIVO TURÍSTICO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
1	Juego de las Bodoqueras	Manifestación Cultural	Artes de espectáculo	Juegos tradicionales
2	Mingas comunitarias	Manifestación Cultural	Usos sociales, rituales y actos festivos	Prácticas comunitarias tradicionales
3	Chicha de Yuca	Manifestación Cultural	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Gastronomía
4	Maito de pescado	Manifestación Cultural	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Gastronomía
5	Petroglifos Juan Pfo Montufar	Manifestación Cultural	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Espacios simbólicos
6	Cestería Kichwa	Manifestación Cultural	Técnicas artesanales tradicionales	Técnicas artesanales tradicionales
7	Petroglifos Campo Alegre	Manifestación Cultural	Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Espacios simbólicos

Nota: Trabajo de campo, 2017

Se registraron 7 atractivos de manifestaciones culturales de tipo: conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo, usos sociales, rituales y actos festivos, técnicas artesanales tradicionales y artes del espectáculo.

B. ESTUDIO DE MERCADO

1. Análisis de la demanda

a. Segmento de Mercado

Para este análisis se tomó en cuenta el número de turistas nacionales y extranjeros que ingresaron a la provincia de Orellana en el año 2016, lo que hace que la evaluación del potencial turístico de la parroquia San José de Payamino esté dirigido al turismo nacional e internacional.

b. Universo de Estudio

De acuerdo a las estadísticas llevadas por la Coordinación general de turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado de la provincia de Orellana en relación a la afluencia turística a la provincia del año 2016, el promedio es 2272 turistas. El 46,7% corresponden a los extranjeros y el 53,3% a los nacionales. Lo que significa que 1211 son nacionales y 1061 son internacionales.

c. Tamaño de la Muestra

Para la determinación de la muestra se aplicó la fórmula de poblaciones finitas Canavos (1998) obteniendo los siguientes datos:

1) Aplicación de la Fórmula para el cálculo de la muestra:

$$n = \frac{N(P * Q)}{N - 1\left(\frac{e}{z}\right)^2 + (P * Q)}$$

$$n = \frac{2272 \times 0,5 \times 0,5}{(2272 - 1)\left(\frac{0,05}{1,96}\right)^2 + (0,5 * 0,5)}$$

$$n = 329 \text{ Encuestas}$$

Tabla VII-17: Cálculo de la muestra turistas nacionales y extranjeros.

INGRESO TURISTAS	N°	%	ENCUESTAS
NACIONALES	1211	53,30%	175
EXTRANJEROS	1061	46,70%	154
TOTAL	2272	100%	329

Nota: Investigación de campo, 2017

Se realizó 329 encuestas, 175 a los turistas nacionales y 154 a los turistas extranjeros el resultado se obtuvo del cálculo de muestra de la fórmula de Canavos.

d. Diseño del instrumento

Las encuestas que se realizaron en el estudio de la demanda están descritas en español e inglés, para facilitar la obtención de información, además son preguntas cerradas para facilitar la interpretación de resultados y se encuentran en el anexo 2 y 3.

e. Recolección de datos

Las encuestas se aplicaron a turistas nacionales e internacionales, en distintos lugares como: el aeropuerto, el terminal terrestre de Francisco de Orellana y del cantón Loreto, en el puerto del malecón del Coca y por medio de las redes sociales debido a que estos son sitios estratégicos con mayor afluencia de turistas.

f. Interpretación de resultados a los turistas nacionales

1) Género

Tabla VII-18: Género

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Masculino	105	60%
Femenino	70	40%
TOTAL	175	100%

Nota: Investigación de campo, 2017

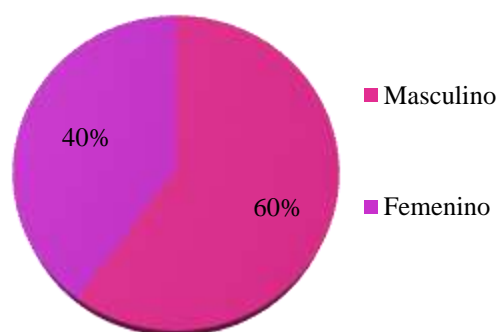


Figura VII-2: Género

Nota: Investigación de campo, 2017

Análisis: El 60% de turistas que visitan el cantón son de género masculino y el 40% de género femenino.

2) Edad

Tabla VII-19: Edad

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
De 15-25 años	98	56%
De 26-35 años	46	26%
De 36-45 años	16	9%
De 46-55 años	9	5%
De 55 o más	6	4%
TOTAL	175	100%

Nota: Investigación de campo, 2017

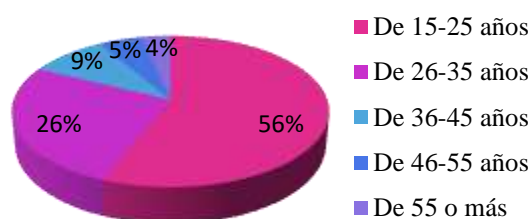


Figura VII-3: Edad

Nota: Investigación de campo, 2017

Análisis: Los visitantes nacionales que llegan a la provincia de Orellana, por el rango de edad se encuentra que el 56% están entre los 15 a 25 años, el 26% está entre 26 a 35 años, el 9% entre 36 a 45 años, el 5% entre 46 a 55 años, y en una minoría encontramos que el 4% son de mayor a 55 años.

3) Procedencia

Tabla VII-20: Lugar de Procedencia

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Orellana	70	39%
Guayas	18	10%
Tungurahua	16	9%
Pichincha	13	7%
Ibarra	12	7%
Bolívar	9	5%
Cotopaxi	8	5%
Napo	8	4%
Sucumbíos	6	3%
Chimborazo	5	3%
Manabí	5	3%
Pastaza	4	2%
Azuay	4	2%
Santa Elena	2	1%
TOTAL	175	100%

Nota: Investigación de campo, 2017

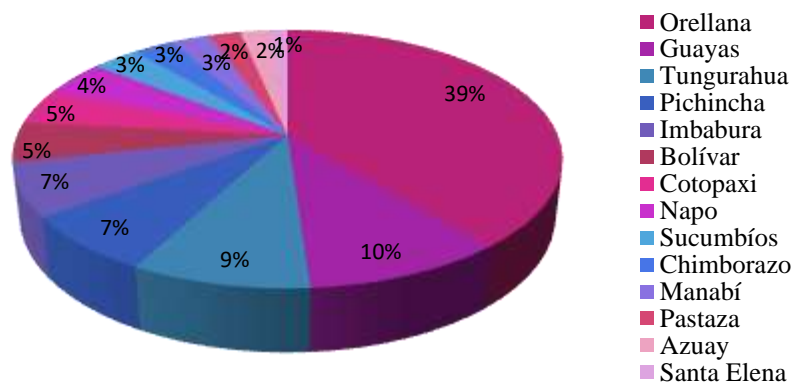


Figura VII-4 : Procedencia
Nota: Investigación de campo, 2017

Análisis: el lugar de procedencia de los encuestados tenemos que el 39% pertenece a la provincia de Orellana, seguido en un 10% del Guayas, el 9% de Tungurahua, el 7% de Pichincha e Imbabura, el 5% de Bolívar y Cotopaxi, el 4% del Napo, el 3% Chimborazo y Manabí, el 2% de Pastaza y Azuay, y tan solo el 1% de Santa Elena.

4) Estado Civil

Tabla VII-21: Estado Civil

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Soltero	115	66%
Casado	37	21%
Divorciado	14	8%
Otro	9	5%
TOTAL	175	100%

Nota: Investigación de campo, 2017

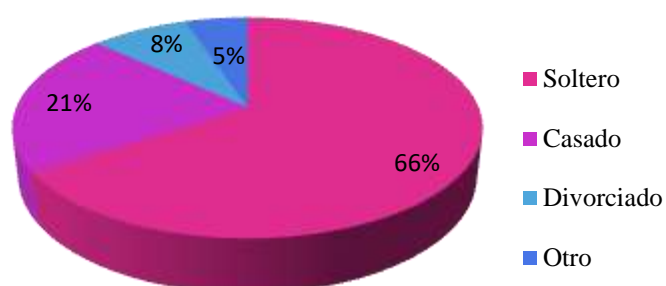


Figura VII-5: Estado Civil
Nota: Investigación de campo, 2017

Análisis: El estado civil de los turistas encuestados en su mayoría son solteros con un 66%, seguido están los casados con un 21%, un 8% divorciados, y un 5% otro.

5) ¿Con quién suele viajar?

Tabla VII-22: ¿Con quién suele viajar?

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Solo	33	19%
Amigos	51	29%
Pareja	24	14%
Familia	67	38%
TOTAL	175	100%

Nota: Investigación de campo, 2017

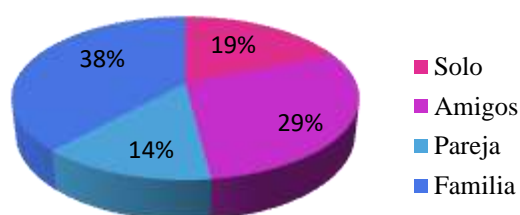


Figura VII-6: ¿Con quién suele viajar?

Nota: Investigación de campo, 2017

Análisis: El 38% de personas suelen viajar con su familia, mientras que un 29 % viaja con sus amigos, el 19% viaja solo y un 14% con su pareja.

6) ¿Cómo organiza sus viajes?

Tabla VII-23: ¿Cómo organiza sus viajes?

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Agencia de viajes	38	22%
Forma independiente	137	78%
TOTAL	175	100%

Nota: Investigación de campo, 2017



Figura VII-7 : ¿Cómo organiza sus viajes?

Nota: Investigación de campo, 2017

Análisis: El 78% de turistas nacionales organizan sus viajes de forma independiente mientras que el 22% lo hace por medio de agencias de viaje.

7) ¿Cuál es el motivo de su viaje?

Tabla VII-24: ¿Cuál es el motivo de su viaje?

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Turismo	78	44%
Trabajo	15	9%
Visitas familiares	70	40%
Investigación	12	7%
TOTAL	175	100%

Nota: Investigación de campo, 2017

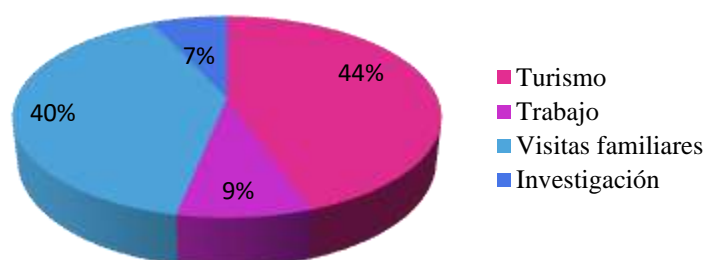


Figura VII-8: ¿Cuál es el motivo de su viaje?

Nota: Investigación de campo, 2017

Análisis: El motivo por el cual viajan nos da como resultado que el 44% viajan por turismo, el 40% por visitas familiares, mientras que un 9% viajan por motivos de trabajo y el 7% por investigación.

8) ¿Por qué medios de comunicación se informa sobre actividades turísticas?

Tabla VII-25: ¿Por qué medios de comunicación se informa sobre actividades turísticas?

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Internet	85	49%
Tv	34	19%
Folletos/revistas	15	9%
Amigos	32	18%
Radio	9	5%
TOTAL	175	100%

Nota: Investigación de campo, 2017

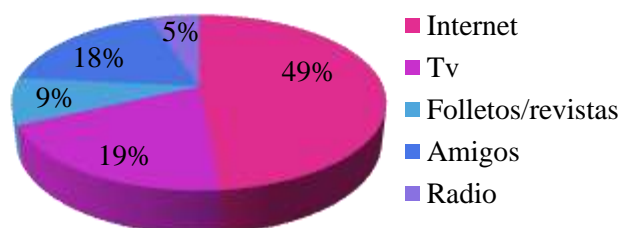


Figura VII-9: ¿Por qué medios de comunicación se informa sobre actividades turísticas?

Nota: Investigación de campo, 2017

Análisis: La manera de informarse de la actividad turística confirma que el 49% de personas lo hace a través del internet, el 19% por televisión, el 18% por medio de sus amigos, el 9% en folletos /revistas y el 5% por radio.

9) ¿Le interesaría conocer la parroquia San José de Payamino?

Tabla VII-26: ¿Le interesaría conocer la parroquia San José de Payamino?

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	160	91%
No	15	9%
TOTAL	175	100%

Nota: Investigación de campo, 2017

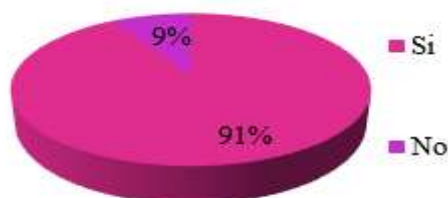


Figura VII-10: ¿Le interesaría conocer la parroquia san José de Payamino?

Nota: Investigación de campo, 2017

Análisis: El 91% si está interesado en visitar la parroquia mientras que al 9% no le interesaría.

10) ¿Visitaría usted la parroquia San José de Payamino por medio de un paquete turístico?

Tabla VII-27: ¿Visitaría usted la parroquia San José de Payamino por medio de un paquete turístico?

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	157	90%
No	18	10%
TOTAL	175	100%

Nota: Investigación de campo, 2017

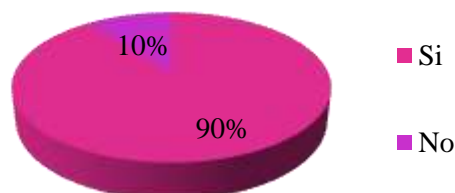


Figura VII-11: ¿Visitaría Ud. la parroquia San José de Payamino por medio de un paquete turístico?

Nota: Investigación de campo, 2017

Análisis: El 90% si está interesado en visitar la parroquia San José de Payamino por medio de un paquete turístico, mientras que el 10% no le interesa visitar la parroquia.

11) ¿Qué actividades les gustaría realizar en la Parroquia San José de Payamino?

Tabla VII-28: ¿Qué actividades les gustaría realizar en la Parroquia San José de Payamino?

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Caminatas	20	11%
Convivencia cultural	37	21%
Observación de flora y fauna	43	25%
Deportes de aventura	53	30%
Pesca deportiva	22	13%
TOTAL	175	100%

Nota: Investigación de campo, 2017

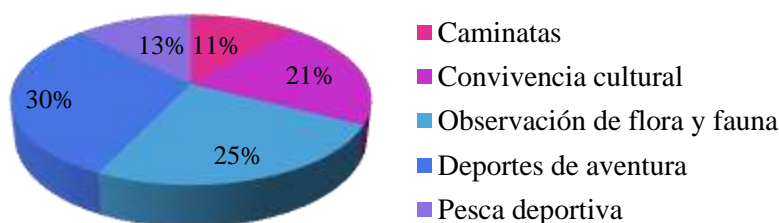


Figura VII-12: ¿Qué actividades les gustaría realizar en la parroquia San José de Payamino?

Nota: Investigación de campo, 2017

Análisis: El 30% de los visitantes nacionales que llegan a la Provincia de Orellana les gustaría realizar en la parroquia San José de Payamino deportes de aventuras, el 25% observación de flora y fauna, el 21% convivencia cultural, el 13% pesca deportiva y el 11% caminatas.

12) ¿Qué tipo de servicios le gustaría recibir al visitar la Parroquia San José de Payamino?

Tabla VII-29: ¿Qué tipo de servicios le gustaría recibir al visitar la Parroquia San José de Payamino?

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Hospedaje	72	41%
Alimentación	52	30%
Transporte	24	14%
Guianza	27	15%
TOTAL	175	100%

Nota: Investigación de campo, 2017

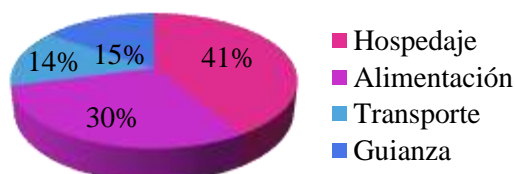


Figura VII-13: ¿Qué tipo de servicios le gustaría recibir al visitar la parroquia San José de Payamino?

Nota: Investigación de campo, 2017

Análisis: El 41% les gustaría recibir servicio de hospedaje, el 30 % alimentación, el 15% guianza y un 14% transporte.

13) ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a permanecer en la Parroquia San José de Payamino?

Tabla VII-30: ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a permanecer en la Parroquia San José de Payamino?

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
1 día	79	55%
1 noche y 2 días	96	45%
TOTAL	175	100%

Nota: Investigación de campo, 2017

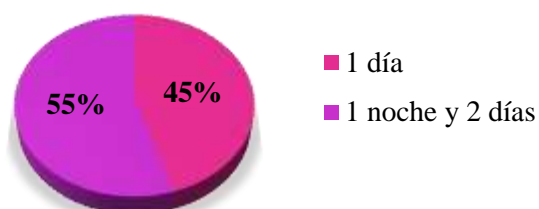


Figura VII-14: ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a permanecer en la parroquia San José de Payamino?

Nota: Investigación de campo, 2017

Análisis: El 45% de los visitantes que llegan a la provincia de Orellana les gustaría permanecer en la parroquia San José de Payamino 1 día el 55% 1 noche y 2 días el 45%.

14) ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar durante su estancia?

Tabla VII-31: ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar durante su estancia?

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
20-40 dólares	89	51%
41-60 dólares	51	29%
61 0 mas	35	20%
TOTAL	175	100%

Nota: Investigación de campo, 2017

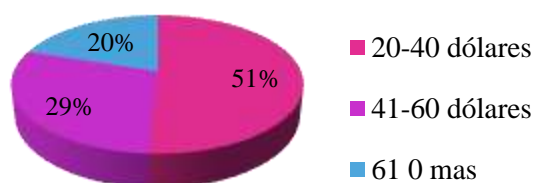


Figura VII-15: ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar durante su estancia?

Nota: Investigación de campo, 2017

Análisis: El 51% de los visitantes estarían dispuestos a gastar en el paquete de 20-40 dólares, el 29% de 41-60 dólares y el 20 % de 61 dólares en adelante.

g. Interpretación de resultados a los turistas extranjeros

1) Género

Tabla VII-32: Género

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Masculino	105	68%
Femenino	49	32%
TOTAL	154	100%

Nota: Investigación de campo, 2017

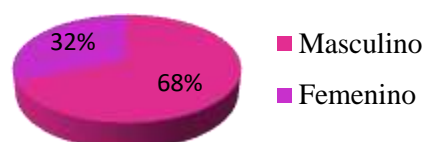


Figura VII-16: Género

Nota: Investigación de campo, 2017

Análisis: El 68% de turistas que visitan el cantón son de género masculino y el 32% de género femenino.

2) Edad

Tabla VII-33: Edad

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
De 15-25 años	37	24%
De 26-35 años	81	53%
De 36-45 años	14	9%
De 46-55 años	7	4%
De 55 o más	15	10%
TOTAL	154	100%

Nota: Investigación de campo, 2017



Figura VII-17: Edad

Nota: Investigación de campo, 2017

Análisis: El rango de edad en el que se encuentran los turistas extranjeros es que el 24% están entre los 15 a 25 años, el 53% está entre 26 a 35 años, el 9% entre 36 a 45 años, el 4% entre 46 a 55 años, y el 10% son de mayor a 55 años.

3) Procedencia

Tabla VII-34: Lugar de Procedencia

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Colombia	15	10%
Canadá	23	15%
Alemania	47	30%
Estados Unidos	69	45%
TOTAL	154	100%

Nota: Investigación de campo, 2017

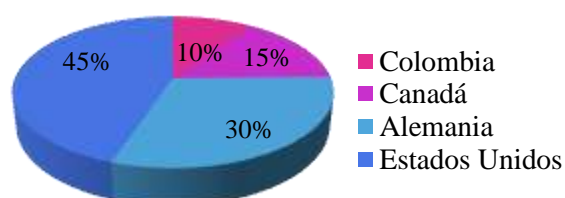


Figura VII-18: Procedencia

Nota: Investigación de campo, 2017

Análisis: El lugar de procedencia de los turistas extranjeros determina que el 45% son de Estados Unidos, seguido en un 30% de Alemania, el 15% de Canadá y el 10% de Colombia.

4) Estado Civil

Tabla VII-35: Estado Civil

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Soltero	82	53%
Casado	55	36%
Divorciado	11	7%
Otro	6	4%
TOTAL	154	100%

Nota: Investigación de campo, 2017

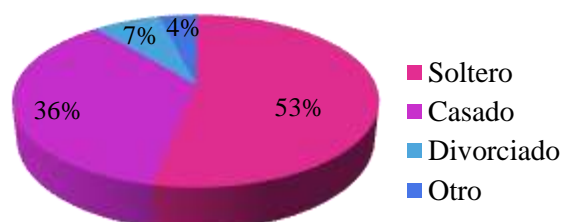


Figura VII-19: Estado Civil

Nota: Trabajo de campo, 2017

Análisis: El estado civil de los turistas encuestados en su mayoría son solteros con un 53%, seguido están los casados con un 36%, un 7% divorciados, y un 4% otro.

5) ¿Con quién suele viajar?

Tabla VII-36: ¿Con quién suele viajar?

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Solo	17	18%
Amigos	63	41%
Pareja	28	11%
Familia	46	30%
TOTAL	154	100%

Nota: Investigación de campo, 2017

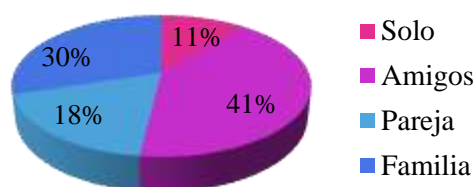


Figura VII-20: ¿Con quién suele viajar?

Nota: Investigación de campo, 2017

Análisis: De los datos obtenidos podemos analizar que el 41% de personas suelen viajar con sus amigos y el 30% viaja con su familia, mientras que un 18% viaja con su pareja y el 18% viaja solo.

6) ¿Cómo organiza sus viajes?

Tabla VII-37: ¿Cómo organiza sus viajes?

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Agencia de viajes	124	81%
Forma independiente	30	19%
TOTAL	154	100%

Nota: Investigación de campo, 2017



Figura VII-21: ¿Cómo organiza sus viajes?

Nota: Investigación de campo, 2017

Análisis: El 81% de turistas extranjeros organizan sus viajes por medio de una agencia de viajes mientras que el 22% lo hace de forma independiente.

7) ¿Cuál es el motivo de su viaje?

Tabla VII-38: ¿Cuál es el motivo de su viaje?

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Turismo	90	58%
Trabajo	12	29%
Visitas familiares	7	5%
Investigación	45	8%
TOTAL	154	100%

Nota: Investigación de campo, 2017

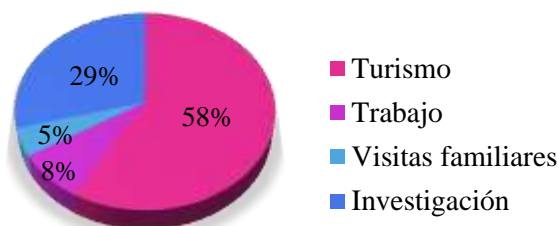


Figura VII-22: ¿Cuál es el motivo de su viaje?

Nota: Investigación de campo, 2017

Análisis: el 58% de turistas extranjeros viajan por turismo, el 29% por investigación, mientras que un 8% por motivos de trabajo y el 5% viajan por visitas familiares.

8) ¿Por qué medios de comunicación se informa sobre actividades turísticas?

Tabla VII-39: ¿Por qué medios de comunicación se informa sobre actividades turísticas?

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Internet	92	60%
Tv	25	16%
Folleto/revistas	6	4%
Amigos	28	18%
Radio	3	2%
TOTAL	154	100%

Nota: Investigación de campo, 2017

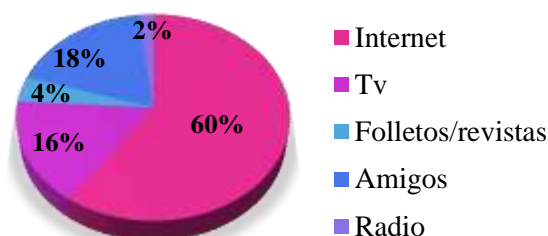


Figura VII-23: ¿Por qué medios de comunicación se informa sobre actividades turísticas?

Nota: Investigación de campo, 2017

Análisis: El medio para informarse de la actividad turística determina que el 60% de personas lo hace por medio de internet, el 18% por medio de sus amigos, el 16% en la televisión, el 4% en folletos /revistas y el 2% por radio.

9) ¿Le interesaría conocer la parroquia San José de Payamino?

Tabla VII-40: ¿Le interesaría conocer la Parroquia San José de Payamino?

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	152	99%
No	2	1%
TOTAL	154	100%

Nota: Investigación de campo, 2017

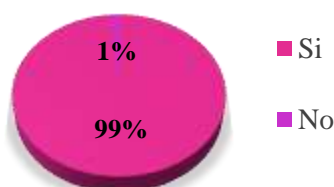


Figura VII-24: ¿Le interesaría conocer la parroquia san José de Payamino?

Nota: Investigación de campo, 2017

Análisis: El 99 % de turistas extranjeros que llegan a la provincia si están interesados en visitar en la parroquia San José de Payamino, mientras que el 1% no le interesa visitar.

10) ¿Visitaría usted la parroquia San José de Payamino por medio de un paquete turístico?

Tabla VII-41: ¿Visitaría usted la parroquia San José de Payamino por medio de un paquete turístico?

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	149	90%
No	5	10%
TOTAL	154	100%

Nota: Investigación de campo, 2017

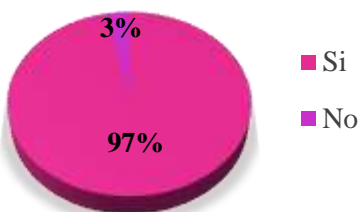


Figura VII-25: ¿Visitaría Ud. la parroquia San José de Payamino por medio de un paquete turístico?

Nota: Investigación de campo, 2017

Análisis: El 90% si está interesado en visitar la parroquia San José de Payamino por medio de un paquete turístico, mientras que el 10% no le interesa visitar la parroquia.

11) ¿Qué actividades les gustaría realizar en la parroquia San José de Payamino?

Tabla VII-42: ¿Qué actividades les gustaría realizar en la Parroquia San José de Payamino?

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Caminatas	20	10%
Convivencia cultural	43	28%
Observación de flora y fauna	27	18%
Deportes de aventura	48	31%
Pesca deportiva	16	10%
TOTAL	154	100%

Nota: Investigación de campo, 2017

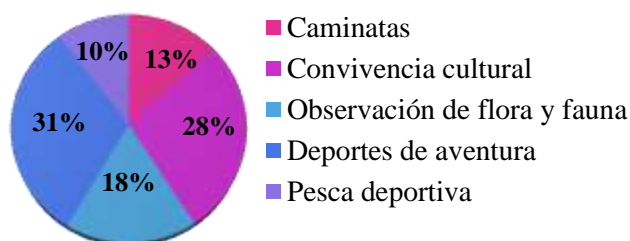


Figura VII-26: ¿Qué actividades les gustaría realizar en la parroquia San José de Payamino?

Nota: Investigación de campo, 2017

Análisis: El 31% de los visitantes extranjeros que llegan a la provincia de Orellana les gustaría realizar en la parroquia San José de Payamino deportes de aventuras con el 31%, convivencia cultural el 28%, observación de flora y fauna el 18%, caminatas el 13% y pesca deportiva el 10%.

12) ¿Qué tipo de servicios le gustaría recibir al visitar la parroquia San José de Payamino?

Tabla VII-43: ¿Qué tipo de servicios le gustaría recibir al visitar la parroquia San José de Payamino?

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Hospedaje	67	44%
Alimentación	35	23%
Transporte	19	12%
Guianza	33	21%
TOTAL	154	100%

Nota: Investigación de campo, 2017

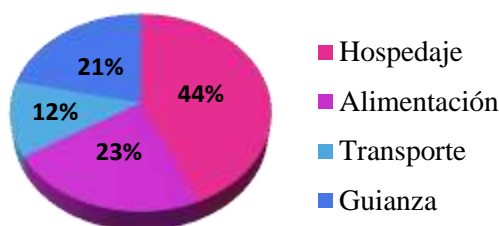


Figura VII-27: ¿Qué tipo de servicios le gustaría recibir al visitar la parroquia San José de Payamino?

Nota: Investigación de campo, 2017

Análisis: El 44% les gustaría recibir servicio de hospedaje, el 23 % alimentación, el 21% guianza y un 12% transporte.

13) ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a permanecer en la parroquia San José de Payamino?

Tabla VII-44: ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a permanecer en la parroquia San José de Payamino?

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
1 día	68	44%
1 noche y 2 días	86	56%
TOTAL	154	100%

Nota: Investigación de campo, 2017

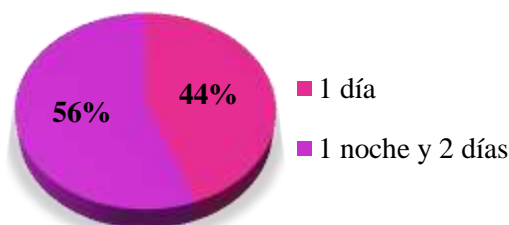


Figura VII-28: ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a permanecer en la parroquia San José de Payamino?

Nota: Investigación de campo, 2017

Análisis: El 56% de los visitantes que llegan a la provincia de Orellana les gustaría permanecer en la parroquia San José de Payamino 1 noche y 2 días, y el 44% 1 día.

14) ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar durante su estancia?

Tabla VII-45: ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar durante su estancia?

VARIABLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
20-40 dólares	38	25%
41-60 dólares	44	28%
61 o mas	72	47%
TOTAL	154	100%

Nota: Investigación de campo, 2017

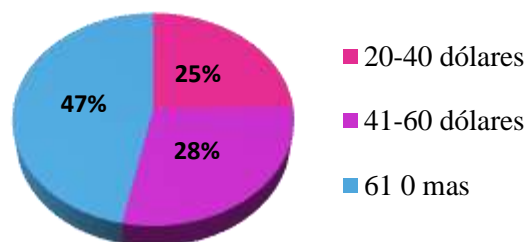


Figura VII-29: ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar durante su estancia?

Nota: Investigación de campo, 2017

Análisis: El 47% de los visitantes que llegan a la provincia de Orellana estarían dispuestos a gastar de 61 o más dólares, el 28% de 41-60 dólares y el 25 % de 20-40 dólares.

h. Perfiles de turistas

1) Perfil de la demanda Nacional

Los turistas que actualmente visitan el cantón Francisco de Orellana es de género masculino 60% y femenino 40%, tienen un promedio de edad entre 15 a 25 años 56%, son de estado civil soltero 66%, el 39% pertenece a la provincia de Orellana y en bajo promedio de la provincia de Santa Elena con el 1%.

El motivo por el cual deciden realizar su viaje es por turismo 44%, y visitas familiares 40% los mismos que suelen realizar sus viajes en familia 38 % o solos 19%.

El medio de comunicación que utilizan para enterarse de la actividad turística es a través del internet con un 49%.

Del total de turistas encuestados el 91% le gustaría conocer la parroquia San José de Payamino, de los cuales solo el 90 % le gustaría visitar la parroquia por medio de un paquete turístico y recibir servicios de hospedaje 41% y alimentación 30% lo que creen que es lo más indispensable para su estancia, además a la mayoría de turistas les gustaría realizar actividades como deportes de aventura 30% y observación de flora y fauna 25%.

El tiempo de estancia que estiman adecuado para su visita a la parroquia San José de Payamino es de 1 día 55%, para lo cual están dispuestos a gastar de 20 a 40 dólares 51%.

2) Perfil de la demanda Extranjero

Los turistas que actualmente visitan el cantón Francisco de Orellana es de género masculino 68% y femenino 32%, tienen un promedio de edad entre 26 a 35 años 53%, son de estado civil soltero 53%, provienen en su mayoría de Estados Unidos 45% y en bajo promedio del país de Colombia 10%.

Su principal motivo de viaje es por turismo 58% e investigación 29% los mismos que suelen realizar sus viajes en compañía de sus amigos 41 % o en familia 30%.

Los medios de comunicación que utilizan para informarse de la actividad turística es a través del internet con un 60%.

Del total de turistas encuestados el 100% le interesaría conocer la parroquia San José de Payamino, de los cuales solo el 90 % le gustaría visitar la parroquia por medio de un paquete turístico y recibir servicios de hospedaje 44% y alimentación 23% lo que creen que es lo más indispensable para su estancia, además a la mayoría de turistas les gustaría realizar actividades como deportes de aventura 31% y convivencia cultural 28%.

El tiempo de estancia que estarían dispuestos a permanecer para su visita a la parroquia San José de Payamino es de 1 noche y 2 días y una noche 56 %, para lo cual están dispuestos a gastar de 61 dólares en adelante 47%.

i. Análisis de la demanda potencial

El universo de estudio de turistas nacionales y extranjeros que visitaron la provincia de Orellana en el año 2016 muestran un 46.7% con un total de 1061 extranjeros y el 53.3% con un total de 1211 nacionales.

El 90% de los turistas extranjeros le gustaría visitar la parroquia San José de Payamino por medio de un paquete turístico lo que equivale a 1061 turistas que estarían dispuestos a invertir en el producto turístico, de los 1211 turistas nacionales el 90% si visitaría la Parroquia San José de Payamino por medio de un paquete turístico lo que significa una demanda de 2272 turistas que les interesa invertir en el producto.

j. Proyección de la demanda Potencial

El cálculo de la demanda potencial se lo realizó con la fórmula de incremento compuesto utilizando una tasa de crecimiento turístico anual de 7% en el año 2016 en la provincia de Orellana dato obtenido del Ministerio de turismo.

Tabla VII-46: Demanda Potencial

N°	AÑO	TURISTAS NACIONALES	TURISTAS EXTRANJEROS	DEMANDA POTENCIAL
0	2018	1211	1061	2272
1	2019	1296	1135	2431
2	2020	1386	1215	2601
3	2021	1484	1300	2784
4	2022	1587	1391	2978
5	2023	1698	1488	3186

Nota: Investigación de campo, 2017

Se puede analizar que en el año 2018 tenemos una demanda potencial de 2272 proyectando a 5 años con un total de 3186 para el 2023.

k. Demanda Potencial de Productos

1) Demanda de clientes nacionales

Tabla VII-47: Demanda de clientes nacionales

AÑO	ACTIVIDADES				
	Caminata	Convivencia cultural	Observación de flora y fauna	Deportes de Aventura	Pesca deportiva
2018	133	254	303	363	157
2019	142	272	324	388	168
2020	152	291	347	416	180
2021	163	311	371	445	192
2022	174	333	397	476	206
2023	187	356	425	509	220

Nota: Investigación de campo, 2017

Se puede analizar que en las actividades que desearía realizar el turista nacional el que tiene valor mayor es 363 deportes de aventura seguido de observación de flora y fauna 191 lo que significa que son una de las actividades de mayor preferencia del visitante.

2) Demanda de clientes Extranjeros

Tabla VII-48: Demanda de clientes extranjeros

AÑO	ACTIVIDADES				
	Caminata	Convivencia cultural	Observación de flora y fauna	Deportes de Aventura	Pesca deportiva
2018	106	297	191	329	106
2019	113	318	204	352	113
2020	121	340	219	377	121
2021	130	364	234	403	130
2022	139	389	250	431	139
2022	149	417	268	461	149

Nota: Investigación de campo, 2017

Se puede analizar que en las actividades que desearía realizar el turista extranjero el que tiene valor mayor es 329 deportes de aventura seguido de convivencia cultural 279 lo que significa que son una de las actividades de mayor preferencia del visitante.

2. Análisis de la oferta turística

a. Atractivos y actividades turísticas

Los atractivos naturales más relevantes con los que cuenta la parroquia San José de Payamino naturales tenemos: el río Tutapishco, cascada carachupa Pakcha, cascada Ishpingo Pakcha, cascada Wayra Packcha y la cascada Puma Pakcha, en atractivos culturales tenemos petroglifos

Juan Pío Montufar, petroglifos Campo alegre, gastronomía típica como la chicha de yuca y el maito de pescado, cestería kichwa, juego de las bodoqueras y mingas comunitarias.

1) Productos que se comercializan turísticamente

La parroquia carece de una operadora o agencia de viajes que pueda ofertar al turista los productos por medio de paquetes turísticos lo cual impide a la parroquia a desarrollarse turísticamente.

b. Planta turística

En el cantón Loreto operan 27 establecimientos prestadores de servicios turísticos los cuales el 66.6% ofrecen servicios de alojamiento, el 18.5% de alimentación y bebidas, el 11,1% de recreación y descanso y el 3.7% de transporte turístico.

1) Prestadores de servicios

Los prestadores de servicio respecto a alojamiento suman un total de 18 empresas sean estas cabañas (tercera categoría); 3 pensiones (tercera categoría); 3 hoteles (2 de segunda categoría y 1 de tercera categoría); 7 hostales residencia (tercera categoría); 1 hostería (primera categoría); 1 hotel (segunda categoría); representando un 66,6% del catastro total.

Los establecimientos de alimentos y bebidas suma un total de 5 empresas sean estas: 1 fuente de soda (tercera categoría); 4 restaurantes (1 de tercera categoría y 3 de cuarta categoría); representa un 18,5% del catastro total.

Los centros de recreación y descanso suman un total de 3 empresas sean estas: 1 balneario (segunda categoría); 1 discoteca (segunda categoría); 1 centro de turismo comunitario (categoría única); representa un 11, 1% del catastro total.

Los servicios que brindan a los clientes son tolerables, su calidad se muestra de acuerdo a la organización interna que lleva cada uno de los establecimientos.

c. Oferta turística sustitutiva

Para llevar a cabo el análisis de la competencia se tomó en cuenta el registro del año 2016 de turistas nacionales y extranjeros de los dos Centros turísticos comunitarios ya que son los dos únicos lugares que ofertan turismo comunitario para la parroquia.

Tabla VII-49: Oferta sustitutiva de clientes nacionales

CTC	Ubicación	Clientes Anuales	Tipo de Actividades que ofrecen				
			1	2	3	4	5
Paco playa	Orellana/Loreto	84	16	36	0	0	27
Pasohurco	San José de Payamino	34	10	15	0	0	14
Total	41	118	26	51	0	0	41

Nota: Investigación de campo, 2017

El total de turistas nacionales que ingresan anualmente a los Centros turísticos comunitarios Paco Playa y Pasohurco es 118.

Tabla VII-50: Oferta sustitutiva de clientes extranjeros

CTC	Ubicación	Clientes Anuales	Tipo de Actividades que ofrecen				
			1	2	3	4	5
Paco Playa	Orellana/Loreto	258	48	168	0	0	55
Pasohurco	San José de Payamino	124	19	57	0	0	35
Total	90	382	67	225	0	0	90

Nota: Investigación de campo, 2017

El total de turistas extranjeros que ingresan anualmente a los centros turísticos comunitarios Paco Playa y Pasohurco es 382.

d. Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta se tomó los datos obtenidos del análisis de la competencia que tiene la parroquia San José Payamino en brindar turismo comunitario, los datos anuales de turistas son: 118 que es el total nacionales y 382 el total extranjeros.

1) Proyección de la oferta por clientes

a) Demanda Nacional

Tabla VII-51: Proyección de la oferta respecto a clientes nacionales

AÑO	OFERTA CLIENTES NACIONALES
2018	118
2019	126
2020	135
2021	145
2022	155
2023	165

Nota: Investigación de campo, 2017

El total de turistas nacionales que se registraron según los CTC. Es 118 al que se le proyectó el 7% anual de crecimiento turístico.

b) Demanda Extranjera

Tabla VII-52: Proyección de la oferta respecto a clientes extranjeros

AÑO	OFERTA CLIENTES EXTRANJEROS
2018	382
2019	409
2020	437
2021	468
2022	501
2023	536

Nota: Investigación de campo, 2017

El total de turistas extranjeros que se registraron según los CTC. Es 382 al que se le proyectó el 7% anual de crecimiento turístico.

2) Proyección de la competencia por actividad

Tabla VII-53: Proyección de la oferta de clientes nacionales

AÑO	ACTIVIDADES				
	Caminata	Convivencia cultural	Observación de flora y fauna	Deportes de Aventura	Pesca deportiva
2018	26	51	0	0	41
2019	28	55	0	0	44
2020	30	58	0	0	47
2021	32	62	0	0	50
2022	34	69	0	0	54
2023	36	72	0	0	58

Nota: Investigación de campo, 2017

En la proyección de competencia por actividad se analiza que en las actividades que desearía realizar el turista nacional el que tiene valor mayor es 51 convivencia cultural seguido de pesca deportiva 41 lo que significa que son una de las actividades de mayor preferencia del visitante.

Tabla VII-54: Proyección de la oferta de clientes extranjeros

AÑO	ACTIVIDADES				
	Caminata	Convivencia cultural	Observación de flora y fauna	Deportes de Aventura	Pesca deportiva
2018	67	225	0	0	90
2019	72	241	0	0	96
2020	77	258	0	0	103
2021	82	276	0	0	110
2022	88	295	0	0	118
2023	94	316	0	0	126

Nota: Investigación de campo, 2017

En la proyección de competencia por actividad se analiza que en las actividades que desearía realizar el turista nacional el que tiene valor mayor es 225 convivencia cultural seguido de pesca deportiva 90 lo que significa que son una de las actividades de mayor preferencia del visitante.

3. Confrontación de la demanda-oferta

a. Confrontación de la demanda oferta por clientes

1) Demanda nacional Insatisfecha

Tabla VII-55: Demanda nacional insatisfecha

Año	Cantidad de la oferta	Cantidad de la demanda	Demanda insatisfecha
2017	1211	118	1093
2018	1296	126	1170
2019	1386	135	1251
2020	1484	145	1339
2021	1587	155	1432
2022	1698	165	1533

Nota: Investigación de campo, 2017

La demanda insatisfecha es de 1093 turistas que nos dio como resultado al restar de la demanda 1211 menos 118 de la cantidad de la oferta.

2) Demanda extranjera insatisfecha

Tabla VII-56: Demanda extranjera insatisfecha

Año	Cantidad de la oferta	Cantidad de la demanda	Demanda insatisfecha
2017	1061	382	679
2018	1135	409	726
2019	1215	437	778
2020	1300	468	832
2021	1391	501	890
2022	1488	536	952

Nota: Investigación de campo, 2017

La demanda insatisfecha es de 679 turistas que nos dio como resultado al restar de la demanda 1061 menos 382 de la cantidad de la oferta.

Tabla VII-57: Demanda insatisfecha total

N°	Año	Cantidad de la demanda	Cantidad de la oferta	Demanda insatisfecha
0	2018	2272	500	2772
1	2019	2431	535	2966
2	2020	2601	572	3173
3	2021	2784	613	3397
4	2022	2978	656	3634
5	2023	3186	701	3887

Nota: Investigación de campo, 2017

Para el cálculo de la demanda insatisfecha se sumó la demanda insatisfecha nacional 2272 y extranjera 500 y nos da la demanda insatisfecha total 2772.

b. Confrontación de la demanda- oferta por actividades

1) Demanda nacional insatisfecha

Tabla VII-58: Demanda nacional insatisfecha por actividades respecto a la demanda nacional

AÑO	ACTIVIDADES				
	Caminata	Convivencia cultural	Observación de flora y fauna	Deportes de Aventura	Pesca deportiva
2018	107	203	303	363	116
2019	114	217	324	388	124
2020	122	233	347	416	133
2021	131	249	371	445	142
2022	140	264	397	476	260
2023	151	284	425	509	162

Nota: Investigación de campo, 2017

La demanda insatisfecha es de 1093 turistas nacionales de los cuales 363 turistas prefieren deportes de aventura seguido de observación de flora y fauna con 303.

2) Demanda insatisfecha por actividad de clientes extranjeros

Tabla VII-59: Demanda insatisfecha por actividades respecto a la demanda extranjera

AÑO	ACTIVIDADES				
	Caminata	Convivencia cultural	Observación de flora y fauna	Deportes de Aventura	Pesca deportiva
2018	39	72	191	329	16
2019	41	77	204	352	17
2020	44	82	219	377	18
2021	48	106	234	403	20
2022	51	94	250	431	21
2023	55	101	268	461	23

Nota: Investigación de campo, 2017

La demanda insatisfecha es de 679 turistas extranjeros de los cuales 329 turistas prefieren deportes de aventura seguido de observación de flora y fauna con 191.

4. Análisis mercadotécnico

a. Nombre

Se estableció el nombre del paquete turístico: lugar verde con historia ya que la parroquia San José de Payamino tiene una gran variedad de flora y fauna, paisajes, cascadas, ríos, piscinas naturales con sus aguas cristalinas y petrificaciones, además se puede tener una experiencia e inolvidable con las habitantes de las comunidades donde nos muestran sus costumbres y tradiciones, como: la gastronomía típica, danza y música.

b. Marca



Figura VII-30: Marca

Nota: Investigación de campo, 2017

c. Logotipo



Figura VII-31: Logotipo

Nota: Investigación de campo, 2017

1) Descripción del logo tipo

a) Colores

- **Verde:** es el color del crecimiento, la primavera, la renovación y el renacimiento. Está asociado con la salud, la frescura, la paz y la solución de los problemas ambientales. Sugiere fertilidad, libertad y tranquilidad, también estabilidad y resistencia. El verde se utiliza en productos relacionados con la salud, y en temas de medio ambiente y ecología (Crespo, 2015).
- **Azul:** sirve para promocionar productos y servicios relacionados con la limpieza, promocionar productos relacionados con el aire y el cielo, así como también productos relacionados con el agua y el mar (Crespo, 2015).
- **Amarillo:** es el color del sol y se traduce en emociones como optimismo, felicidad, brillo y alegría (Crespo, 2015).

b) Figuras

- **Animales:** representa a la variedad de fauna que podemos encontrar en los diferentes lugares de las comunidades entre ellos especies acuáticas, voladoras y terrestres.
- **Plantas:** representa las especies de plantas que habitan en la zona, flora de diferentes tamaños entre ellas plantas comestibles, medicinales, maderables.
- **Agua:** representa a las piscinas naturales cristalinas, ríos y cascadas que se encuentran en algunos lugares de las comunidades.
- **Mano:** la mano simboliza al hombre que vive en esas tierras al hombre que trabaja cultiva, cosecha, caza para sobrevivir gracias a la madre naturaleza, representa a la cultura kichwa quien nos muestra cada una de sus costumbre y tradiciones aquel encargado de mantener esos lugares impecables para dar a conocer al turista la belleza viva de la naturaleza en la parroquia San José de Payamino.

d. Publicidad

1) Anuncio publicitario

Se contratará 3 SPOT publicitarios en la radio Suprema Mg Radio de la ciudad del Coca Provincia de Orellana.

¿Aún no decides donde pasarla bien? No te quedes con las ganas ven y disfruta de nuestro paquete turístico en la parroquia San José de Payamino lugar verde con historia explóralo, el único sitio donde podrás vivir una experiencia increíble e inolvidable, observarás y escucharás de tan cerca los aullidos y silbidos de los animales, te sentirás en el paraíso, rodeado de ríos, piscinas naturales con sus aguas cristalinas y hermosas cascadas y por si fuera poco tendrás el privilegio de convivir con los habitantes de nacionalidad kichwa quienes te mostrarán parte de sus costumbres y tradiciones mientras disfrutas de su deliciosa gastronomía típica de la zona, no esperes que te lo cuenten trae a tu pareja, amigos o familiares te esperamos.

2) Anuncio por la televisión

Tabla VII-60: Anuncio por la televisión

N° TOMA	MOTIVO	TIPO DE TOMA	GUION NARRATIVO	SONORIZACIÓN	TIEMPO
1	Amigos ¿Aún no decides donde pasarla bien?	Plano general	<p>Sandra: Muchachos ¿dónde iremos este fin de semana?</p> <p>Esteban: Yo conozco un lugar en el Puyo allá hay ríos cascadas deberíamos ir</p> <p>Rosa: Porque ir tan lejos si aquí en nuestra provincia tenemos diversos lugares turísticos en la radio escuché una publicidad que me llamó mucho la atención</p> <p>Jonathan: ¿Enserio? ¿Cuál?</p> <p>Rosita: cuentan con un paquete turístico San José de Payamino lugar verde con historia debemos ir suena muy interesante</p> <p>Sandra, Esteban y Jonathan: siii vamos. Ven y disfruta de nuestro paquete turístico en la parroquia San José de Payamino lugar verde con historia explóralo, el único sitio donde podrás vivir una experiencia increíble e inolvidable, observarás y escucharás de tan cerca los aullidos y silbidos de los animales, te sentirás en el paraíso, rodeado de ríos, piscinas naturales con sus aguas cristalinas y hermosas cascadas y por si fuera poco tendrás el privilegio de convivir con los habitantes de nacionalidad kichwa quienes te mostrarán parte de sus costumbres y tradiciones mientras disfrutas de su deliciosa gastronomía típica de la zona, no esperes que te lo cuenten trae a tu pareja, amigos o familiares te esperamos.</p>	Música de selva con ruidos de animales bajita	30"

Nota: Investigación de campo, 2017

3) Página web



Figura VII-32: Pagina Web
Nota: Investigación de campo, 2017

4) Red social



Figura VII-33: Red Social
Nota: Trabajo de campo, 2017

5) Tarjeta de presentación



Figura VII-34: Tarjeta de presentación

Nota: Investigación de campo, 2017

6) Tríptico



Figura VII-35: Tríptico parte frontal

Nota: Investigación de campo, 2017

PAQUETE POR 1 DÍA

Este circuito turístico de la Parroquia San José de Payamino utilizará los atractivos que permitirá realizar las actividades turísticas

ATRATIVOS

- Cascada carachupa
- Petroglifos milenarios Campo Alegre

ACTIVIDADES:

- Caminatas por el sendero Cury Ñamby
- Hidromasaje en la cascada carachupa
- Convivencia cultural con la familia kickwas
- Artesanías y presentación de danza Kichwa de la amazonía
- Demostración con la cerbatana
- Demostración de las trampas típicas
- Canotaje en quillas
- Visita a los petroglifos
- Baño en la piscina natural en el río Tutapishco

Contáctanos:

063067869/0981515742
gobiernoparroquialpayamino@hotmail.com

San José de Payamino Loreto-Ecuador

Figura VII-36: Tríptico parte lateral
Nota: Investigación de campo, 2017

7) Requerimiento del área comercial

a. Activos fijos

Tabla VII-61: Activos fijos

ACTIVOS	UNIDADES	CANTIDAD	INVERSIÓN UNITARIA	INVERSIÓN TOTAL
Equipo de computo				
Laptos	U	2	779,00	1.558,00
Impresora	U	2	192,00	384,00
Proyector	U	1	200,00	200,00
Muebles y enseres				
Escritorios	U	2	150,00	300,00
Sillas	U	6	25,00	150,00
Teléfono	U	1	50,00	50,00
TOTAL				2.624,00

Nota: Investigación de campo, 2017

b. Inversiones diferidas

Tabla VII-62: Inversiones diferidas

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	INVERSIÓN TOTAL
Adecuación de oficina		900	900
Capacitaciones al personal del área comercial	2	700	1400
Publicidad y promoción antes			
Gigantografías	2	100	200
Cuñas radiales	8	15	120
Spot en TV	8	30	240
Fiesta de inauguración		1.000,00	1.000,00
TOTAL			3.860,00

Nota: Investigación de campo, 2017

c. Gastos del área comercial

Tabla VII-63: Gastos del área comercial

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	GASTO MENSUAL	GASTO ANUAL
Materiales e insumos			
Resma de papel	2	9	108
Recarga de cartuchos	2	60	720
Esferos	5	2,5	30
Caja de grapas	2	4	48
Grapadora	2	12	144
Facturero	3	36	432
Publicidad y promoción			
Trípticos	50	25	300,00
Página Web	1	50	600,00
Spots en TV	10	300	3.600,00
Cuñas en radio	10	150	1.800,00
Capacitaciones (1)			
Carpetas	5	1,75	21
Folletos	5	6,25	75
TOTAL			7.878,00

Nota: Investigación de campo, 2017

d. Requerimientos de talento humano para área comercial

Tabla VII-64: Requerimientos de talento humano para área comercial

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	GASTO MENSUAL	GASTO TOTAL
Agente de ventas	1	500,00	6.000,00
Capacitador	1	1.000,00	12.000,00
TOTAL			18.000,00

Nota: Investigación de campo, 2017

C. ESTUDIO TÉCNICO

1. Tamaño del proyecto

a. Demanda objetiva

1) Demanda objetiva para nacionales

Tabla VII-65: Demanda objetiva de turistas nacionales

AÑO	DEMANDA	COMPETENCIA	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA OBJETIVA (44) %
2018	1211	118	1093	480
2019	1296	126	1170	514
2020	1386	135	1251	550
2021	1484	145	1339	589
2022	1587	155	1432	630
2023	1698	165	1533	675

Nota: Investigación de campo, 2017

Podemos analizar la cantidad de turistas nacionales a captar en el CTC. 480.

2) Demanda objetiva extranjera

Tabla VII-66: Demanda objetiva de turistas extranjeros

AÑO	DEMANDA	COMPETENCIA	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA OBJETIVA (44%)
2018	1061	382	679	299
2019	1135	409	726	319
2020	1215	437	778	342
2021	1300	468	832	366
2022	1391	501	890	392
2023	1488	536	952	419

Nota: investigación de campo, 2017

Podemos analizar la cantidad de turistas extranjeros a captar en el CTC. 299.

b. Demanda objetiva por actividades

1) Demanda de turistas nacionales

a) Demanda objetiva nacional para la actividad 1: caminatas

Tabla VII-67: Demanda objetiva nacional para la actividad 1: caminata

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA OBJETIVA (44%)
2018	547	240
2019	585	257
2020	626	275
2021	670	295
2022	716	315
2023	767	337

Nota: Investigación de campo, 2017

La demanda a captar de turistas nacionales según la actividad de caminata es de 240.

b) Demanda objetiva nacional para la actividad 2: convivencia cultural

Tabla VII-68: Demanda objetiva nacional para la actividad 2: convivencia cultural

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA OBJETIVA (44%)
2018	710	313
2019	761	335
2020	813	358
2021	870	383
2022	931	410
2023	996	438

Nota: Investigación de campo, 2017

La demanda a captar de turistas nacionales según la actividad convivencia cultural es 313

c) Demanda objetiva nacional para la actividad 3: observación de flora y fauna

Tabla VII-69: Demanda objetiva nacional para la actividad 3: observación de flora y fauna

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA OBJETIVA (44%)
2018	1038	457
2019	1112	489
2020	1188	523
2021	1272	560
2022	1360	599
2023	1456	641

Nota: Investigación de campo, 2017

La demanda a captar de turistas nacionales según la actividad de observación de flora y fauna es 457.

d) Demanda objetiva nacional para la actividad 4: deportes de aventura

Tabla VII-70: Demanda objetiva nacional para la actividad 4: deportes de aventura

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA OBJETIVA (44%)
2018	656	289
2019	702	309
2020	751	330
2021	803	353
2022	859	378
2023	920	405

Nota: Investigación de campo, 2017

La demanda a captar de turistas nacionales según la actividad deportes de aventura 289.

e) Demanda objetiva nacional para la actividad 5: pesca deportiva

Tabla VII-71: Demanda objetiva nacional para la actividad5: pesca deportiva

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA OBJETIVA (44%)
2018	601	265
2019	644	283
2020	688	303
2021	736	324
2022	788	347
2023	843	371

Nota: Investigación de campo, 2017

La demanda a captar de turistas nacionales según la actividad pesca deportiva es 265.

2) Demanda objetiva extranjera

a) Demanda objetiva extranjera para la actividad 1: caminatas

Tabla VII-72: Demanda objetiva nacional para la actividad 1: caminata

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA OBJETIVA (44%)
2018	340	149
2019	363	160
2020	389	171
2021	416	183
2022	445	196
2023	476	209

Nota: Investigación de campo, 2017

La demanda a captar de turistas nacionales según la actividad caminata es 149.

b) Demanda objetiva extranjera para la actividad 2: convivencia cultural

Tabla VII-73: Demanda objetiva nacional para la actividad 2: convivencia cultural

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA OBJETIVA (44%)
2018	441	194
2019	472	208
2020	506	223
2021	541	238
2022	579	255
2023	619	272

Nota: Investigación de campo, 2017

La demanda a captar de turistas nacionales según la actividad convivencia cultural es 194.

c) Demanda objetiva nacional para la actividad 3: observación de flora y fauna

Tabla VII-74: Demanda objetiva nacional para la actividad 3: observación de flora y fauna

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA OBJETIVA (44%)
2018	645	284
2019	690	303
2020	739	325
2021	790	348
2022	846	372
2023	904	398

Nota: Investigación de campo, 2017

La demanda a captar de turistas nacionales según la actividad observación de flora y fauna es 284.

d) Demanda objetiva nacional para la actividad 4: deportes de aventura

Tabla VII-75: Demanda objetiva nacional para la actividad 4: deportes de aventura

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA OBJETIVA (44%)
2018	407	179
2019	436	192
2020	467	205
2021	499	220
2022	534	235
2023	571	251

Nota: Investigación de campo, 2017

La demanda a captar de turistas nacionales según la actividad deportes de aventura es 179.

e) **Demanda objetiva nacional para la actividad 5:** pesca deportiva

Tabla VII-76: Demanda objetiva nacional para la actividad 5: pesca deportiva

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA OBJETIVA (44%)
2018	373	164
2019	399	176
2020	428	188
2021	458	201
2022	490	215
2023	524	230

Nota: Investigación de campo, 2017

La demanda a captar de turistas nacionales según la actividad pesca deportiva es 265

c. **Consumo aparente**

1) **Demanda Nacional**

Tabla VII-77: Demanda nacional

AÑO	DEMANDA OBJETIVA	SEMESTRE	TRIMESTRE	MES	DÍA
2018	480	240	120	16	1
2019	514	257	129	17	1
2020	550	275	138	18	2
2021	589	294	158	19	2
2022	630	315	157	21	2
2023	675	338	169	22	2

Nota: Investigación de campo, 2017

La demanda objetiva es de 480, semestral llegan 240, trimestral 120, al mes 16, al día 1

2) **Demanda extranjera**

Tabla VII-78: Demanda extranjera

AÑO	DEMANDA OBJETIVA	SEMESTRE	TRIMESTRE	MES	DÍA
2018	299	150	75	10	1
2019	319	160	80	11	1
2020	342	171	86	11	1
2021	366	183	92	12	1
2022	392	196	98	13	1
2023	419	210	105	14	1

Nota: Investigación de campo, 2017

La demanda objetiva es de 480, semestral llegan 150, trimestral 75, al mes 10, al día 1

2. Localización del proyecto

a. Macrolocalización

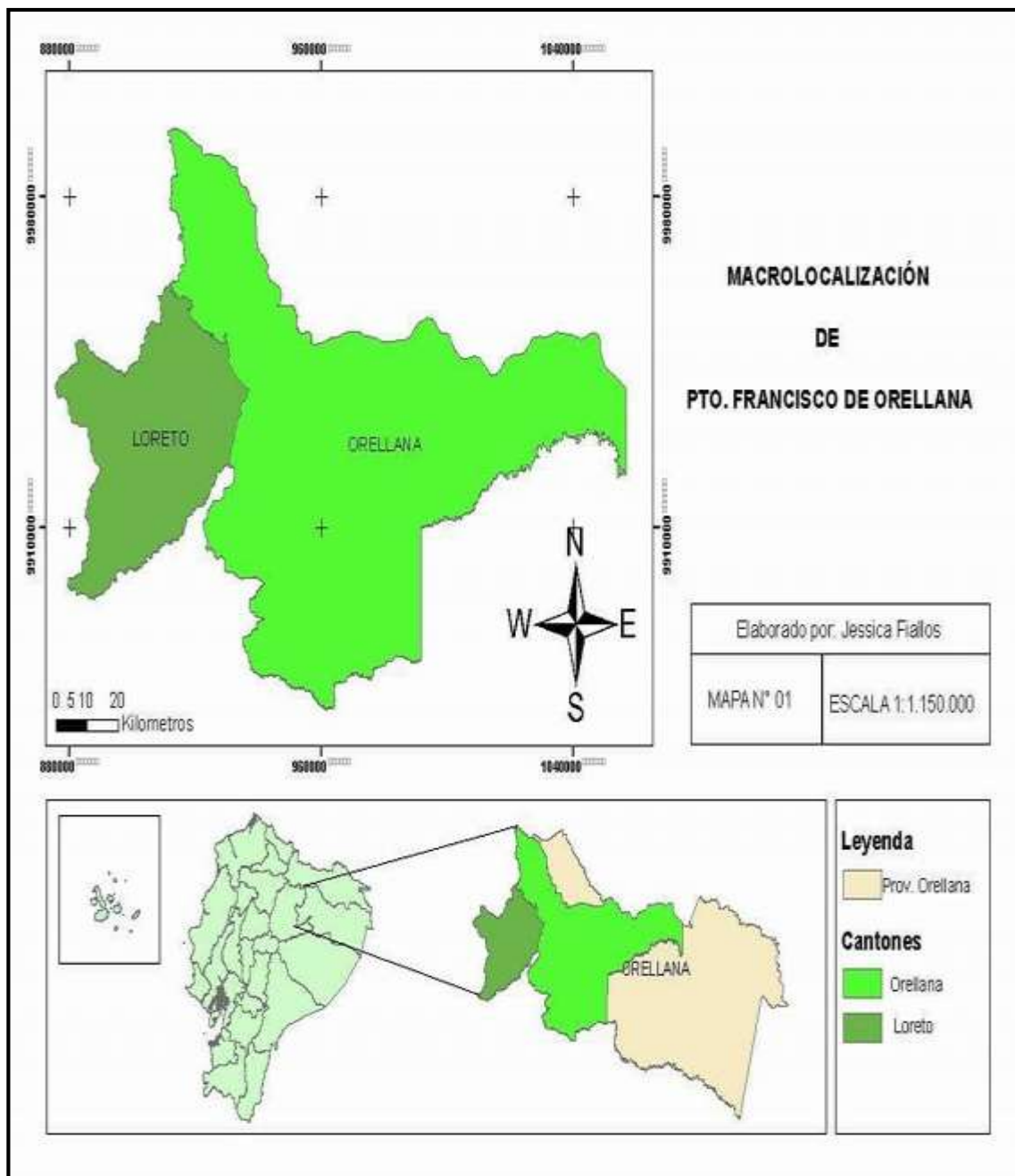


Figura VII-37: Macrolocalización

Nota: Investigación de campo, 2017

b. Microlocalización

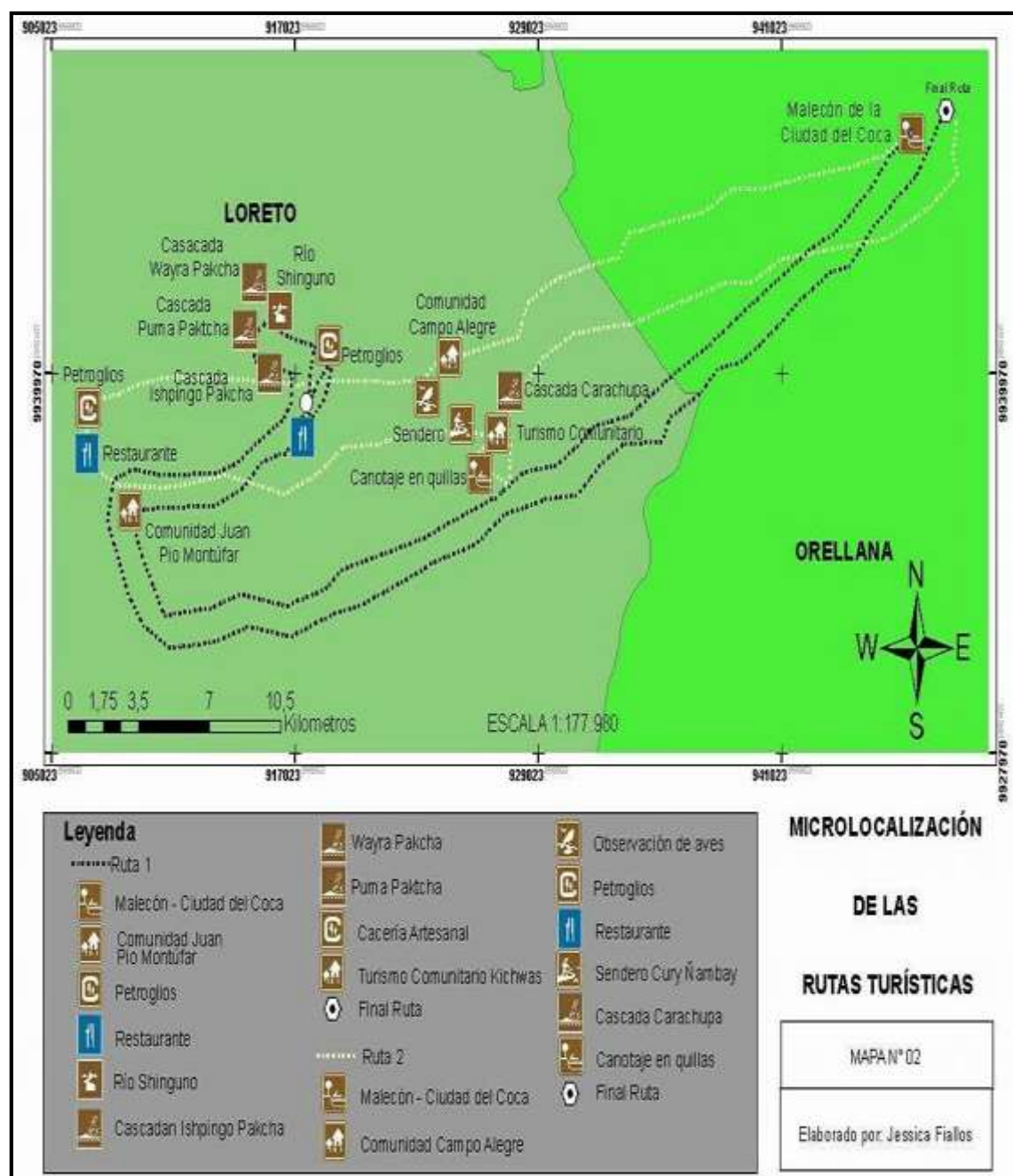


Figura VII-38: Microlocalización

Nota: Investigación de campo, 2017

3. Diseño del paquete

a. Circuito

El cantón Loreto se caracteriza por poseer sus atractivos naturales y riqueza cultural potenciales de la provincia de Orellana, quienes constituyen elementos fundamentales para el desarrollo de la actividad turística del mismo.

b. Actividades

En San José de Payamino lugar verde con historia se podrá realizar diferentes actividades para los visitantes como: observación de flora y fauna, deportes de aventuras, convivencia cultural, canotaje, pesca deportiva, baño natural, visita a los petroglifos y lugares naturales, donde el turista podrá disfrutar y experimentar una nueva aventura.

c. Diseño del paquete turístico

1) Paquete turístico N°1

Tabla VII-79: Paquete N°1 Comunidad Campo Alegre y Jumandi

PAQUETE N°1			
CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL PAQUETE			
Denominación: San José de Payamino Lugar verde con historia			
Estilo: Caminatas, Observación de flora y fauna, Convivencia cultural, visita a lugares naturales y petroglifos			
Carácter: Naturaleza y cultura		Duración: 1 día	
Idioma de guianza: Español/ Inglés		Dificultad: Moderado	
Recorrido: Coca-Loreto-comunidades Campo Alegre y Jumandi			
ITINERARIO			
Día	Hora	Actividad	
1	07H00	Salida en bus desde el malecón de la ciudad del Coca	
	08H30	Llegada y bienvenida a la comunidad Campo Alegre- Petroglifos Milenarios	
	08H40	Desayuno (Cabaña de la comunidad Campo alegre)	
	09H30	Inicia el recorrido observación de las aves por el sendero que conduce a los petroglifos	
	10H30	Baño natural en el río tutapishco.	
	12H00	Almuerzo tradicional Maito de pescado	
	14H00	Recorrido por el sendero Cury Ñamby	
	14H15	Visita a la cascada Carachupa	
	14H20	Canotaje en quillas	
	16H00	Convivencia cultural con las familias Kichwas	
	16H30	Hidromasaje en la cascada, baño natural y recreación por sus alrededores	
	17H00	Retorno a la ciudad	
	Descripción del paquete		
	<p>Luego de verles dado la bienvenida a los turistas se servirá el desayuno para enseguida dirigiremos a visitar los petroglifos milenarios mientras observamos el hermoso río de aguas claras y disfrutamos de un baño natural y de la vista de aves de la zona, luego se servirá un rico almuerzo típico maito de pescado, se comerá de la manera tradicional tendido en el piso en hojas de bijao todos en forma horizontal en dos filas mirándose de frente de tal manera que todos puedan verse, después se les llevará a la comunidad Jumandi donde se observará la flora y fauna por el sendero Cury Ñamby, enseguida visitaremos la cascada Carachupa Pakcha para proceder al paseo en quillas, después tendremos una convivencia cultural con las familias Kichwas quienes nos harán la demostración de su danza, música y de sus artesanías y para culminar podrán disfrutar de un hidromasaje y un baño natural en la cascada. Fin del tour.</p>		
Requerimientos para la visita			

Documentos personales, ropa cómoda, repelente, protector solar cámara fotográfica, gorra, gafas, poncho de agua, agua o bebida hidratante

Prohibiciones

Llevar armas blancas, /armas de fuego, bebidas alcohólicas

Normas de comportamiento

No botar basura en el piso, no salirse del sendero, no destruir la infraestructura o materiales de la zona

Incluye

Entradas, Guía, desayuno, almuerzo, implementos para canotaje

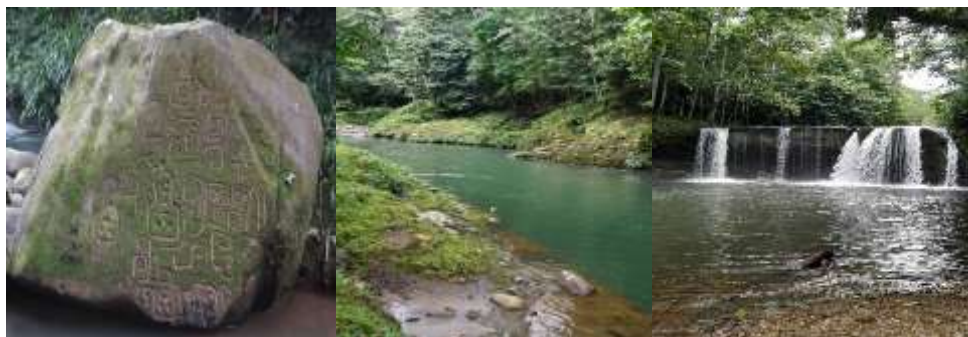
No incluye

Comidas y bebidas extras, gastos no especificados.

Precio

DETALLE	
4 PAX	40,63
6 PAX	37,50
10 PAX	35,00

Fotografía

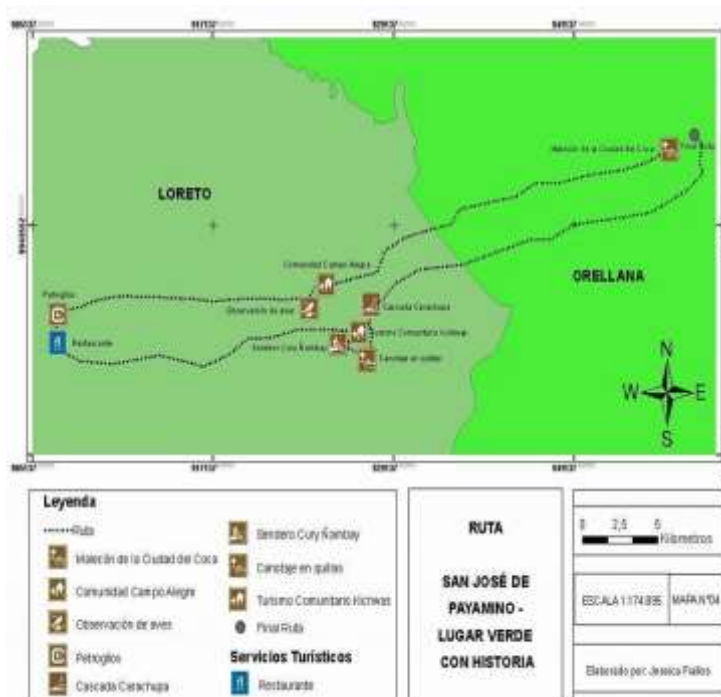


Petroglifos Campo Alegre

Río Tutapishco

Cascada Carachupa Pakcha

Mapa temático



Nota: Investigación de campo, 2017

2) Paquete N°2

Tabla VII-80: Comunidad Juan Pio Montufar

PAQUETE N°2			
CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL PAQUETE			
Denominación: San José de Payamino Lugar verde con historia			
Estilo: Caminatas, Observación de flora y fauna, convivencia cultural, visita a lugares naturales, práctica de elaboración de artesanías, práctica de la cacería ancestral con la cerbatana, pesca deportiva			
Carácter: Naturaleza y cultura		Duración: 1 día	
Idioma de guianza: Español/ Ingles		Dificultad: Moderado	
Recorrido: Coca-Loreto-Comunidad Juan Pio Montufar			
ITINERARIO			
Día	Hora	Actividad	
1	07H00	Salida en bus desde el malecón de la ciudad del Coca	
	09H00	Llegada y bienvenida a la comunidad Juan Pio Montufar	
	09H15	Desayuno	
	09H45	Caminata dentro de la selva e interpretación (petroglifos)	
	10H30	Box lunch	
	12H30	Almuerzo tradicional Maito de pescado	
	14H00	Práctica de elaboraciones de artesanías	
	15H00	Convivencia cultural	
	16H00	Baño natural y pesca deportiva en el Río Shinguno	
	17H30	Instalar el campamento en el área de camping	
	19H00	Cena	
	2	08H00	Desayuno
		09H30	Visita a la cascada Ishpingo Pakcha
10H30		Box lunch	
12H00		Almuerzo	
13H00		Visita a la cascada Wayra Pakcha	
14H30		Visita a la cascada Puma Pakcha	
16H00		Práctica de cacería ancestral con la cerbatana	
17H00		Retorno	
Descripción del paquete			
Después de darles la cordial bienvenida a los turistas enseguida procedemos a servirnos el desayuno y luego nos dirigiremos a visitar los petroglifos la piedra sagrada mientras caminamos por un sendero observando la flora y fauna de sus alrededores, luego tendremos un descanso y se comerá el box lunch para continuar la caminata luego se procederá a servirse el almuerzo típico maito de pescado, se comerá de la manera tradicional tendido en el piso en hojas de bijao todos en forma horizontal en dos filas mirándose de frente de manera que todos puedan verse, después se podrá practicar la elaboración de las artesanías y se tendrá una convivencia cultural con las familias kichwas de la zona, se acampará y se cenará y para culminar se podrá disfrutar de un baño natural y la pesca deportiva en el río Shinguno y de la admiración de tres hermosas cascadas. Fin del tour.			
Requerimientos para la visita			
Documentos personales, ropa cómoda, repelente, protector solar cámara fotográfica, gorra, gafas, poncho de agua, agua o bebida hidratante, carpa de acampar			
Prohibiciones			
Llevar armas blancas, /armas de fuego, bebidas alcohólicas			
Normas de comportamiento			
No botar basura en el piso, no salirse del sendero, no destruir la infraestructura o materiales de la zona			
Incluye			

Entradas, Guía, desayuno, almuerzo, cena

No incluye

Comidas y bebidas extras, gastos no especificados.

Precio

DETALLE	
4 PAX	79,38
6 PAX	76,25
10 PAX	73,75

Fotografías



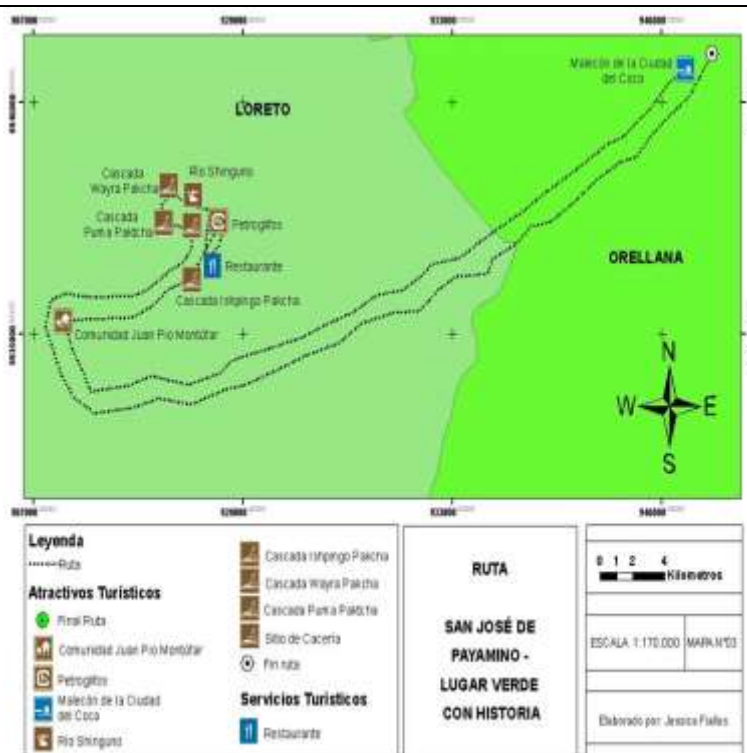
Petroglifo

Cascada Wayra Pakcha

Cascada Puma Pakcha

Cascada Ishpingo Pakcha

Mapa temático



Nota: Investigación de campo, 2017

4. Estructura del costo del paquete

a. Estructura del costo del paquete N°1

Tabla VII-81: Estructura del costo del paquete N°1

COSTOS DEL TOUR	DURACIÓN: UN DÍA				
	Costos Generales del tour	Cant.	Prec. Unit	Rangos de pax	
4				6	10
Transporte	1	10	40	60	100
Guianza	1	30	30	30	30
Canotaje en quillas	2	3	12	18	30
Total de costos Generales		43	82	108	160
Costos Individuales por pax					
Desayuno	1	3	3	3	3
Almuerzo	1	5	5	5	5
Entradas	2	2	4	4	4
Total de costos individuales			12	12	12
Costos totales por persona					
Total costos generales			20,5	18	16
Total costos individuales			12	12	12
Total de costos			32,5	30	28
Gastos administrativos 10%			3,25	3,00	2,80
Margen de rango (utilidad) 15%			4,88	4,50	4,20
Precio de venta final			40,63	37,50	35,00

Nota: Investigación de campo, 2017

b. Estructura para el paquete N°2

Tabla VII-82: Estructura para el paquete N°2

COSTOS DEL TOUR	DURACIÓN: DOS DÍAS				
	Costos Generales del tour	Cant.	Prec. Unit	Rangos de pax	
4				6	10
Transporte	1	10	40	60	100
Pesca deportiva	1	3	12	18	30
Carpas para camping	1	5	20	30	50
Guianza	1	30	30	30	30
Total de costos Generales		95	102,00	138,00	210,00
Costos Individuales por pax					
Desayuno	2	3	6	6	6
Box lunch	2	3	6	6	6
Almuerzo	2	5	10	10	10
Cena	1	10	10	10	10
Entradas	3	2	6	6	6
Total de costos individuales			38	38	38
Costos totales por persona					
Total costos generales			25,50	23,00	21,00
Total costos individuales			38,00	38,00	38,00
Total de costos			63,50	61,00	59,00
Gastos administrativos 10%			6,35	6,10	5,90
Margen de rango (utilidad) 15%			9,53	9,15	8,85
Precio de venta final			79,38	76,25	73,75

Nota: Investigación de campo, 2017

5. Flujogramas de procesos

a. Flujograma del paquete N°1

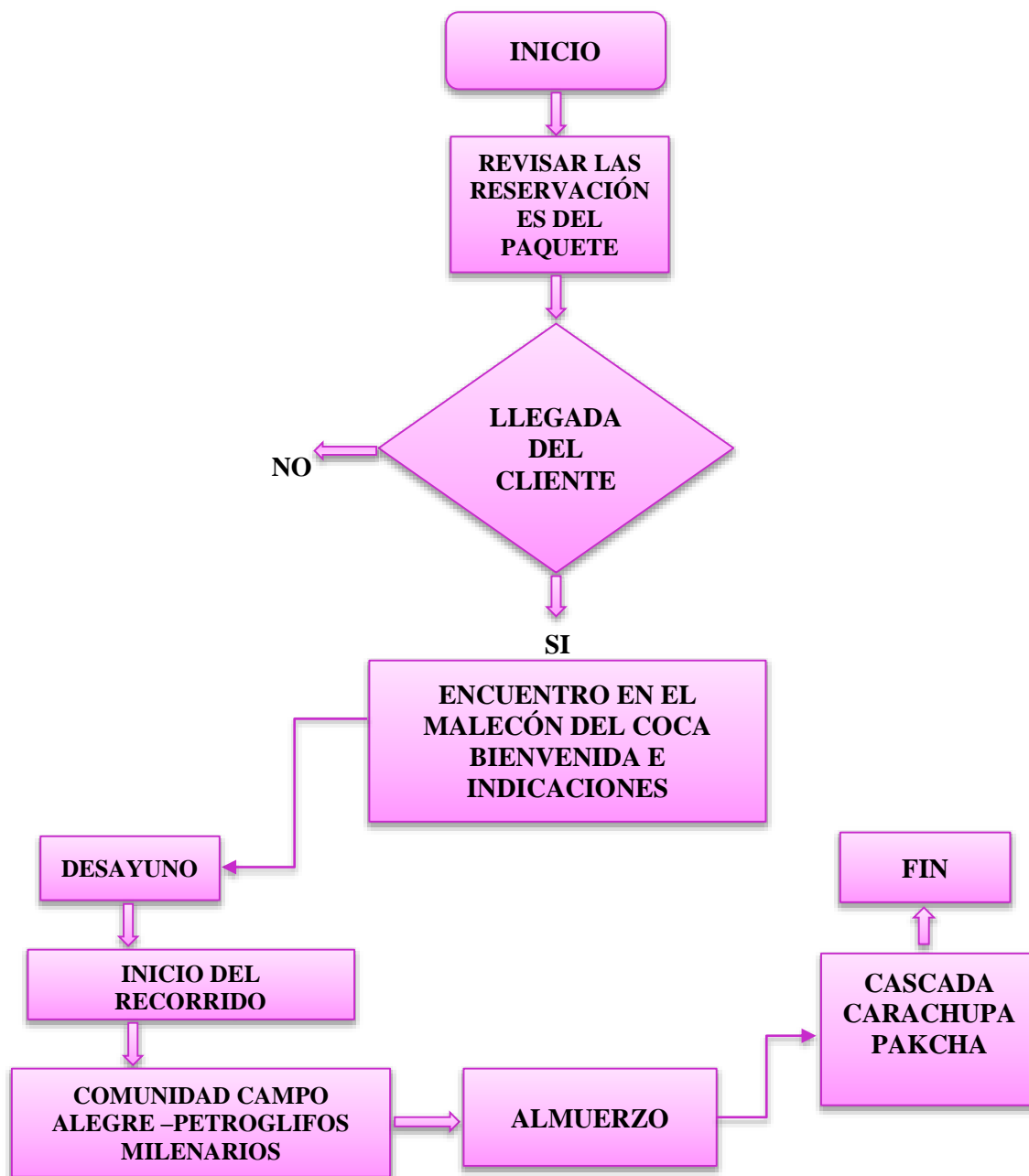


Figura VII-39: Flujograma del paquete N°1

Nota: Trabajo de campo, 2017

b. Flujograma para el paquete N°2

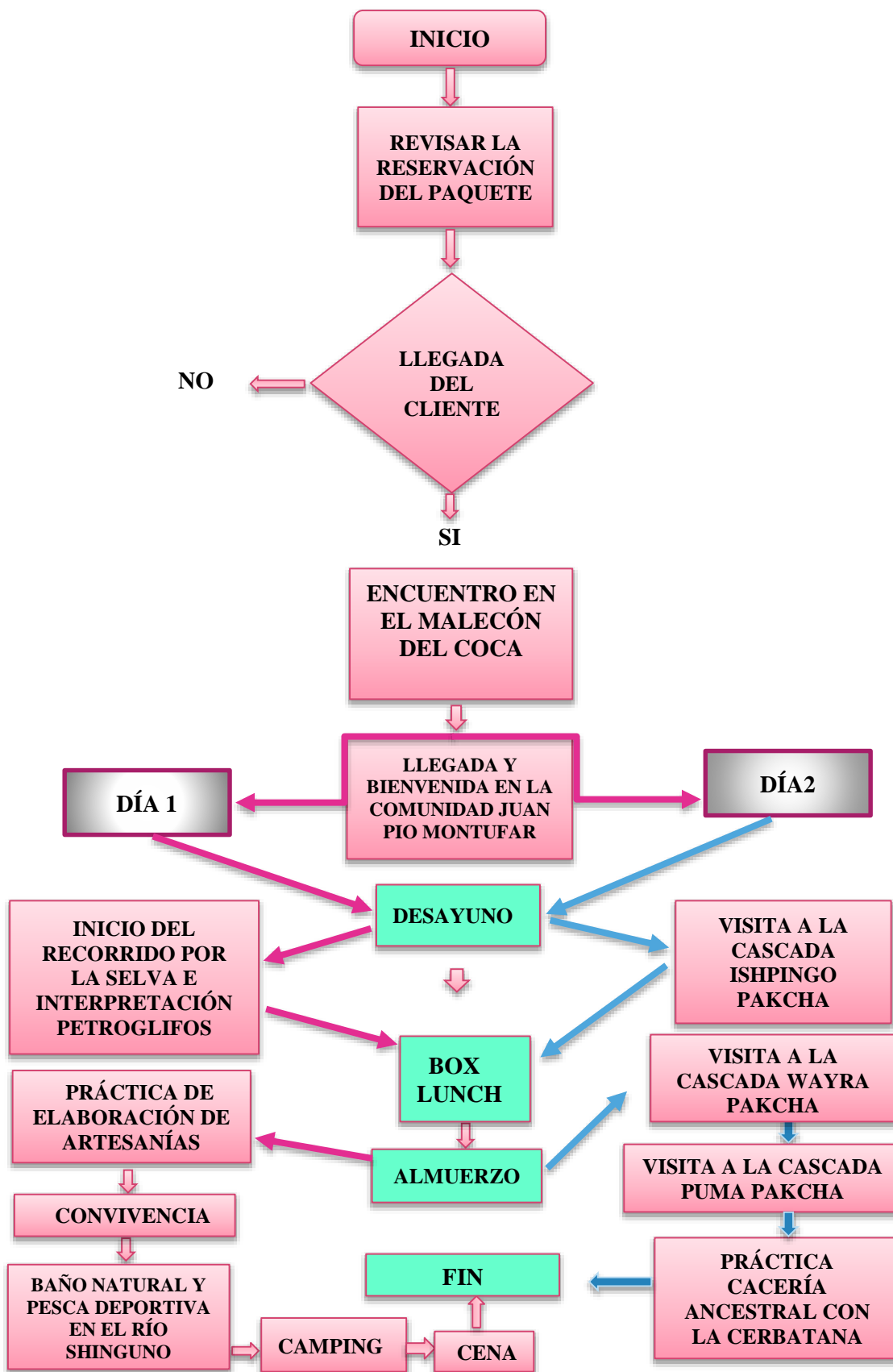


Figura VII-40: Flujo grama del paquete N° 2

Nota: Investigación de campo, 2017

6. Requerimiento para el área productiva

a. Activos fijos

Tabla VII-83: Activos fijos para el área productiva

ACTIVO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Muebles y enseres			
Mesa plástica	1	70,00	70,00
Sillas plásticas	6	10,00	60,00
Maquinaria y Equipo			
Vehículo	1	35000,00	35000,00
Binoculares	5	25,00	125,00
Equipo de caminata	10	25,00	250,00
Equipo de camping	6	70,00	420,00
Equipo para pesca	10	20,00	200,00
Equipo para canotaje	5	500,00	2500,00
GPS	1	150,00	150,00
Radios de comunicación	2	200,00	400,00
Equipo de computo			
Laptop	1	779,00	779,00
Total			39.954,00

Nota: Investigación de campo, 2017

b. Inversión diferida

Tabla VII-84: Inversión diferida

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	INVERSIÓN UNITARIA	INVERSIÓN TOTAL
Capacitación a los guías	2	40	80
TOTAL			80

Nota: Investigación de campo, 2017

c. Costo

1) Insumos y materiales

Tabla VII-85: Insumos y materiales

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL TOTAL
Nylon	2 rollos	16	192
Anzuelos	20	5	60
TOTAL			252

Nota: Investigación de campo, 2017

d. Talento humano

1) Mano de obra directa

Tabla VII-86: Mano de obra directa

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL TOTAL
Guías	2	800,00	9.600,00
TOTAL			9.600,00

Nota: Investigación de campo, 2017

2) Mano de obra indirecta

Tabla VII-87: Mano de obra indirecta

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL TOTAL
Chofer	1	400	4.800,00
TOTAL			4.800,00

Nota: Investigación de campo, 2017

e. Mantenimiento

Tabla VII-88: Mantenimiento

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL TOTAL
Mantenimiento de equipos	2	60	720,00
TOTAL			720,00

Nota: Investigación de campo, 2017

f. Combustible

Tabla VII-89: Combustibles

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL TOTAL
Diésel	150	155,55	1866,6
TOTAL			1866,6

Nota: Investigación de campo, 2017

D. DETERMINAR LA EVALUACIÓN AMBIENTAL

1. Factores ambientales que provocan daños en las actividades del proyecto

- a. **Suelo:** Al realizar recorridos turísticos por los atractivos o senderos por lo general serán contaminado al arrojar desechos sólidos por los turistas lo que provocará contaminación del suelo, alteración del uso actual del suelo y nutrientes.
- b. **Agua:** Al momento de realizar la actividad de canotaje los turistas suelen arrojar desechos ya que para ellos es la manera más fácil de deshacerse de su basura, pero no saben que poco a poco se va acumulando y provoca una contaminación en el agua, el agua natural en la superficie de ríos se ve afectada al entrar en contacto con sustancias tóxicas, las cuales con el tiempo van desintegrándose físicamente con ellas.
- c. **Aire:** El uso de productos químicos para limpieza y desinfección producen una contaminación al aire por las partículas que se desprenden de los productos químicos, aunque la limpieza es algo bueno para todos nosotros y para el medio ambiente, pero debemos de tratar de contar con productos libres de agentes químicos dañinos para lograr mantener nuestro medio ambiente y nuestra salud en óptimas condiciones.
- d. **Flora y fauna:** La emisión de ruidos perturba los patrones de alimentación y cría de algunos animales y se ha identificado como un factor que contribuye a la extinción o migración de las especies.

Tabla VII-90: Matriz de mitigación ambiental

ACTIVIDADES DE PROYECTO QUE CAUSAN DAÑO	EFEECTO	MEDIDA DE MITIGACIÓN	REQUERIMIENTOS	GASTOS
Suelo y agua				
Recorridos turísticos	Alteración del uso actual del suelo y nutrientes, contaminación a base de los desechos solidos	Recolección de los sólidos del responsable del cargo	Adecuada recolección y clasificación de los desechos	800
Canotaje	Contaminación del agua por desechos arrojados por los turistas	Dar indicaciones antes de realizar la actividad	Capacitación ambiental	500
Aire				
Uso de productos químicos para limpieza y desinfección	Contaminación causada por las partículas que se desprenden de los productos químicos	Usar productos naturales o con menor cantidad de químicos	Capacitación ambiental	500
Flora y fauna				
Emisión de ruidos	Alejamiento y migración de las especies animales	Disminución al máximo del ruido	Indicaciones preventivas antes de iniciar el recorrido	500
Total de gastos en requerimientos para el estudio ambiental				2300

Nota: Investigación de campo, 2017

En esta matriz de mitigación ambiental se determinó las actividades que cusan daño al proyecto en el suelo, agua, aire, flora y fauna.

E. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

1. Organización para la operación del producto turístico

a. Marco Legal para la constitución

La junta parroquial de San José de Payamino podrá operar el producto turístico bajo los siguientes artículos:

El circuito turístico será desarrollado a través de un Centro de Turismo Comunitario con el nombre San José de Payamino lugar verde con historia, creado por las comunidades de la parroquia amparado bajo la ley y reglamento de turismo, donde la junta parroquial será la encargada de realizar todas las gestiones de la institución pertinentes y ahí se venderán los paquetes turísticos directa o indirectamente a través de operadoras.

Será coordinado por el Ministerio de turismo del Ecuador y la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, para que las comunidades ejecuten su proyecto legalmente bajo la categoría de Centro de Turismo Comunitario (CTC).

b. Régimen de competencias – Capítulo cuarto

Art. 267.- Los gobiernos parroquiales rurales ejercerán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de las adicionales que determine la ley:

- Planificar, construir y mantener la infraestructura física, los equipamientos y los espacios públicos de la parroquia, contenidos en los planes de desarrollo e incluidos en los presupuestos participativos anuales (Asamblea Constituyente, 2008).
- Planificar y mantener, en coordinación con los gobiernos provinciales, la vialidad parroquial rural (Asamblea Constituyente, 2008).
- Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias, la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente (Asamblea Constituyente, 2008).
- Promover la organización de los ciudadanos de las comunas, recintos y demás asentamientos rurales, con el carácter de organizaciones territoriales de base (Asamblea Constituyente, 2008).

c. Código orgánico de organización territorial, autonomía y descentralización

Capítulo IV

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural -Sección Primera Naturaleza Jurídica, sede y funciones

Art. 64.- Funciones. - Son funciones del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural

- Promover el desarrollo sustentable de su circunscripción territorial parroquial para garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas parroquiales, en el marco de sus competencias constitucionales y legales (Ministerio de Finanzas del Ecuador, 2012).
- Diseñar e impulsar políticas de promoción y construcción de equidad e inclusión en su territorio, en el marco de sus competencias constitucionales y legales (Ministerio de Finanzas del Ecuador, 2012).
- Implementar un sistema de participación ciudadana para el ejercicio de los derechos y avanzar en la gestión democrática de la acción parroquial (Ministerio de Finanzas del Ecuador, 2012).
- Fomentar la inversión y el desarrollo económico especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como la agricultura, ganadería, artesanía y turismo, entre otros, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados.
- Articular a los actores de la economía popular y solidaria a la provisión de bienes y servicios públicos (Ministerio de Finanzas del Ecuador, 2012).
- Prestar los servicios públicos que les sean expresamente delegados o descentralizados con criterios de calidad, eficacia y eficiencia; y observando los principios de universalidad, accesibilidad, regularidad y continuidad previstos en la Constitución (Ministerio de Finanzas del Ecuador, 2012).
- Promover los sistemas de protección integral a los grupos de atención prioritaria para garantizar los derechos consagrados en la Constitución, en el marco de sus competencias (Ministerio de Finanzas del Ecuador, 2012).

Art. 65.- Competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural:

- Planificar junto con otras instituciones del sector público y actores de la sociedad el desarrollo parroquial y su correspondiente ordenamiento territorial, en coordinación con el gobierno cantonal y provincial en el marco de la interculturalidad y plurinacionalidad y el respeto a la diversidad.
- Planificar, construir y mantener la infraestructura física, los equipamientos y los espacios públicos de la parroquia, contenidos en los planes de desarrollo e incluidos en los presupuestos participativos anuales.
- Planificar y mantener, en coordinación con los gobiernos provinciales, la vialidad parroquial rural.
- Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente (Ministerio de Finanzas del Ecuador, 2012).

2. Requisito para el registro como Centro de Turismo Comunitario

Tabla VII-91: Requisito para el registro como Centro de Turismo comunitario

REQUISITOS	INVERSIÓN
Constitucional	
Solicitud de registro del MINTUR	2,50
Documentación Jurídica	60,00
Acta de la Asamblea	60,00
Certificado de capacitación	250,00
Copia del Ruc Certificada	5,00
Informe técnico	250,00
Pago registro en el MINTUR	115,00
Total	742,50

Nota: Investigación de campo, 2017

3. Requisito para el funcionamiento del Centro de Turismo Comunitario

Tabla VII-92: Requisito para el funcionamiento del Centro de Turismo Comunitario

REQUISITOS PARA EL FUNCIONAMIENTO	GASTO ANUAL
Permiso de LUAF	100,00
Solicitud de LUAF	5,00
Copia de certificado de ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio	10,00
Copia de cédula y certificado de votación	1,00
Copia de RUC de establecimiento	1,00
Copia de permiso de funcionamiento del cuerpo de Bomberos	80
Total	197,00

Nota: Investigación de campo, 2017

4. Requerimiento para el área comercial

a. Selección de inducción al talento humano de la empresa

Tabla VII-93: Selección e inducción al talento humano de la empresa

ACTIVIDADES	INVERSIONES
Convocatoria por radio	80,00
Entrevista (asesoría de un profesional en entrevista)	40,00
Contratación (asesoría de un profesional en contratación)	40,00
TOTAL	160,00

Nota: Investigación de campo, 2017

5. Proceso de inducción

Tabla VII-94: Proceso de inducción

ACTIVIDADES	INVERSIONES
Capacitación (asesoría de un profesional)	60,00
TOTAL	60,00

Nota: Investigación de campo, 2017

a. Capacitación del talento humano del área administrativa

Tabla VII-95: Capacitación del talento humano

ACTIVIDADES	INVERSIONES
Capacitación gerente y secretaria una vez al año	500,00
TOTAL	500,00

Nota: Investigación de campo, 2017

b. Requerimiento del talento humano para área administrativa

Tabla VII-96: Requerimiento del talento humano para área administrativa

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	GASTO MENSUAL	GASTO ANUAL
Gerente	1	800	9.600,00
Secretaria	1	370	4.440,00
TOTAL			14.040,00

Nota: Investigación de campo, 2017

c. Activos fijos para el área administrativa

Tabla VII-97: Activos fijos para el área administrativa

ACTIVO	UNIDAD	INVERSIÓN UNITARIA	INVERSION TOTAL
Muebles y enseres			
• Sillas	6	25,00	150,00
• Escritorios	2	150,00	300,00
• Anaquel	2	50,00	100,00
Equipos de oficina			
• Computadora	2	779	1.558,00
• Calculadora	2	15,00	30,00
• Teléfono convencional	1	50,00	50,00
TOTAL			2.188,00

Nota: Investigación de campo, 2017

d. Gasto para el área administrativa

Tabla VII-98: Gasto para el área administrativa

RUBRO	CANTIDAD	INVERSIÓN UNITARIA	INVERSIÓN TOTAL	INVERSIÓN ANUAL
Esferos	4	0,5	2	24
Grapas	1	2	2	24
Carpetas	4	2	8	96
Archivadores	2	3	6	72
Engrampadoras	1	6	6	72
Perforadora	1	7	7	84
Cinta adhesiva	1	1	1	12
Lápices	4	0,35	1,4	16,8
Borradores	3	0,3	0,9	10,8
Resma de papel	1	4,5	4,5	54
Saca grapas	1	1,5	1,5	18
Corrector	1	1,75	1,75	21
TOTAL				504,6

Nota: Investigación de campo, 2017

6. Estructura organizativa del proyecto

a. Organigrama estructural



Figura VII-41: Organigrama estructural

Nota: Investigación de campo, 2017

b. Organigrama funcional



Figura VII-42: Organigrama funcional

Nota: Investigación de campo, 2017

7. Manual de cargos y responsables

a. Gerencia

Tabla VII-99: Gerencia

CARGO	ADMINISTRADOR
Naturaleza del trabajo	Liderar, dirigir y coordinando a las distintas áreas para asegurar la rentabilidad, competitividad, continuidad y sustentabilidad de la empresa cumpliendo con los reglamentos y normas vigentes.
Responsabilidades	Determinar las tareas de sus subordinados Atender a las contingencias que puedan surgir, ser líder del equipo, dirigir al CTC, informarse acerca de cómo satisfacer a los clientes.
Requisitos	Ingeniero en administración turística o ingeniero en turismo, conocimientos de la ley de turismo y reglamentos, dominio del inglés hablado y escrito.

Nota: Investigación de campo, 2017

b. Asesor jurídico

Tabla VII-100: Asesor jurídico

CARGO	ABOGADO
Naturaleza del trabajo	Asiste como asesor y representante en la defensa de sus derechos e intereses frente a los organismos públicos y al resto de personas y entidades privadas.
Responsabilidades	Operar asuntos legales, expresar e interpretar las leyes, asesorar a sus clientes.
Requisitos	Licenciado en derechos, experiencia laboral

Nota: Investigación de campo, 2017

c. Secretaria

Tabla VII-101: Secretaria

CARGO	SECRETARIA
Naturaleza del trabajo	Ejecutar trabajos pertinentes al área secretarial y asistir a su supervisor inmediato, además de conocer las funciones y manejo de la empresa.
Responsabilidades	Elaboran cheques, redactar documentos, atender y suministrar atención al cliente, mantienen en orden el equipo y sitio de trabajo, toma mensajes y los trasmite, actualiza los archivos, lleva el control de caja chica.
Requisitos	Bachiller, conocimientos básicos de computación e inglés, relaciones humanas

Nota: Investigación de campo, 2017

d. Área productiva

Tabla VII-102: Área productiva

CARGO	GUÍA
Naturaleza del trabajo	Dirigir grupo de turistas brindándoles todo tipo de información respecto a los atractivos natural o cultural.
Responsabilidades	Tener un itinerario de la ruta, recibir al turista, velar por la integridad y seguridad del turista, brindar información precisa y breve de los puntos de interés.
Requisitos	Licencia de guía actualizada, conocimientos de inglés

Nota: Investigación de campo, 2017

e. Área comercial

Tabla VII-103: Área comercial

CARGO	AGENTE DE VENTAS
Naturaleza del trabajo	Promocionar los sitios turísticos de la parroquia, aumentar el número y calidad de los clientes que puedan visitar, solucionar problemas e inconvenientes que puedan ocurrir.
Responsabilidades	Hacer cumplir el horario establecido de los paquetes, visitar potenciales clientes, realizar informes de ventas u otros, aumentar la cantidad de turistas que puedan comprar nuestro producto.
Requisitos	Ingeniero en turismo sostenible o a fin, agente de ventas, conocimientos de marketing y publicidad.

Nota: Investigación de campo, 2017

F. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

1. Análisis económico

a. Inversiones del proyecto

Tabla VII-104: Inversiones

INVERSIONES	INVERSIÓN PROPIA	INVERSIÓN FINANCIADA	TOTAL
Activos fijos			
Maquinaria y equipos	0,00	4045,00	4045,00
Equipo de computo	0,00	4559,00	4559,00
Materiales de oficina	0,00	504,60	504,60
Muebles y enseres	0,00	1070,00	1070,00
Vehículo		35000,00	35000,00
Inversiones diferidas			
Adecuaciones	900,00	0,00	900,00
Capacitación	2136,00	0,00	2136,00
Promoción y publicidad	7860,00	0,00	7860,00
Combustible	1866,60	0,00	1866,60
Gastos de constitución	3239,50	0,00	3239,50
Selección del personal	160,00	0,00	160,00
Mantenimiento Equipo	720,00	0,00	720,00
Capital de trabajo			
Mano de obra directa	9600,00	0,00	9600,00
Mano de obra indirecta	4800,00	0,00	4800,00
Sueldos y salarios	32040,00	0,00	32040,00
Materiales e insumos	1734,00	0,00	1734,00
Total	65056,10	45178,60	110234,70

Nota: Investigación de campo, 2017

b. Cálculo del pago de la deuda

Monto: 45178,60

Interés anual: 12%

Financiera: BanEcuador

Tabla VII-105: Pago deuda

CÁLCULO DEL PAGO A LA DEUDA					
Año	Préstamo	Capital a pagarse	Interés	Cuota anual	Saldo
2018(0)	45178,600	9035,720	5421,432	14457,152	36142,880
2019 (1)	36142,880	9035,720	4337,146	13372,866	27107,160
2020 (2)	27107,160	9035,720	3252,859	12288,579	18071,440
2021 (3)	18071,440	9035,720	2168,573	11204,293	9035,720
2022 (4)	9035,720	9035,720	1084,286	10120,006	0,000
Total		45178,60	16264,30	61442,90	

Nota: Investigación de campo, 2017

c. Depreciaciones de activos fijos

Tabla VII-106: Depreciaciones de activos fijos

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS					
Activo	Valor del bien	Operación por ley (años)	Operación anual	Operación por uso en el proyecto	Valor de salvamento
Maquinaria y equipo	4045,00	10	404,50	2022,50	2022,50
Muebles y enseres	1070,00	10	107,00	535,00	535,00
Equipo de computo	4559,00	3	1519,67	7598,33	-3039,33
Vehículo	35000,00	5	7000,00	35000,00	0,00
Total	44674,00		9031,17	45155,83	-481,83

Nota: Investigación de campo, 2017

d. Amortizaciones de activos diferidos

Tabla VII-107: Amortizaciones de activos diferidos

Amortización de activos diferidos						
Denominación	Inversión	Amortización anual				
		2019	2020	2021	2022	2023
Adecuaciones	900,00	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00
Capacitaciones	2136,00	427,20	427,20	427,20	427,20	427,20
Promoción y publicidad	7860,00	1572,00	1572,00	1572,00	1572,00	1572,00
Selección del personal	160,00	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00
Total	11056,00	2211,20	2211,20	2211,20	2211,20	2211,20

Nota: Investigación de campo, 2017

e. Costos y gastos

Tabla VII-108: Costos y gastos

COSTOS Y GASTOS					
Denominación	Año				
Costos de producción	2019	2020	2021	2022	2023
Materias primas	0	0	0	0	0
Insumos y materiales	1734,00	1736,54	1739,08	1741,62	1744,16
Mano de obra directa	9600,00	9898,00	10196,00	10494,00	10792,00
Mano de obra indirecta	4800,00	4895,00	4990,00	5085,00	5180,00
Mantenimiento	720,00	742,00	764,00	786,00	808,00
Combustible	1866,60	1889,60	1912,60	1935,60	1958,60
Subtotal 1	18720,60	19161,14	19601,68	20042,22	20482,76
Gastos administrativos					
Sueldos y salarios	32040,00	32490,00	32940,00	33390,00	33840,00
Servicios básicos	960,00	990,00	1020,00	1050,00	1080,00
Permiso para el funcionamiento de la empresa	3239,50	3279,50	3319,50	3359,50	3399,50
Subtotal 2	36239,50	36759,50	37279,50	37799,50	38319,50
Gastos comerciales					
Promoción y publicidad	7860,00	7940,00	8020,00	8100,00	8180,00
Capacitación durante	2136,00	2156,00	2176,00	2196,00	2216,00
Subtotal 3	9996,00	10096,00	10196,00	10296,00	10396,00
Total	64956,10	66016,64	67077,18	68137,72	69198,26

Nota: Investigación de campo, 2017

f. Presupuestos de ingresos

Tabla VII-109: Presupuesto de ingresos

PRESUPUESTO DE INGRESOS	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Paquete 1	546	584	625	669	715	765
Precio	40,63	40,63	40,63	40,63	40,63	40,63
Subtotal 1	22183,98	23727,92	25393,75	27181,47	29050,45	31081,95
Paquete 2	517	553	591	633	677	724
Precio	79,38	79,38	79,38	79,38	79,38	79,38
Subtotal 2	41039,46	43897,14	46913,58	50247,54	53740,26	57471,12
TOTAL	63223,44	67625,06	72307,33	77429,01	82790,71	88553,07

Nota: Investigación de campo, 2017

g. Estado de resultados

Tabla VII-110: Estado de resultados

Estado de resultados					
Rubro/año	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas	67625,06	72307,33	77429,01	82790,71	88553,07
Costos de producción	18720,60	19161,14	19601,68	20042,22	20482,76
Utilidad bruta	48904,46	53146,19	57827,33	62748,49	68070,31
Gastos administrativos	36239,50	36759,50	37279,50	37799,50	38319,50
Gastos comerciales	9996,00	10096,00	10196,00	10296,00	10396,00
Utilidad antes de impuestos y utilidades	2668,96	6290,69	10351,83	14652,99	19354,81
Impuestos (25%)	667,24	1572,67	2587,96	3663,25	4838,70
Utilidad antes de repartición de utilidades	2001,72	4718,02	7763,87	10989,74	14516,11
Repartición de utilidades (15%)	300,26	707,70	1164,58	1648,46	2177,42
Utilidad neta	1701,46	4010,31	6599,29	9341,28	12338,69

Nota: Investigación de campo, 2017

h. Flujo de caja

Tabla VII-111: Flujo de caja

Flujo de caja					
Rubro/año	2018	2019	2020	2021	2022
Inversiones					
Recuperación del capital de trabajo					9283,00
Valor de salvamento					-481,83
Utilidad neta	1701,46	4010,31	6599,29	9341,28	12338,69
Depreciaciones	45155,83	45155,83	45155,83	45155,83	45155,83
Flujo de caja	46857,30	49166,15	51755,12	54497,11	57494,52
Valor actual neto	185127,94				
T I R	36%				
Costo/ beneficio	1,28				

Nota: Investigación de campo, 2017

2. Análisis financiero

a. Evaluación financiera

Tabla VII-112: Evaluación financiera

EVALUACIÓN FINANCIERA	TOTAL
VAN	185127,94
TIR	36%
RELACIÓN COSTO / BENEFICIO	1,28
PERIODO DE RECUPERACIÓN	3cer año

Nota: Investigación de campo, 2017

b. Valor actual neto

Se lo calculó con la tasa pasiva del 6%, obtenido un VAN positivo de \$ 185127,94 lo cual indica que nuestro proyecto es factible ya que genera ganancias.

c. Tasa de interés de retorno

La tasa interna de retorno nos dio un 36% en relación con el 6% que es la tasa pasiva de los bancos, es decir que si se invierte en el proyecto la ganancia sería mayor que la ganancia del banco.

d. La relación costo beneficio

Por cada dólar invertido en el proyecto se estará ganando 0,28 centavos ya que tiene una relación costo / beneficio de 1,28.

e. Periodo de recuperación

El periodo de recuperación será en el 3er año, en donde se cubrirá la totalidad de la inversión por lo que ya genera ganancias desde ese periodo superando los egresos.

Tabla VII-113: Periodo de recuperación del capital

AÑO	0	1	2	3	4	5
CAPITAL	-110234,70	46857,30	96023,44	147778,57	202275,68	259770,21

Nota: Investigación de campo, 2017

VIII. CONCLUSIONES

- A.** San José de Payamino es una parroquia que no tiene un estudio técnico que determine su potencial turístico, pero los refleja en sus atractivos naturales y culturales los mismos que alcanzan a la jerarquía II, lo que significa que son atractivos con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a los visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno y receptivo, suman un total de 13 atractivos los cuales son 6 naturales y 7 manifestaciones culturales.
- B.** El estudio de mercado sirvió para el diseño de los paquetes turísticos ya que se pudo conocer los gustos y preferencias del turista nacional y extranjero, así enfocarse a sus necesidades para poder ofertar un producto de calidad.
- C.** Al realizarse el proyecto generará un impacto positivo ya que con la actividad turística se obtendrá ingresos económicos para el bien local y respecto a los impactos negativos que ocasionaran daño en este caso al suelo, agua, aire, flora y fauna será compensado con un plan de mitigación ambiental.
- D.** Para el estudio legal y administrativo se creará un Centro Turístico Comunitario aprobado por el reglamento de aplicación de la Ley de Turismo.
- E.** El estudio financiero nos confirma que el producto turístico diseñado San José de Payamino lugar verde con historia es financieramente rentable pues alcanza un valor neto 185127,94 una tasa interna de retorno 36%.

IX. RECOMENDACIONES

- A.** Se recomienda que para alcanzar un buen desarrollo turístico se debe estimar el perfil del turista ya que esto permitirá ofrecer servicios de calidad de acuerdo a los gustos y preferencias de los visitantes quienes serán actores para la puesta en circulación del producto.
- B.** Ejecutar el circuito turístico San José de Payamino Lugar verde con historia creando el Centro Turístico Comunitario.
- C.** Para tener un desempeño mejorable en función de las actividades turísticas es importante tener capacitaciones periódicas en temas como: habilidades blandas, relaciones humanas y además actualizar la información turística al personal encargado en el desarrollo del producto para tener una buena prestación del servicio.
- D.** Elevar el nivel de participación de los moradores de la parroquia en el proceso de implementación y operación del producto.

X. RESUMEN

El presente trabajo propone: diseñar un producto turístico para la parroquia San José de Payamino cantón Loreto provincia de Orellana; mediante la recopilación de información primaria, secundaria y salidas de campo, donde se elaboró la evaluación del potencial turístico con el inventario de atractivos naturales y culturales y el diagnóstico situacional. Para la elaboración del estudio de mercado se lo realizó mediante la aplicación de una encuesta determinando el perfil del turista nacional y extranjero. Para la elaboración del estudio técnico productivo se diseñó un plan mercadotécnico basado en canales de distribución directa, un plan de comunicación conformado por un slogan, tarjeta de presentación, tríptico, diseño de página web y otros medios que contribuirán a la captación de consumidores y asegure el éxito, para el circuito turístico San José de Payamino Lugar verde con historia se elaboró dos paquetes con sus respectivos itinerarios y costos. Para la realización del estudio administrativo legal se creará un Centro de Turismo Comunitario, para la determinación de la evaluación ambiental se elaboró una tabla de mitigación ambiental, por último, se hizo el estudio financiero que determina que la inversión inicial será 185127,94 dando un VAN positivo alcanzando un TIR de 36%, y una relación de beneficio / costo de 1,28. Se concluye que el producto si es factible y se recomienda su implementación como aporte al desarrollo y crecimiento de la oferta turística de la parroquia.

Palabras clave: PRODUCTO TURÍSTICO - ATRACTIVOS TURÍSTICOS - PAQUETES TURÍSTICOS.

Por: Jessica Fiallos



XI. SUMMARY

This paper proposes: to design a tourist product for the parish San José de Payamino, Canton Loreto, province of Orellana; through the collection of primary information, secondary and field trips, which elaborated the evaluation of tourism potential with the inventory of natural attractions, cultural and situational diagnosis. For the elaboration of the market study it was realized by means of the application of a survey determining the profile of the national and foreign tourist. For the elaboration of the technical Productive study, a marketing plan was designed based on direct distribution channels, a communication plan made up of a slogan, business card, triptych, Web page design and other means that will contribute to the Consumer training and ensure success, for the tourist circuit San José de Payamino Green place with history, two packages were prepared with their respective itineraries and costs. In order to carry out the legal administrative study, a Community tourism center was created, for the determination of the environmental evaluation, an environmental mitigation table was developed, finally, the financial study that determined the initial investment was made. That will be 185127.94 giving a positive NPV (Net Present Value) reaching an IRT (internal rate of return) of 36%, and a benefit/cost ratio of 1.28. It is concluded that the product is feasible and its implementation is recommended as a contribution to the development and growth of the tourist offer of the parish.

Key words: TOURIST PRODUCT, TOURIST ATTRACTIONS, TOURIST PACKAGES.



XII. BIBLIOGRAFÍA

- Almijara, A. d. (2008). *turismo sostenible*. Recuperado el 15 de Febrero de 2018, de <http://www.turismo-sostenible.org/docs.php?did=1>
- Arauz, I. (2010). *Sistema turístico*. Recuperado el 04 de Marzo de 2018, de eumed.net enciclopedia virtual: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1199/index.htm>
- Asamblea Constituyente. (2008). *Régimen de competencias*. Recuperado el 05 de Marzo de 2018, de <http://www.efemerides.ec>: <http://www.efemerides.ec/1/cons/index5.htm>
- Canavos, G. G. (1998). *Probabilidad y Estadística: aplicaciones y métodos*. Recuperado el 10 de Enero de 2018, de <https://estadisticaunicaes:https://estadisticaunicaes.files.wordpress.com/2012/05/george-c-canavos-probabilidad-y-estadistica-aplicaciones-y-metodos.pdf>
- Covarrubias, R. (2015). *Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas*. Recuperado el 4 de Marzo de 2018, de <http://www.eumed.net>: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/oferta-turistica.htm>
- Crespo, T. (14 de 11 de 2015). *Crónica global*. Obtenido de https://cronicaglobal.elespanol.com/creacion/vida-tecky/sms-cumple-25-anos_103964_102.html
- Cruz, G. d., & Albuquerque, T. V. (2010). *Promoción turística on-line análisis del site y las políticas públicas de Recife - Brasil*. Recuperado el 03 de Marzo de 2018, de <http://www.scielo.org>: <http://www.scielo.org/ar/pdf/eypt/v19n5/v19n5a06.pdf>
- Díaz, E., Crecente, R., & Álvarez, C. (2004). *Diagnóstico turístico*. Recuperado el 04 de Marzo de 2018, de https://books.google.com:https://books.google.com.ec/books?id=8uOMsAqeRyMC&pg=PA15&lpg=PA15&dq=diagnostico+turistico&source=bl&ots=6SH4lr44kE&sig=tOPk2yXD0bUF2rGysRlWu8V1tyY&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjxv_P5usTZAhXOuVkkHVN4CSAQ6AEIczAI#v=onepage&q=diagnostico%20turistico&f=false
- Domínguez, P. R. (2009). *¿Cómo llegar a ser experto en marketing?* Recuperado el 18 de Febrero de 2018, de <http://www.eumed.net>: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2009a/506/index.htm>
- Ecuador On line. (s.f). *Orellana*. Recuperado el 26 de Septiembre de 2016, de <http://www.explored.com>: <http://www.explored.com.ec/ecuador/orellana.htm>
- Fernández, Aparicio, & Cervera. (2015). *Introducción de análisis económico*. Recuperado el 20 de Febrero de 2018, de <http://www.contabilidad.tk/node/162>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino. (8 de Marzo de 2015). *Actualización del plan de desarrollo y ordenamiento territorial*. Recuperado el 15 de Enero de 2017, de <http://sanjosedepayamino.gob.ec>: <http://sanjosedepayamino.gob.ec/index.php/gobierno-parroquial/plan-de-desarrollo>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de San José de Payamino. (8 de Marzo de 2015). a) *Gobierno Parroquial San José de Payamino*. Recuperado el 15 de Abril de 2016,


- de PDOTDPSJP 2011-2020: <http://sanjosedepayamino.gob.ec/index.php/gobierno-parroquial/plan-de-desarrollo>
- Gonza, P. (27 de Septiembre de 2009). *Circuito o corredor* . Recuperado el 20 de Febrero de 2018, de <http://wwwgeo-turismo.blogspot.com:/2009/09/el-sistema-turistico.html>
- González, J. A. (septiembre de 2010). *Marketing turístico y gestión del producto*. Recuperado el 05 de Marzo de 2018, de <http://www.eumed.net:> <http://www.eumed.net/rev/turydes/08/jamg3.htm>
- Hompson, I. (28 de Agosto de 2007). *La Organización*. Recuperado el 03 de Marzo de 2018, de [http://www.promonegocios.:](http://www.promonegocios.) <http://www.promonegocios.net/empresa/definicion-organizacion.html>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Marketing*. Recuperado el 04 de Marzo de 2018, de <https://profdariomarketing.files.wordpress.com:> https://profdariomarketing.files.wordpress.com/2014/03/marketing_kotler-armstrong.pdf
- Llamas, I. O., Pérez, E. M., & Hinojosa, E. M. (junio de 2012). *Producto turístico*. Recuperado el 05 de Marzo de 2018, de <http://www.eumed.net:> <http://www.eumed.net/rev/turydes/12/lph.html>
- Martínez. (27 de Septiembre de 2016). *Desequilibrio Oferta-Demanda, y Competencia*. Recuperado el 20 de Febrero de 2018, de <https://www.aporrea:> <https://www.aporrea.org/economia/a234724.html>
- Martínez, Y. P., Vázquez, L. V., & Caraballo, V. Á. (2011). *Procedimiento para realizar estudios de mercados emisores reales y potenciales para el producto turístico de las tunas*. Recuperado el 04 de Marzo de 2018, de <http://www.eumed.net:> <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011b/956/Producto%20turistico.htm>
- Ministerio de Finanzas del Ecuador. (2012). *Código orgánico organización territorial* . Recuperado el 04 de Marzo de 2018, de <http://www.finanzas.gob.ec:> http://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/CODIGO_ORGANIZACION_TERRITORIAL.pdf
- Montoya, M. (2013). *Universo y Muestra*. Recuperado el 21 de Febrero de 2018, de <http://www.google.com:> <http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=7&cad=rja&uact=8&ved=0CEcQFjAG&url=http%3A%2F%2Fpits-bi-real-time.googlecode.com%2Fsvn%2Ftrunk%2FTesis%2FLecturas%2FInvestigacion%2520cientifica%2F12.%2520UNIVERSO%2520Y%2520MUESTRA.ppt&ei=sT>
- Organización Mundial del Turismo. (2013). *Turismo en las Américas*. (A. Naime, Ed.) Recuperado el 25 de Enero de 2018, de <https://www.e-unwto.org:> <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284415878>
- Pérez, & Merino. (2011). *Análisis Financiero*. Recuperado el 20 de Febrero de 2018, de <http://definicion.de/analisis-financiero/>
- Porto, J. P., & Merino, M. (2014). *Definición de análisis financiero* . Recuperado el 20 de Marzo de 2018, de <https://definicion.de:> <https://definicion.de/analisis-financiero/>

- Quinte, J. A. (2005). *Marketing para editoriales universitarias en el siglo XXI*. Recuperado el 04 de Marzo de 2018, de https://books.google.com.:https://books.google.com.ec/books?id=YA68guQR3d8C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbg_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Rodriguez, R. M., & Acosta, E. Z. (20 de 03 de 2009). *La colaboración entre los actores turísticos en ciudades patrimoniales. Reflexiones para el análisis del desarrollo turístico* . Recuperado el 15 de Febrero de 2018, de http://pasosonline.org:http://pasosonline.org/Publicados/7209/PS0209_6.pdf
- Secretaría de Ambiente. (2018). *Estudios del impacto ambiental*. Recuperado el 03 de Marzo de 2018, de <http://www.quitoambiente:http://www.quitoambiente.gob.ec/ambiente/index.php/calidad-y-gestion-ambiental/estudios-de-impacto>
- Tabares, F. C. (2006). *Proyectos turísticos localización e inversión*. Recuperado el 05 de Marzo de 2018, de <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/03/119-flavio-cardenas-tavares-proyectos-turisticos.pdf>
- Thompson. (junio de 2008). *El estudio de mercado*. Recuperado el 05 de Marzo de 2018, de <https://www.promonegocios.net:https://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>
- Torres, C., & Pazmiño, I. (2009). *Loreto, Puerta de Orellana*. Recuperado el 19 de Diciembre de 2017, de http://www.puerta-yasuni.com:http://www.puerta-yasuni.com/index.php?option=com_content&view=article&id=3&Itemid=12
- Vargas, H. M., & Cerna, M. P. (2007). *La internacionalización de las pequeñas y medianas empresas*. Recuperado el 18 de Febrero de 2018, de <http://www.eumed.net:http://www.eumed.net/libros-gratis/2007c/334/analisis%20de%20la%20demanda.htm>
- Vera, A. (09 de 09 de 2013). *Marco Legal*. Recuperado el 03 de Marzo de 2018, de <http://es.slideshare.net:http://es.slideshare.net/aristeo23/marco-legal-26045449>
- Vicente, M. A., & Beltrán, P. K. (Diciembre de 2011). *El turismo rural como potencial turístico del rancho las margaritas, municipio de petatlán estado de guerrero, méxico*. Recuperado el 03 de Marzo de 2018, de <http://www.eumed.net:http://www.eumed.net/rev/turydes/11/cvob.html>
- Zamacona, V. F. (Diciembre de 2012). *Estructura de un proyecto turístico, parque eco-recreativo* . Recuperado el 03 de Marzo de 2018, de <http://www.eumed.net:http://www.eumed.net/rev/turydes/13/vfz.html>

XIII. ANEXOS


a. Atractivos naturales

Anexo 1. Ficha de inventario de atractivos naturales.

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Jessica Fiallos	1.2 Ficha N° 01
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Danny Castillo	1.4 Fecha: 16 /08/2016
1.5 Nombre del Atractivo: Río tutapishco	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Ambiente lacustre	
1.8 Subtipo: Remanso	
	
Foto: Río tutapishco	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Orellana	2.2 Ciudad y/o Cantón: Loreto
2.3 Parroquia: San José de Payamino	
2.4 Latitud: 02° 39' 678''	2.5 Longitud: 99° 37' 133''
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1 Nombre del poblado: San José de Payamino Loreto	3.2 Distancia: 17 km 30 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
4.1 Altitud: 427 m.s.n.m.	
4.2 Temperatura: 21° C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 3000 a 4000 mm	
4.4 Ubicación del Atractivo: Se encuentra en la comunidad Campo Alegre entro desde la vía Loreto Coca aproximadamente 8km.	
4.5 Descripción del atractivo:	

<p>La piscina natural tiene una dimensión de 50 m. de largo por 25 de ancho con una profundidad de 3m posee agua cristalina y en época de verano es transparente, viene del río tutapishco, ya que nacen de la zona de amortiguamiento del Parque Nacional Sumaco Napo Galeras, se puede visibilizar peces como guadaña, carachama, bocachicos entre otros, y a sus alrededores pequeños arbustos.</p>
<p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman: Bosque muy húmedo tropical, Diversidad de Flora y Fauna</p>
<p>4.7 Permisos y Restricciones Está prohibido realizar pesca con veneno dinamita. El horario de atención es todos los días. No se permite botar basura ni alguna sustancia que ponga en riesgo la vida de las especies de flora y fauna.</p>
<p>4.8 Usos</p>
<p>4.8.1 Usos Actuales Se utiliza para pesca y balneario turístico.</p>
<p>4.8.2 Usos Potenciales Inventario de flora y fauna. Estudios científicos Turismo.</p>
<p>4.8.3 Necesidades turísticas Instituciones gubernamentales que apoyen al desarrollo del turismo comunitario que permita mejorar la infraestructura turística. Se debe mejorar los senderos para el acceso al lago, de tal manera que brinde mayor confort y seguridad al visitante. Ubicar tachos de basureros en el trayecto del sendero.</p>
<p>4.9 Impactos</p>
<p>4.9.1 Impactos positivos: Llama el interés de la población vecina y mayor atención de las autoridades. Mejora la calidad de vida de los habitantes de la comunidad. Oportunidades de trabajo para la comunidad a través de la prestación de servicios turísticos en las diferentes áreas. Obtención de ayuda económica para el mejoramiento de la infraestructura del lugar y para implementar infraestructura. Un espacio para la recreación y esparcimiento para los turistas Nacionales y extranjeros. Un lugar para realizar actividades de reconocimiento de flora y fauna avistamiento de aves Mayor cuidado del lugar.</p>
<p>4.9.2 Impactos negativos: Se forma inconformismos por parte de algunos miembros de la comunidad. Alteración del ambiente por presencia de basura Pérdida de especies de flora y fauna.</p>
<p>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</p>
<p>5.1 Estado: Conservado</p>
<p>5.2 Causas Existe buen mantenimiento del lugar, el agua presenta su coloración natural como siempre lo que muestra que aún se encuentra conservado en este sector.</p>
<p>6. ENTORNO</p>
<p>6.1 Entorno: conservado</p>

6.2 Causas: Buena concientización de los miembros de la comunidad.		
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO		
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Sendero	
7.3 Acceso terrestre: Bueno	7.4 Transporte: Camionetas y rancheras	
7.5 Frecuencias: Todos los días	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año	
7.7 Observaciones: El acceso para llegar hacia la Comunidad Campo Alegre se lo realiza por medio de transporte terrestre de la comunidad desde la ciudad del Coca a unas dos horas máximo.		
8. SERVICIOS TURÍSTICOS		
No existe infraestructura turística cerca al recurso.		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua: Agua de río y lluvia		
9.2 Energía Eléctrica: Corporación Nacional de la ciudad del Coca		
9.3 Alcantarillado: No dispone, solo pozo séptico		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS		
10.1 Nombre del atractivo: Petroglifos Campo Alegre I	10.2 Distancia: 1000km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		
11.1 Difusión: Local		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	6
	b) Valor extrínseco	6
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	4
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	1
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	-
	c) Nacional	-
	d) Internacional	-
TOTAL		30
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía II		
Se trata de un atractivo natural muy llamativo por su estado de conservación es capaz de interesar a visitantes de larga distancia ya sea del mercado interno y externo.		

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Jessica Fiallos	1.2 Ficha N° 02
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Danny Castillo	1.4 Fecha: 16 /08/2016
1.5 Nombre del Atractivo: Cascada Carachupa	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Río	
1.8 Subtipo: Cascada	
	
Foto: Cascada Carachupa	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Orellana	2.2 Ciudad y/o Cantón: Loreto
2.3 Parroquia: San José de Payamino	
2.4 Latitud: 02°58'979''	2.5 Longitud: 99°38'097''
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1 Nombre del poblado: Loreto	3.2 Distancia: 21 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
4.1 Altitud: 276 m.s.n.m.	
4.2 Temperatura: 21°C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 3000 a 400 mm	
4.4 Ubicación del Atractivo: Vía Loreto – Coca, ingresando a la comunidad Jumandi	
4.5 Descripción del atractivo: La cascada posee el mismo nombre del río del que se origina, tiene una caída de agua de 5m aproximadamente, con una profundidad de 2 metros, tiene una vista paisajística única en la que se puede observar muchas especies que se encuentran a los alrededores, se encuentra a una hora de caminata del centro poblado de la comunidad.	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman: <ul style="list-style-type: none"> • Bosque muy húmedo tropical • Diversidad de Flora y Fauna 	

4.7 Permisos y Restricciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Está prohibido realizar pesca con veneno dinamita. • No se permite botar basura ni alguna sustancia que ponga en riesgo la vida de flora y fauna. 	
4.8 Usos	
4.8.1 Usos Actuales	
<ul style="list-style-type: none"> • Se utiliza balneario natural, hidromasajes, pesca deportiva, canotaje y fotografía 	
4.8.2 Usos Potenciales	
<ul style="list-style-type: none"> • Observación del paisaje natural • Caminata • Interpretación ambiental. • Fotografía 	
4.8.3 Necesidades turísticas	
Enfocarse en las capacitaciones al personal que desarrolla las actividades turísticas Mejorar la información turística.	
4.9 Impactos	
4.9.1 Impactos positivos:	
<ul style="list-style-type: none"> • Mejora la calidad de vida de los habitantes de la comunidad. • Un espacio para la recreación y esparcimiento para los turistas. • Un lugar para realizar actividades de reconocimiento de flora y fauna avistamiento de aves para estudiantes y turistas, • Mayor cuidado del lugar. • Llama el interés de la población vecina y mayor atención de las autoridades. 	
4.9.2 Impactos negativos:	
<ul style="list-style-type: none"> • Se forma inconformismos por parte de algunos miembros de la comunidad. • Uso inadecuado de los recursos naturales • Deterioro del suelo 	
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	
5.1 Estado: Conservado.	
5.2 Causas	
Por las iniciativas de conservación y protección por parte de la comunidad	
6. ENTORNO	
6.1 Entorno: Proceso de deterioro	
6.2 Causas:	
Explotación maderera y expansión agrícola Cacería Contaminación del agua	
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Lastrado
7.3 Acceso terrestre: Lastrada	7.4 Transporte: Camionetas, taxis y autos particulares.
7.5 Frecuencias: Todos los días	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones:	
El acceso mediante transporte terrestre, bus, taxi y autos privados. Guía Nativo.	

8. SERVICIOS TURÍSTICOS

Existe infraestructura turística comunitaria con servicio de alojamiento para camping, alimentación, recreación guía nativo, desde Loreto hasta la cabaña 25 minutos y coca hasta la cabaña 30 minutos.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: Pozo, lluvia

9.2 Energía Eléctrica: Corporación Nacional de Electricidad Coca

9.3 Alcantarillado: No dispone

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

10.1 Nombre del atractivo: Río Carachupa

10.2 Distancia: 0 metros

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

11.1 Difusión: Local


12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	1
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	2
	c) Nacional	2
	d) Internacional	2
TOTAL		46

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

El atractivo obtuvo una puntuación de 46 puntos, jerarquía II, lo que indica que es un atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Jessica Fiallos	1.2 Ficha N° 03
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Danny Castillo	1.4 Fecha: 17/08/2016
1.5 Nombre del Atractivo: Ishpingo Pakcha	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Río	
1.8 Subtipo: Cascada	
	
Foto: Ishpingo Pakcha	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Orellana	2.2 Ciudad y/o Cantón: Loreto
2.3 Parroquia: San José de Payamino	
2.4 Latitud: 248849,797N	2.5 Longitud: 994117,149E
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1 Nombre del poblado: Loreto	3.2 Distancia: 32 km aproximadamente
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
4.1 Altitud: 313m.s.n.m.	
4.2 Temperatura: 22 - 24 °C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 4000 y 5000 mm anuales	
4.4 Ubicación del Atractivo:	
El atractivo se encuentra ubicado a 32 km de la ciudad de Loreto	
4.5 Descripción del atractivo:	
La cascada Ishpingo tiene una caída de agua de aproximadamente 6 metros, con una profundidad de 2 metros, recibe este nombre debido al árbol de Ishpingo o canela que la rodea, está conformado de aguas cristalinas, cubierta de vegetación de bosque primario, su agua proviene de pequeños vertientes que nacen en los alrededores, junto a la cascada encontramos una pequeña caverna natural que es el hogar de un puerco espín, aunque últimamente no se lo ve	

con mucha frecuencia ya que la comunidad ha empezado a intervenir en el lugar, tiene 15 metros de fondo y 9 metros de frente.

4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Bosque muy húmedo tropical
Diversidad de Flora y Fauna

4.7 Permisos y Restricciones

Está prohibido realizar pesca con veneno dinamita.
No se permite botar basura ni alguna sustancia que ponga en riesgo la vida de flora y fauna.

4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales

Recreación

4.8.2 Usos Potenciales

- Recreación.
- Interpretación ambiental.
- Fotografía

4.8.3 Necesidades turísticas

Instituciones gubernamentales que apoyen al desarrollo del turismo comunitario
Falta de transporte público.

4.9 Impactos

4.9.1 Impactos positivos:

- Llama el interés de la población vecina y mayor atención de las autoridades.
- Un espacio de recreación y esparcimiento para los turistas.
- Un lugar para realizar actividades de observación de flora y fauna.
- Mayor cuidado del lugar.

4.9.2 Impactos negativos:

Se forma inconformismos por parte de algunos miembros de la comunidad.
Uso inadecuado de los recursos naturales y culturales.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

5.1 Estado: Conservado.

5.2 Causas

La comunidad trata de conservar el atractivo

6. ENTORNO

6.1 Entorno: Conservado

6.2 Causas:

La comunidad trata de conservar su entorno.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

7.1 Tipo: Terrestre

7.2 Subtipo: Lastrado

7.3 Acceso terrestre: Lastrada


7.4 Transporte: Camionetas, taxis y autos particulares.

7.5 Frecuencias: Previa planificación

7.6 Temporalidad de acceso: Restringido


7.7 Observaciones: Para llegar a la comunidad Juan Pío Montufar, se puede realizar por vía terrestre en transporte público que van de coca – Loreto, desde la Comunidad se puede tomar transporte privado para llegar al atractivo aproximadamente 4k.

8. SERVICIOS TURÍSTICOS		
No cuenta con infraestructura, solo existe senderos para realizar caminatas y recreación.		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua: Agua entubada		
9.2 Energía Eléctrica: Red eléctrica.		
9.3 Alcantarillado: No dispone, solo pozo séptico		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS		
10.1 Nombre del atractivo: Río Shinguno	10.2 Distancia: 300 metros	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		
11.1 Difusión: Local		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o Organización	6
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	-
	c) Nacional	-
	d) Internacional	-
TOTAL		37
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía II		
Se trata de un atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia ya sea del mercado interno y receptivo, que han llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.		

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Jessica Fiallos	1.2 Ficha N° 04
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Danny Castillo	1.4 Fecha: 17 /08/2016
1.5 Nombre del Atractivo: Puma Pakcha	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Río	
1.8 Subtipo: Cascada	
	
Foto: Cascada Puma Pakcha	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Orellana	2.2 Ciudad y/o Cantón: Loreto
2.3 Parroquia: San José de Payamino	
2.4 Latitud: 248487 N	2.5 Longitud: 9941075 E
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1 Nombre del poblado: Loreto	3.2 Distancia: 33 km aproximadamente
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
4.1 Altitud: 323 m.s.n.m.	
4.2 Temperatura: 25° C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 3000 y 4000 mm anuales	
4.4 Ubicación del Atractivo: El atractivo se encuentra ubicado a 33 km de la ciudad de Loreto	
4.5 Descripción del atractivo: Puma Pakcha lleva este nombre debido a que su forma es similar a la pisada de este felino, tiene una altura aproximada de 10 metros, forma una piscina natural de 2 metros de profundidad, la cual está rodeada de vegetación, esta cascada realza el paisaje del lugar que junto con el río Ishpingo conforman un atractivo importante de gran atracción al turista. Sus aguas provienen de pequeñas vertientes que nacen en los alrededores y desemboca al río Ishpingo.	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman:	

Bosque muy húmedo tropical Diversidad de Flora y Fauna	
4.7 Permisos y Restricciones Está prohibido realizar pesca con veneno dinamita. No se permite botar basura ni alguna sustancia que ponga en riesgo la vida de la flora y fauna.	
4.7 Usos	
4.8.1 Usos Actuales: Caminata	
4.8.2 Usos Potenciales 5 Estudios científicos 6 Recreación 7 Interpretación ambiental 8 Fotografía	
4.8.3 Necesidades turísticas Apoyo de instituciones gubernamentales que desarrollen el turismo comunitario Falta de transporte público.	
4.9 Impactos	
4.9.1 Impactos positivos: 11 Llama el interés de la población vecina y mayor atención de las autoridades. 12 Un espacio para la recreación y esparcimiento para los turistas. 13 Un lugar para realizar actividades de reconocimiento de flora y fauna 14 Mayor cuidado del lugar.	
4.9.2 Impactos negativos: Se forma inconformismos por parte de algunos miembros de la comunidad.	
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO	
5.1 Estado: Conservado	
5.2 Causas Es un área destinada para el desarrollo del turismo, por lo tanto, se ha conservado	
6. ENTORNO	
6.1 Entorno: Conservado	
6.2 Causas: Su entorno ha sido bien conservado debido a que la comunidad está intentando emprender un centro turístico y valoran la importancia de la cascada para el mismo.	
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Terrestre
7.3 Acceso terrestre: Lastrada	7.4 Transporte: Camionetas, taxis y autos particulares.
7.5 Frecuencias: Previa planificación	7.6 Temporalidad de acceso: Restringido
7.7 Observaciones: Para llegar a la comunidad Juan Pío Montufar, se puede realizar por vía terrestre en transporte público que van de coca – Loreto, desde la Comunidad se puede tomar transporte privado para llegar al atractivo aproximadamente 4km.	
8. SERVICIOS TURÍSTICOS	
Infraestructura en proceso de construcción, en la actualidad solo se cuenta con senderos que llevan al atractivo.	

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua: Agua entubada		
9.2 Energía Eléctrica: Red eléctrica.		
9.3 Alcantarillado: No dispone, solo pozo séptico		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS		
10.1 Nombre del atractivo: Río Shinguno	10.2 Distancia: 10 metros	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		
11.1 Difusión: Local		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	-
	c) Nacional	-
	d) Internacional	-
TOTAL		34
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía II		
Se trata de un atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia ya sea del mercado interno y receptivo, que han llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.		

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Jessica Fiallos	1.2 Ficha N° 05
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Danny Castillo	1.4 Fecha: 18 /08/2016
1.5 Nombre del Atractivo: Cascada Wayra Pakcha	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Río	
1.8 Subtipo: Cascada	
	
Foto: Wayra Pakcha	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Orellana	2.2 Ciudad y/o Cantón: Loreto
2.3 Parroquia: San José de Payamino	
2.4 Latitud: 248623 N	2.5 Longitud: 9941621 E
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1 Nombre del poblado: Loreto	3.2 Distancia: 32 km aproximadamente
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
4.1 Altitud: 357 m.s.n.m.	
4.2 Temperatura: 26° C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 4000 y 5000 mm anuales	
4.4 Ubicación del Atractivo: El atractivo se encuentra ubicado a 32 km de la ciudad de Loreto	
4.5 Descripción del atractivo: Wayra Pakcha traducido del idioma Kichwa significa cascada de viento ya que al caer el agua forma una brisa muy fuerte, tiene dos caídas de agua de aproximadamente 20 metros de altura, y forma una piscina natural de 1 metro de profundidad, está constituida por una pared de piedra, bañada de aguas cristalinas, que en su caída toman una coloración café. Su agua proviene de pequeñas vertientes que nacen en los alrededores y desemboca en el río Shinguno, la cascada está cubierta de vegetación de bosque primario, es ideal para la fotografía.	

<p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman: Bosque muy húmedo tropical Diversidad de Flora y Fauna</p>	
<p>4.7 Permisos y Restricciones Está prohibido realizar pesca con veneno dinamita. No se permite botar basura ni alguna sustancia que ponga en riesgo la vida de las especies de flora y fauna.</p>	
<p>4.8 Usos</p>	
<p>4.8.1 Usos Actuales: Caminata</p>	
<p>4.8.2 Usos Potenciales 5 Estudios científicos 6 Recreación. 7 Interpretación ambiental 8 Fotografía</p>	
<p>4.8.3 Necesidades turísticas Instituciones gubernamentales que apoyen al desarrollo del turismo comunitario que permita mejorar la infraestructura turística. Falta de transporte público.</p>	
<p>4.9 Impactos</p>	
<p>4.9.1 Impactos positivos: 11 Llama el interés de la población vecina y mayor atención de las autoridades. 12 Un espacio para la recreación y esparcimiento para los turistas. 13 Un lugar para realizar actividades de reconocimiento de flora y fauna avistamiento de aves para estudiantes y turistas. 14 Mayor cuidado del lugar.</p>	
<p>4.9.2 Impactos negativos: Se forma inconformismos por parte de algunos miembros de la comunidad.</p>	
<p>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</p>	
<p>5.1 Estado: Conservado</p>	
<p>5.2 Causas Es un área que la comunidad ha destinado para el desarrollo del turismo, por lo tanto, se ha conservado</p>	
<p>6. ENTORNO</p>	
<p>6.1 Entorno: Conservado</p>	
<p>6.2 Causas: Su entorno ha sido bien conservado debido a que la comunidad está intentando emprender un centro turístico y valoran la importancia de la cascada para el mismo.</p>	
<p>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</p>	
<p>7.1 Tipo: Terrestre</p>	<p>7.2 Subtipo: Terrestre</p>
<p>7.3 Acceso terrestre: Lastrada</p>	<p>7.4 Transporte: Camionetas, taxis y autos particulares.</p>
<p>7.5 Frecuencias: Previa planificación</p>	<p>7.6 Temporalidad de acceso: Restringido</p>

7.7 Observaciones: Para llegar a la comunidad Juan Pío Montufar, se puede realizar por vía terrestre en transporte público que van de coca – Loreto, desde la Comunidad se puede tomar transporte privado para llegar al atractivo aproximadamente 4k.

8. SERVICIOS TURÍSTICOS

Infraestructura en proceso de construcción, en la actualidad tan solo la mitad del camino cuenta con senderos que llevan al atractivo.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: Agua entubada

9.2 Energía Eléctrica: Red eléctrica.

9.3 Alcantarillado: No dispone, solo pozo séptico

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

10.1 Nombre del atractivo: Puma Pakcha

10.2 Distancia: 400 metros

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

11.1 Difusión: Local


12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	-
	c) Nacional	-
	d) Internacional	-
TOTAL		33

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

Se trata de un atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia ya sea del mercado interno y receptivo, que han llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Jessica Fiallos	1.2 Ficha N° 06
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Danny Castillo	1.4 Fecha: 18 /08/2016
1.5 Nombre del Atractivo: Río Shinguno	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Ríos	
1.8 Subtipo: Río	
	
Foto: Río Shinguno	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Orellana	2.2 Ciudad y/o Cantón: Loreto
2.3 Parroquia: San José de Payamino	
2.4 Latitud: 248480N	2.5 Longitud: 9941725E
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1 Nombre del poblado: Loreto	3.2 Distancia: 32 km aproximadamente
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
4.1 Altitud: 3285 m.s.n.m.	
4.2 Temperatura: 22 - 24 °C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 4000 a 5000 mm	
4.4 Ubicación del Atractivo:	
El atractivo se encuentra ubicado a 32 km de la ciudad de Loreto	
4.5 Descripción del atractivo:	
El río Shinguno proviene de la zona de amortiguamiento del Parque Nacional Sumaco y desemboca en el río Payamino, está formado de aguas cristalinas. Llamán la atención a los turistas porque es un área natural conservada, su caudal es aportado por pequeños riachuelos, presenta un ancho de dos a tres metros y con una profundidad de 1m, aunque también tiene pozas de hasta 2 metros de profundidad, está rodeado de una gran diversidad de flora y fauna.	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman:	

<p>Bosque muy húmedo tropical Diversidad de Flora y Fauna</p>	
<p>4.7 Permisos y Restricciones Está prohibido realizar pesca con veneno o dinamita. No se permite botar basura ni alguna sustancia que ponga en riesgo la vida de las especies de flora y fauna.</p>	
<p>4.8 Usos</p>	
<p>4.8.1 Usos Actuales Se utiliza para la pesca</p>	
<p>4.8.2 Usos Potenciales Estudios científicos Turismo.</p>	
<p>4.8.3 Necesidades turísticas Instituciones gubernamentales que apoyen al desarrollo del turismo comunitario que permita mejorar la infraestructura turística. Falta de transporte público.</p>	
<p>4.9 Impactos</p>	
<p>4.9.1 Impactos positivos: 18 Llama el interés de la población vecina y mayor atención de las autoridades. 19 Un espacio de recreación y esparcimiento para los turistas. 20 Un lugar para realizar actividades de observación de flora y fauna. 21 Mayor cuidado del lugar.</p>	
<p>4.9.2 Impactos negativos: Se forma inconformismos por parte de algunos miembros de la comunidad. Uso inadecuado de los recursos naturales y culturales.</p>	
<p>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</p>	
<p>5.1 Estado: Conservado.</p>	
<p>5.2 Causas Con la finalidad de realizar turismo se conserva todo los atractivos que tiene la comunidad.</p>	
<p>6. ENTORNO</p>	
<p>6.1 Entorno: Conservado.</p>	
<p>6.2 Causas: La comunidad trata de conservar su entorno.</p>	
<p>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</p>	
<p>7.1 Tipo: Terrestre</p>	<p>7.2 Subtipo: Lastrado</p>
<p>7.3 Acceso terrestre: Regular</p>	<p>7.4 Transporte: Camionetas, taxis y autos particulares.</p>
<p>7.5 Frecuencias: Previa planificación</p>	<p>7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año</p>
<p>7.7 Observaciones: Para llegar a la comunidad Juan Pío Montufar, se puede realizar por vía terrestre en transporte público que van de coca –Loreto, desde la Comunidad se puede tomar transporte privado para llegar al atractivo aproximadamente 4k.</p>	
<p>8. SERVICIOS TURÍSTICOS</p>	

Aún no cuenta con una infraestructura, por el momento solo existe senderos para realizar caminatas y recreación.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: Agua entubada.

9.2 Energía Eléctrica: Red eléctrica.

9.3 Alcantarillado: No dispone, solo pozo séptico

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

10.1 Nombre del atractivo: Carachupa Pakcha

10.2 Distancia: 12 km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

11.1 Difusión: Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	8
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	-
	c) Nacional	-
	d) Internacional	-
TOTAL		40




13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

Se trata de un atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia ya sea del mercado interno y receptivo, que han llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

b. Inventarios de atractivos culturales

Anexo 2: Ficha de Inventario de atractivos culturales.

 		CÓDIGO IM-22-04-53-002-17-000001
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO A2 ARTES DE ESPECTÁCULO		
DATOS DE LOCALIZACIÓN		
Provincia: ORELLANA		Cantón: LORETO
Parroquia: SAN JOSÉ DE PAYAMINO		Urbana
Rural <input checked="" type="checkbox"/>		
Localidad: COMUNIDAD JUAN PÍO MONTUFAR		
Coordenadas en sistema WGS84 Z17S - UTM: X(Este) 249751Y (Norte) 9938529 Z(Altitud) 324		
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL		
		
Descripción de la fotografía: Integrante de la comunidad soplando la cervatana.		
Codigo fotográfico: DSC00507.JPG		
DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Denominación		Otra(s) denominacion(es)
JUEGO DE LA BODOQUERA-JUAN PÍO MONTUFAR, ORELLANA	D1	N/A
	D2	N/A
Grupo social		Lengua (s)
INDÍGENA	L1	KICHWA
	L2	ESPAÑOL
Subámbito		Detalles de subámbito
JUEGOS TRADICIONALES		PRÁCTICAS DEPORTIVAS Y RECREATIVAS
DESCRIPCIÓN		
Origen		
Se conoció en la edad media como un arma exclusiva de caza. Según algunos historiadores, fue utilizada por los árabes en el siglo XIII para arrojar el fuego griego sobre el enemigo. Tampoco es privativa de los aborígenes sudamericanos como muchos creen; la conocen los		

siameses, birmanos, malayos, tribus de filipinas, aborígenes de América Central, indios iroqueses de Norteamérica, así como los pobladores de África Ecuatorial.

Posee efectividad solo cuando se usa con un veneno de efecto rápido como el curare. Existe una gran variedad de diseños y formas. Hay cerbatanas cortas y sencillas para matar pájaros y animales pequeños. Otras tienen una largura desmesurada y pueden medir hasta 5 metros de longitud o más. Un dardo de poco más de 30 centímetros de largo, disparado diestramente desde una cerbatana puede dar en un blanco a una distancia de 80 pasos o más lejos.

Fecha o período		Detalle de periodicidad
	Anual	Este juego solo se realiza cuando existen eventos programados como las fiestas de aniversario de la comunidad el 12 de noviembre.
	Continua	
X	Ocasional	
	Otro	

Alcance		Detalle del alcance
X	Local	El juego de las bodoqueras solo se la realiza dentro de la comunidad
	Provincial	
	Regional	
	Nacional	
	Internacional	

Descripción de la manifestación
 El juego de las bodoqueras es un evento competitivo que consiste en probar la puntería y fuerza de los concursantes, puesto que su objetivo es acertarle a un objetivo, generalmente se utiliza una papaya, esto se lo realiza a alrededor de 6 metros de distancia, pero luego se va adquiriendo más distancia de acuerdo a la capacidad del concursante de acertar en el blanco. Se lo realiza de acuerdo a las edades y participan solo los hombres.

Estructura		
Prosa	Verso	Otro X

Elementos significativos

Nombre		Tipo	Detalle del elemento
E1	CERVATANA	ELEMENTOS MATERIALES	La cerbatana es elaborada a base de pambil, el cual tiene alrededor de tres metros de largo, consiste en dos trozos largos de pambil los cuales son elaborados detalladamente para que quede la forma circular, luego se procede a envolver con la corteza de la Piquigua, y a untar con cera de abeja para que quede más firme y no se vaya a desatar. El (viruti) flecha de aproximadamente 30 cm tiene una punta bien fina, parecida a la de una aguja, la cual se inserta fácilmente sobre el objetivo, es elaborada principalmente de caña guadua. La punta donde se apoya para soplar el viruti está envuelta de algodón para que se mantenga firme hasta el momento de soplar.

5. PORTADORES / SOPORTES

Portadores/Soportes	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad

colectivos	comunidad Juan Pío Montufar	n/a	participantes	vía coca- loreto km 32	comunidad Juan Pío Montufar
Procedencia del Saber		Detalle de la procedencia			
X	Padres-hijos	El juego de la bodoquera ha sido transmitido de padre a hijo.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión			
X	Padres-hijos	La transmisión de este juego se da por medio de la observación directa e imitación de las actividades realizadas por los concursantes del juego.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
Este juego tradicional a pesar de practicarse ocasionalmente en la comunidad es de gran valor y apreciación para sus integrantes y siempre se encuentran predispuestos a practicarlo, aunque se les dificulta porque son muy pocas las personas que cuentan con la cerbatana que es el instrumento principal para la ejecución del juego.					
Sensibilidad al cambio					
	Alta	Este juego a pesar de ser apreciado dentro de la comunidad tiene sensibilidad al cambio ya que usualmente se está insertando cerbatanas con otros materiales que no son típicos, incluso los integrantes de la comunidad conocen muy poco sobre la elaboración del mismo, lo cual ha conllevado a que muy pocas personas lo tengan, y los pocos que poseen este instrumento mayormente han sido heredado de sus antepasados.			
X	Media				
	Baja				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
RODRIGO ALVARADO		COMUNIDAD JUAN PÍO MONTUFAR	099591295	MASCULINO	49
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Ámbito		Subámbito	Detalle del Subámbito	Código/Nombre	
TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES		TECNICAS CONSTRUCTIVAS TRADICIONALES	N/A	CERBATANA	
9. OBSERVACIONES					
La ficha fue elaborada en base a la investigación <i>in situ</i> y basados en el correspondiente instructivo para fichas de registro e inventario del patrimonio cultural inmaterial					
10. DATOS DE CONTROL					
Entidad investigadora		ESPOCH			
Registrado por		JESSICA FIALLOS	Fecha de registro	2017/02/20	
Revisado por		DANNY CASTILLO	Fecha de revisión	2018/02/08	
Aprobado por		DANNY CASTILLO	Fecha de aprobación		
Registro fotográfico		JESSICA FIALLOS			

INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL
DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL
PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL
FICHA DE INVENTARIO
A3 USOS SOCIALES, RITUALES Y ACTOS FESTIVOS

CÓDIGO

IM-22-04-53-003-17-
000002

DATOS DE LOCALIZACIÓN

Provincia: ORELLANA **Cantón:** LORETO
Parroquia: SAN JOSÉ DE PAYAMINO **Urbana** **Rural**
X
Localidad: COMUNIDAD JUAN PÍO MONTUFAR
Coordenadas en sistema WGS84 Z17S-UTM:X(Este)249751Y (Norte)9938529
Z(Altitud) 324

2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL



Descripción de la fotografía: GRUPO DE TURISMO EN MINGA

Codigo fotográfico: DSC_2868

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Denominación		Otra(s) denominacion(es)
MINGAS COMUNITARIAS- JUAN PÍO MONTUFAR, LORETO	D1	N/A
	D2	N/A
Grupo social	Lengua (s)	
INDÍGENA	L1	KICHWA
	L2	ESPAÑOL
Subámbito	Detalle de subámbito	
PRÁCTICAS COMUNITARIAS TRADICIONALES	N/A	

Breve reseña

Las mingas comunitarias son reuniones masivas que forman parte de la cultura Kichwa, siendo muy importante para el desarrollo de la comunidad. Las mingas familiares se dan ocasionalmente de acuerdo a las necesidades que se manifiesten, generalmente se las realiza en labores que necesitan mucha mano de obra.

DESCRIPCIÓN

Origen

Es una tradición precolombina de trabajo comunitario o colectivo voluntario con fines de utilidad social o de carácter recíproco actualmente vigente en varios países latinoamericanos. La minga viene del Kichwa y es así como se nombra el trabajo agrícola comunitario o colectivo, en beneficio general de toda la tribu.

Fecha o periodo		Detalle de periodicidad		
	Anual	Las mingas comunitarias son realizadas continuamente todas las semanas, los días lunes y viernes.		
X	Continua			
	Ocasional			
	Otro			
Alcance		Detalle del alcance		
X	Local	La comunidad Juan Pío Montufar realizan estas actividades dentro de su espacio geográfico.		
	Provincial			
	Regional			
	Nacional			
	Internacional			
Preparativos		Detalle de actividades		
P1	CONVOCATORA	Lunes y viernes de la primera semana de cada mes realizan las mingas, la participación de los socios lo llevan mediante un registro de asistencia, en caso de no asistir aplican la debida sanción de acuerdo al reglamento interno, es importante que cada asistente lleve las herramientas adecuadas para realizar el trabajo planificado.		
Descripción de la manifestación				
Las mingas comunitarias en la comunidad Juan Pío Montufar se tratan de una reunión masiva donde acuden sus integrantes al llamado trabajo comunitario se lo realiza todos los lunes y viernes para hacer algún arreglo en favor de la comunidad ya sea para la limpieza de un camino vecinal, construcción de alguna fachada, arreglos en las escuelas etc. Aunque también las mingas se las practica a nivel familiar cuando se trata de cosechas, construcciones de casas, en las mingas se ofrece la famosa chicha de yuca que les da la fuerza necesaria para continuar con las actividades de trabajo, al igual que se ofrece comida para todos los que asisten a la minga, las mujeres son las encargadas de la preparación de la chicha y la comida.				
Elementos significativos				
Nombre		Tipo	Detalle del elemento	
E1	CHICHA DE YUCA	CHICHA	En estos casos la chicha de yuca se la toma como una bebida refrescante o alimento servida un poco fermentada para dar más energía los mingueros.	
Estructura organizativa				
Nombre		Tipo	Detalle de la estructura	
O1	DIRIGENTES DE LA COMUNIDAD	ASOCIACIÓN	Los dirigentes de la comunidad son personas elegidas en una asamblea general mediante votación, los cuales son los encargados de representar a la comunidad, también gestionan y tramitan de acuerdo a las necesidades surgidas durante su periodo de representación.	
5. PORTADORES / SOPORTES				
Tipo	Nombre	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
COLECTIVOS	DIRIGENTES DE LA COMUNIDAD JUAN PÍO MONTUFAR	ORGANIZADORES Y PARTICIPANTES	VÍA COCA-LORETO KM 32	COMUNIDAD JUAN PÍO MONTUFAR
Procedencia del Saber		Detalle de la procedencia		
X	Padres-hijos			
	Maestro-aprendiz			

	Centro de capacitación	La continuidad de esta costumbre se debe a la necesidad de realizar trabajos indispensables dentro de la comunidad las familias que la integran.			
	Otro				
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión			
X	Padres-hijos	La transmisión de la realización de mingas se da en la comunidad a través de la observación e imitación de las actividades realizadas por los adultos.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
La minga desde hace tiempo atrás ha venido siendo muy popular y tiene mucho valor y apreciación dentro de la comunidad.					
Sensibilidad al cambio					
	Alta	Las mingas no solo se las realiza en las comunidades indígenas, también la practican organizaciones particulares por lo tanto no representa una alta sensibilidad al cambio.			
	Media				
X	Baja				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
RODRIGO ALVARADO		COMUNIDAD JUAN PÍO MONTUFAR	099591295	MASCULINO	49
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Ámbito		Subámbito	Detalle del Subámbito	Código/Nombre	
CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO		GASTRONOMÍA	N/A	CHICHA DE YUCA	
9. OBSERVACIONES					
La ficha fue elaborada en base a la investigación <i>in situ</i> y basados en el correspondiente instructivo para fichas de registro e inventario del patrimonio cultural inmaterial					
10. DATOS DE CONTROL					
Entidad investigadora		ESPOCH			
Registrado por		JESSICA FIALLOS	Fecha de registro	2017/02/020	
Revisado por		DANNY CASTILLO	Fecha de revisión	2018/02/08	
Aprobado por		DANNY CASTILLO	Fecha aprobación		
Registro fotográfico		JESSICA FIALLOS			

INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL
DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL
PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL
FICHA DE INVENTARIO
A4 CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO

CÓDIGO

IM-22-04-53-004-17-000003

1. DATOS DE LOCALIZACIÓN

Provincia: ORELLANA **Cantón:** LORETO
Parroquia: SAN JOSÉ DE PAYAMINO **Urbana** **Rural**
X
Localidad: COMUNIDAD JUAN PÍO MONTUFAR
Coordenadas en sistema WGS84 Z17S - UTM: X(Este) 249751 Y (Norte) 9938529
Z(Altitud) 324

FOTOGRAFÍA REFERENCIAL



Descripción de la fotografía: Preparacion de la chicha en la minga comunitaria

Codigo fotografico: 1009963_619426498106802.jpg

2. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Denominación		Otra(s) denominacion(es)
CHICHA DE YUCA- JUAN PÍO MONTUFAR, LORETO	D1	N/A
	D2	N/A
Grupo social		Lengua (s)
INDÍGENA	L1	KICHWA
	L2	ESPAÑOL
Subámbito		Detalle del Subámbito
GASTRONOMÍA		N/A

Breve reseña

La chicha es una bebida muy difundida en américa central y américa del sur desde épocas prehispanicas. Por lo general es una bebida suave, de no muchos grados alcohólicos, y elaborada con medios artesanales. Cabe precisar que el término chicha es también utilizado en otros países de américa latina para referirse algunas bebidas no alcohólicas.

3. DESCRIPCIÓN

La chicha de yuca es una bebida con un gran significado cultural ya que representa el alimento que da una madre a su hijo, en este caso la madre tierra al pueblo Kichwa, la chicha se la elabora durante todo el año y se la toma todo el tiempo, cuando llega un visitante a la casa se lo recibe con una tasa de chicha lo que es muestra de hospitalidad, la misma que lleva como ingrediente principal la yuca, camote y caña de azúcar. Lo primero es pelar la yuca y cocerla hasta que esté blanda.

<p>Cuando está lista se la aplasta en una batea hasta desmenuzarla bien. En un recipiente separado se ralla el camote con agua. Luego se mezcla la yuca y el camote con el mismo líquido que se cocinó. Se deja fermentar durante 24 horas. La chicha máxima se puede beber hasta con cinco días de fermentación, luego de este tiempo es demasiado fuerte. La fermentación se la realiza de acuerdo a que tan fuerte se la desea tomar. Durante las fiestas las mujeres son las encargadas de repartir la bebida entre los asistentes. La chicha se la toma como una bebida refrescante, alimento y dejándola fermentar como bebida alcohólica.</p>				
Fecha o periodo		Detalle de periodicidad		
	Anual	La chicha de yuca es una bebida muy apetecida dentro de la comunidad al igual que en muchas culturas en la Amazonía Ecuatoriana, esta bebida muy conocida es consumida cotidianamente en las familias Kichwa de la comunidad.		
X	Continua			
	Ocasional			
	Otro			
Alcance		Detalle del alcance		
	Local	La chicha de yuca es conocida a nivel de todo el Ecuador pues es muy representativa dentro de las comunidades indígenas de la Amazonía.		
	Provincial			
	Regional			
X	Nacional			
	Internacional			
Elementos	Tipo	Procedencia	Forma de adquisición	
E1	YUCA	VEGETAL	JUAN PÍO MONTUFAR, ORELLANA	PRODUCCION PROPIA
E2	CAMOTE	VEGETAL	JUAN PÍO MONTUFAR, ORELLANA	PRODUCCION PROPIA
E3	AGUA	MINERAL	JUAN PÍO MONTUFAR, ORELLANA	OTRO
Herramientas	Tipo	Procedencia	Forma de adquisición	
H1	BATEA	TRADICIONAL	JUAN PÍO MONTUFAR, ORELLANA	PRODUCCION PROPIA
4. PORTADORES / SOPORTES				
Tipo	Nombre	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
COLECTIVIDADES	INTEGRANTES DE LA COMUNIDAD JUAN PÍO MONTUFAR	N/A	VÍA COCA-LORETO KM 32	COMUNIDAD JUAN PÍO MONTUFAR
Procedencia del Saber		Detalle de la procedencia		
X	Padres-hijos	La elaboración de la chicha de yuca se encuentra presente de tiempo inmemorables y en la actualidad es de uso continuo		
	Maestro-aprendiz			
	Centro de capacitación			
	Otro			
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión		
X	Padres-hijos	Ha sido transmitido de padres a hijos a través de la observación y colaboración de la elaboración y del consumo.		
	Maestro-aprendiz			
	Centro de capacitación			
	Otro			
5. VALORACIÓN				
Importancia para la comunidad				

La chicha representa un valor único pues se considera uno de los atractivos culturales inmateriales que mejor se conserva debido a que se mantiene en los hogares de la comunidad esta tradición que viene de mucho tiempo atrás heredado por sus antepasados

Sensibilidad al cambio

	Alta	Existe posibilidad de que se adopten costumbres nuevas especialmente en los jóvenes y poco a poco se vaya perdiendo la forma de preparación que ha tenido esta bebida hasta la actualidad.
X	Media	
	Baja	

6. INTERLOCUTORES

Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
RODRIGO ALVARADO	COMUNIDAD JUAN PÍO MONTUFAR	0995916295	MASCULINO	49

7. ELEMENTOS RELACIONADOS

Código/Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del Subámbito
MAITO DE PESCADO	CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO	GASTRONOMIA	N/A

8. OBSERVACIONES

La ficha fue elaborada en base a la investigación *in situ* y basados en el correspondiente instructivo para fichas de registro e inventario del patrimonio cultural inmaterial

9. DATOS DE CONTROL

Entidad investigadora	ESPOCH		
Registrado por	JESSICA FIALLOS	Fecha de registro	2017/02/20
Revisado por	DANNY CASTILLO	Fecha de revisión	2018/02/08
Aprobado por	DANNY CASTILLO	Fecha aprobación	
Registro fotográfico	JESSICA FIALLOS		

INSTITUTO NACIONAL DEL PATRIMONIO CULTURAL
DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO
A4 CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO

CÓDIGO

IM-22-04-53-002-17-000005

1. DATOS DE LOCALIZACIÓN

Provincia: ORELLANA **Cantón:** LORETO
Parroquia: SAN JOSÉ DE PAYAMINO **Urbana** **Rural** X
Localidad: COMUNIDAD JUAN PÍO MONTUFAR
Coordenadas WGS84 Z15S-UTM: X (Este) 250127 Y (Sur) 9942996 Z(Altitud) 342

2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL



Descripción de la fotografía: PETROGLIFOS JUAN PÍO MONTUFAR

Código fotográfico: IMG_20160627_101301

3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Denominación	Otra (s) denominación (es)	
PETROGLIFOS JUAN PÍO MONTUFAR - JUAN PÍO MONTUFAR, LORETO	D1	N/A
	D2	N/A
Grupo social	Lenguaje	
INDIGENA	L1	KICHWA
Subámbito	Detalle del subámbito	
ESPACIOS SIMBÓLICOS	N/A	

Breve reseña

Los petroglifos son diseños simbólicos grabados en rocas, realizados desgastando su capa superficial. Muchos fueron hechos por los hombres del período neolítico. Son el más cercano antecedente de los símbolos previos a la escritura. Su uso como forma de comunicación se data hacia el 10000 a. C. y puede llegar hasta los tiempos modernos en algunas culturas y lugares. La palabra proviene de los términos griegos *petros* (piedra) y *glyphein* (tallar). En su origen, fue acuñada en francés como *pétroglyphe*.

Reseña histórica desde el punto de vista de las comunidades

Instrumento que utiliza el shaman para luchar y defenderse de los espíritus representando la atracción de los animales tanto terrestre como del aire y poder convivir con los animales de otras regiones que hayan soltado los shamanes. También es utilizado para defenderse de otros shamanes que provocan guerra y hechicería. Reconocido como un símbolo que transmite sabiduría al aprendiz.

4. DESCRIPCIÓN				
Esta piedra se encuentra en el terreno destinado para turismo a 6 km del centro poblado de la comunidad, a 20 metros del río Sicuyacu; existe un sendero que lleva directamente al lugar, en la comunidad esta piedra es sagrada ya que el intentar destruirlo puede traer consecuencias graves, incluso la muerte. Esta es de forma rectangular y tiene 8 metros de largo por 10 de ancho y 4 de alto, aproximadamente, aunque no se encuentra en muy buen estado por falta de mantenimiento se puede apreciar dibujos referentes a animales de la zona y de personas.				
Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad		
	Aual	La visita al petroglifo Juan Pío Montufar, es por motivos turísticos y se realiza ocasionalmente.		
	Continua			
X	Ocasional			
	Otro			
Alcance		Detalle del alcance		
X	Local	Los turistas que visitan los petroglifos, son de la localidad, mayoritariamente de la parroquia y el cantón.		
	Provincial			
	Regional			
	Nacional			
	Internacional			
Elementos		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición
E1	N/A	N/A	N/A	N/A
Herramientas		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición
H1	N/A	N/A	N/A	N/A
5. PORTADORES/SOPORTES				
Tipo	Nombre	Cargo, función o actividad	Dirección	Localización
COLECTIVIDADES	INTEGRANTES DE LA COMUNIDAD JUAN PÍO MONTUFAR	N/A	VÍA COCA-LORETO KM 32	COMUNIDAD JUAN PÍO MONTUFAR
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia		
	Padres-hijos	Los petroglifos son diseños simbólicos grabados en rocas. Muchos fueron hechos por sus antepasados prehistóricos del periodo neolítico. Son el más cercano antecedente de los símbolos previos a la escritura.		
	Maestro-aprendiz			
	Centro de Capacitación			
X	Otro			
Transmisión del saber		Detalles de la transmisión		
	Padres-hijos	Las imágenes grabadas transmiten ideas y significados a la mente sin necesidad de usar palabras, sonidos u otras formas de lenguaje.		
	Maestro-aprendiz			
	Centro de Capacitación			
X	Otro			
6. VALORACIÓN				
Importancia para la comunidad				
Los Petroglifos Juan Pío Montufar, son considerados como un espacio sagrado, reconocido como un símbolo que transmite sabiduría.				
Sensibilidad al cambio				
	Alto	Los Petroglifos como lugar sagrado no se enfrentan a cambios en su estructura física. Al ser un santuario considerado para el shaman de la comunidad, el lugar seguirá siendo de carácter sagrado mientras exista protección y cuidado por pobladores de la comunidad.		
	Medio			
X	Baja			
INTERLOCUTORES				

Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
RODRIGO ALVARADO	COMUNIDAD JUAN PÍO MONTUFAR	0995916295	MASCULINO	49
8. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Código/Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalles subámbito	
Shamanismo	CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO	MEDICINA ANCESTRAL	N/A	
9. OBSERVACIONES				
La ficha fue elaborada en base a la investigación <i>in situ</i> y basados en el correspondiente instructivo para fichas de registro e inventario del patrimonio cultural inmaterial				
10. DATOS DE CONTROL				
Entidad investigadora				
Registrado por	JESSICA FIALLOS	Fecha de registro	2017/03/21	
Revisado por	DANNY CASTILO	Fecha de revisión	2018/02/08	
Aprobado por	DANNY CASTILLO	Fecha de aprobación		
Registro fotográfico JESSICA FIALLOS				

INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL
DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL
PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL
FICHA DE INVENTARIO
A5 TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES

CÓDIGO

IM-22-04-53-005-17-
000006

DATOS DE LOCALIZACIÓN

Provincia: ORELLANA

Cantón: LORETO

Parroquia: SAN JOSÉ DE PAYAMINO

Urbana

Rural X

Localidad: COMUNIDAD JUAN PÍO MONTUFAR

Coordenadas en sistema WGS84 Z17S - UTM: X(Este)249751 Y (Norte)9938529

Altitud324

FOTOGRAFÍA REFERENCIA L



Descripción de la fotografía: Niña de la comunidad Juan Pío Montufar usando la ashanga

Código fotográfico: IMG_20160627_133540

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Denominación

CESTERIA KICHWA - JUAN PÍO
MONTUFAR, LORETO

Otra(s) denominacion(es)

D1 ASHANGA

D2 TAZA

Grupo social

INDÍGENA

Lengua (s)

L1 KICHWA

L2 ESPAÑOL

Subámbito

TÉCNICAS ARTESANALES
TRADICIONALES

Detalle del Subámbito

TEJIDO CON FIBRAS NATURALES

Breve reseña

Desde épocas remotas el hombre ha utilizado las fibras vegetales con múltiples propósitos: en paredes y techos de viviendas y bodegas, en cestería, sombreros, sillas, esteras, escobas, en la actividad agrícola (amarra de viñas, calafateo de vasijas de madera para vino, cercos, etc. En cestería solamente hay evidencias de dos restos arqueológicos, ambos encontrados en sectores

de altura, en Doñihue y en Pangal y en referencias documentales se menciona la existencia de un puente de cuerda y mimbre de factura incaica.

DESCRIPCIÓN

El tejido de canastas se la realiza utilizando materiales de la zona como la paja toquilla (carludovica palmata), piquigua (ecuadorensis sodiro) y otros bejucos más encontrados en la selva amazónica. el tejido es una técnica particular consiste en tejer cuidadosamente cada fibra a utilizar para lo cual se debe preparar los materiales ,de la paja toquilla se utiliza el tallo, se pela la capa verde y se las raspa en la parte interna se busca que todas tengan una misma medida y se empieza desde el asiento de la canasta a realizar el tejido en forma de cruz pasando una por delante y otra por detrás una tira siempre debe de ser más grande que las otras, es el mismo procedimiento en el tejido utilizando las diferentes plantas para los tejidos de canastas. Este trabajo es realizado por lo general por las mujeres de la comunidad.

Fecha o periodo		Detalle de periodicidad
	Anual	Se elabora periódicamente las canastas porque es necesario en sus hogares o para exhibirlo en ferias u otros eventos
X	Continua	
	Ocasional	
	Otro	

Alcance		Detalle del alcance
X	Local	Las familias de la comunidad realizan esta actividad dentro de su localidad, este producto es vendido en la ciudad de Loreto.
	Provincial	
	Regional	
	Nacional	
	Internacional	

Productos	Descripción del producto	Uso	Detalle de uso
CANASTA DE PAJA TOQUILLA	Las canastas de paja toquilla generalmente están diseñadas de acuerdo a las necesidades para transportar productos agrícolas, tienen una altura aproximada de 80 cm, y un diámetro aproximado de 40 cm.	Transportar productos agrícolas.	Las canastas de paja toquilla son utilizadas una sola vez, debido a que este material es muy frágil y tiende a dañarse una vez utilizado, su uso está vinculado al trabajo agrícola.
ASHANGA	La elaboración de estas canastas es a base de piquigua. Consiste en cortar el bejuco en tres o cuatro partes, y se saca la fibra, luego se procede a tejer en cruz a una distancia de dos o tres cm aproximadamente. Es necesario tejer la fibra antes de que se seque ya que suele ponerse áspera, dificultándose la tejedura. Suele elaborarse una pretina a base de caracaspi, para facilitar el transporte a grandes distancias	Son útiles en la transportación alimentos como yuca y plátano, aunque también suelen usarse para almacenar alimentos, generalmente estas últimas no cuentan con una pretina que sirve para cargar las canastas a grandes distancias, estas son las cuelgan en la cabeza cuando está muy pesado o en el hombro si es que no lo es.	La Ashanga se utiliza como elemento utilitario vinculado al trabajo agrícola y uso de sus hogares, suele ser utilizado para transportar los productos agrícolas, así como también para almacenamiento de alimentos encontrados en la cocina.

TAZA	Para la elaboración este tipo de canasta se utiliza un bejuco denominado por la gente de la localidad como Taza Huasca, cual es tejido desde el centro sin dejar agujeros, esta canasta también se le añade una pretina para facilitar el transporte	La tasa para el transporte de alimentos agrícolas y su almacenaje	Es utilizado mayoritariamente para la cosecha de café, cacao y maíz, ya que esta canasta no tiene orificios y los granos no se caerán.
------	--	---	--

Técnica

Materiales		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición
M1	TOQUILLA	VEGETAL	TOQUILLALES	PRODUCCION
M2	PIQUIGUA	VEGETAL	SELVA	PRODUCCION
M3	TAZA HUASCA	VEGETAL	SELVA	PRODUCCION
M4	CARACASPI	VEGETAL	SELVA	PRODUCCION
Herramientas		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición
H1	CUCHILLO	ACTUAL	LORETO, ORELLANA	COMPRA

PORTADORES / SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad/ Tiempo de actividad	Dirección	Localidad
Colectividades	COMUNIDAD JUAN PÍO MONTUFAR	N/A	VÍA COCA - LORETO KM 32	JUAN PÍO MONTUFAR

Procedencia del Saber

Detalle de la procedencia

X	Padres-hijos	Los conocimientos vinculados a la elaboración de la cestería kichwa se han transmitido de padre a hijo de generación en generación, siendo un en la actualidad un elemento integrador de la familia, historia y tradiciones.
	Maestro-aprendiz	
	Centro de capacitación	
	Otro	

Transmisión del saber

Detalle de la procedencia

X	Padres-hijos	La transmisión de la técnica del tejido se da al interior de los hogares a través de la observación e imitación de las actividades realizadas por los adultos, en especial las madres kichwas son las que principalmente realizan esta labor.
	Maestro-aprendiz	
	Centro de capacitación	
	Otro	

VALORACIÓN

Importancia para la comunidad

Tiene importancia en la conservación de los conocimientos heredados y las costumbres de la cultura.

Sensibilidad al cambio

X	Alta	La sensibilidad al cambio de esta técnica tan peculiar es alta, ya que las nuevas generaciones muestran desinterés en aprender estas actividades ancestrales.
	Media	
	Baja	

INTERLOCUTORES

Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
RODRIGO ALVARADO	COMUNIDAD JUAN PÍO MONTUFAR	0995916295	MASCULINO	49

ELEMENTOS RELACIONADOS

Código/nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del Subámbito
SHIGRA	TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES	TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES	TEJIDO EN FIBRA NATURAL
OBSERVACIONES			
La ficha fue elaborada en base a la investigación in situ y basados en el correspondiente instructivo para fichas de registro e inventario del patrimonio cultural inmaterial			
DATOS DE CONTROL			
Entidad investigadora	ESPOCH		
Registrado por	JESSICA FIALLOS	Fecha de registro	2017/03/21
Revisado por	DANNY CASTILLO	Fecha de revisión	2018/02/08
Aprobado por	DANNY CASTILLO	Fecha aprobación	
Registro fotográfico	JESSICA FIALLOS		

INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL
DIRECCIÓN DE INVENTARIO PATRIMONIAL
PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL
FICHA DE INVENTARIO
A4 CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO

CÓDIGO
IM-22-04-53-004-16-000004

DATOS DE LOCALIZACIÓN

Provincia: ORELLANA **Cantón:** LORETO

Parroquia: SAN JOSÉ DE PAYAMINO **Urbana** **Rural** X

Localidad: COMUNIDAD JUAN PÍO MONTUFAR

Coordenadas en sistema WGS84 Z17S - UTM: X(Este) 249751 Y (Norte) 9938529
Z(Altitud) 324

FOTOGRAFÍA REFERENCIAL



Descripción de la fotografía: Elaboración del maíto de pescado

Código fotográfico: DSC02861

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Denominación		Otra(s) denominacion(es)
MAITO DE PESCADO - JUAN PÍO MONTUFAR, LORETO	D1	N/A
	D2	N/A
Grupo social		Lengua (s)
INDÍGENA	L1	KICHWA

	L2	ESPAÑOL		
Subámbito		Detalle del Subámbito		
GASTRONOMÍA		N/A		
Breve reseña				
Se ha preparado este plato desde hace varias décadas con cualquier tipo de pescado el cual la envoltura es el que le da el sabor único a este plato que se lo puede saborear en toda la región amazónica.				
DESCRIPCIÓN				
Dentro de la gastronomía típica de la comunidad Juan Pío Montufar podemos encontrar los maitos de pescado muy conocido por muchos turistas, se trata de un plato preparado con hoja de bijao y cualquier otro pescado, consiste en lavar muy bien el pescado. Sacarle todas las escamas y colocarle sal al gusto y se lo envuelve en unas 3 a 4 hojas y se la coloca a la brasa, en una parrilla elaborada tradicionalmente, a base de ramas de cualquier árbol encontrado en la comunidad, la hoja es el único aliño que recibe este plato dándole un sabor único y natural sin perjuicio para la salud se lo acompaña con yuca o plátano.				
Fecha o periodo		Detalle de periodicidad		
	Anual	En la actualidad el maitos de pescado se ha hecho aún más popular en el cantón francisco de Orellana y en las familias de la comunidad es uno de los platos más consumidos		
X	Continua			
	Ocasional			
	Otro			
Alcance		Detalle del alcance		
	Local	El maito de pescado es conocido a nivel de todo el Ecuador pues es muy representativa en la Amazonia en especial en la provincia de Orellana.		
	Provincial			
	Regional			
X	Nacional			
	Internacional			
Elementos		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición
E1	YUCA	VEGETAL	JUAN PÍO MONTUFAR, ORELLANA	PRODUCCIÓN PROPIA
E2	PLATANO	VEGETAL	JUAN PÍO MONTUFAR, ORELLANA	PRODUCCIÓN PROPIA
E3	BIJAO	VEGETAL	JUAN PÍO MONTUFAR, ORELLANA	PRODUCCIÓN PROPIA
E4	SAL	MINERAL	JUAN PÍO MONTUFAR, ORELLANA	COMPRA

Herramientas		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición
H1	PARRILLA	TRADICIONAL	LORETO, ORELLANA	PRODUCCIÓN PROPIA

PORTADORES / SOPORTES

Tipo	Nombre	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
COLECTIVIDADES	INTEGRANTES DE LA COMUNIDAD JUAN PÍO MONTUFAR	N/A	VÍA COCA-LORETO KM 32	COMUNIDAD JUAN PÍO MONTUFAR

Procedencia del Saber		Detalle de la procedencia
X	Padres-hijos	La elaboración de maito de pescado se encuentra presente de tiempo inmemorables y en la actualidad es de uso continuo
	Maestro-aprendiz	
	Centro de capacitación	
	Otro	

Transmisión del saber		Detalle de la transmisión
X	Padres-hijos	Ha sido transmitido de padres a hijos a través de la observación y colaboración de la elaboración y del consumo.
	Maestro-aprendiz	
	Centro de capacitación	
	Otro	

VALORACIÓN

Importancia para la comunidad

Los maitos de pescado tienen gran relevancia pues representan la gastronomía típica de la comunidad.

Sensibilidad al cambio

	Alta	Existe posibilidad de que se adopten costumbres nuevas especialmente en la forma de preparación del exquisito plato.
X	Media	
	Baja	

INTERLOCUTORES

Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
RODRIGO ALVARADO	COMUNIDAD JUAN PÍO MONTUFAR	0995916295	MASCULINO	49

ELEMENTOS RELACIONADOS

Código/Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalle del Subámbito
CHICHA DE YUCA	CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO	GASTRONOMIA	N/A
OBSERVACIONES			
La ficha fue elaborada en base a la investigación <i>in situ</i> y basados en el correspondiente instructivo para fichas de registro e inventario del patrimonio cultural inmaterial			
DATOS DE CONTROL			
Entidad investigadora	ESPOCH		
Registrado por	JESSICA FIALLOS	Fecha de registro	2017/03/21
Revisado por	DANNYCASTILLO	Fecha de revisión	2018/02/08
Aprobado por	DANNY CASTILLO	Fecha de aprobación	
Registro fotográfico	JESSICA FIALLOS		

INSTITUTO NACIONAL DEL PATRIMONIO CULTURAL
DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIO
CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO
A4 CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA
NATURALEZA Y EL UNIVERSO

CÓDIGO

IM-22-04-53-002-17-
000005

11. DATOS DE LOCALIZACIÓN

Provincia: ORELLANA **Cantón:** LORETO
Parroquia: SAN JOSÉ DE PAYAMINO **Urbana** **Rural** X
Localidad: COMUNIDAD JUAN PÍO MONTUFAR
Coordenadas WGS84 Z15S-UTM: X (Este) 0239407 Y (Sur) 9938080 Z(Altitud) 774
msnm

2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL



Descripción de la fotografía: PETROGLIFOS CAMPO ALEGRE

Código fotográfico: IMG_20160627_101301

3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Denominación	Otra (s) denominación (es)	
PETROGLIFOS CAMPO ALEGRE	D1	N/A
	D2	N/A
Grupo social	Lenguaje	
INDÍGENA KICHWA	L1	KICHWA
	L2	CASTELLANO
Subámbito	Detalle del subámbito	
ESPACIOS SIMBÓLICOS	N/A	

Breve reseña

Es uno de los signos más importantes que el shaman emplea para resistir según el ataque que puede recibir de otros Shamanes.

4. DESCRIPCIÓN

La primera piedra posee una dimensión de 3,30 m de largo por 2,30 m de ancho y 1,70 m de alto, esta es la piedra más pequeña que se encuentra en la comunidad de Campo Alegre. Entre los Shamanes los espirales representan una de las armas privadas que tienen, con las cuales pueden exterminar a aquellos Shamanes que traten de enfrentarlos. Los espirales son desarrollados y están en plena actividad de atracción tanto de los animales como de los hombres en el medio ecológico simboliza el poder de una boa. El espiral es un poder del caracol. Los seres atrapados no pueden salir, mientras no intervenga un shaman. Espíritu que atrae a los animales grandes, danta, venados, puercos del monte y capibaras. Escudo para la protección del espíritu de un shaman.

Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad			
	Anual	La visita al petroglifo Campo Alegre, se realiza constantemente todo el año, por motivos Turísticos, sin embargo, se registra mayor afluencia los fines de semana.			
	Continua				
X	Ocasional				
	Otro				
Alcance		Detalle del alcance			
X	Local	Los turistas que visitan este lugar, son de procedencia nacional del Ecuador. Sin embargo, la mayor afluencia de gente es de la parroquia y el cantón.			
	Provincial				
	Regional				
	Nacional				
	Internacional				
Elementos		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición	
E1	N/A	N/A	N/A	N/A	
Herramientas		Tipo	Procedencia	Forma de adquisición	
H1	N/A	N/A	N/A	N/A	
5. PORTADORES/SOPORTES					
Tipo	Nombre	Cargo, función o actividad	Dirección	Localización	
COLECTIVIDADES	INTEGRANTES DE LA COMUNIDAD CAMPO ALEGRE	N/A	1000km	COMUNIDAD CAMPO ALEGRE	
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia			
	Padres-hijos	Los petroglifos son diseños simbólicos grabados en rocas. Muchos fueron hechos por nuestros antepasados prehistóricos. Son el más cercano antecedente de los símbolos previos a la escritura.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro de Capacitación				
X	Otro				
Transmisión del saber		Detalles de la transmisión			
	Padres-hijos	Las imágenes grabadas transmiten ideas y significados a la mente sin necesidad de usar palabras, sonidos u otras formas de lenguaje.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro de Capacitación				
X	Otro				
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
Los Petroglifos Campo alegre, son considerados como un espacio sagrado, reconocido como un símbolo que transmite sabiduría.					
Sensibilidad al cambio					
	Alto	Los Petroglifos Campo Alegre por ser un lugar sagrado no se enfrentan a cambios en su estructura física. Al ser un santuario considerado para el shaman de la comunidad, el lugar seguirá siendo de carácter sagrado mientras exista protección y cuidado por pobladores de la comunidad.			
	Medio				
X	Baja				
INTERLOCUTORES					
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
INFORMACIÓN RESERVADA		COMUNIDAD CAMPO ALEGRE	N/A	N/A	N/A
18. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Código/Nombre	Ámbito	Subámbito	Detalles subámbito		
SHAMANISMO	CONOCIMIENTOS Y USOS	MEDICINA ANCESTRAL	N/A		

	RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO		
19. OBSERVACIONES			
La ficha fue elaborada en base a la investigación <i>in situ</i> y basados en el correspondiente instructivo para fichas de registro e inventario del patrimonio cultural inmaterial			
20. DATOS DE CONTROL			
Entidad investigadora			
Registrado por	JESSICA FIALLOS	Fecha de registro	2017/03/21
Revisado por	DANNY CASTILO	Fecha de revisión	2018/02/08
Aprobado por	DANNY CASTILLO	Fecha de aprobación	
Registro fotográfico JESSICA FIALLOS			



Anexo 3: Encuesta para los turistas nacionales
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
EXTENSIÓN NORTE AMAZÓNICA
INGENIERÍA EN TURISMO SOSTENIBLE

Objetivo: Diseño de un producto turístico para la Parroquia San José de Payamino, Provincia de Orellana.

1. Información general

Género: Masculino () Femenino () Edad.....Estado civil.....
Procedencia.....

2. ¿Con quién suele viajar?

Solo () Amigos () Pareja () Familia ()

3. ¿Cómo organiza sus viajes?

Agencia de viajes () Forma independiente ()

4. ¿Cuál es el motivo de su viaje?

Turismo () Trabajo () Visitas familiares () Investigación ()

5. ¿Por qué medios de comunicación se informa sobre actividades turísticas?

Internet () TV () Folletos/revistas () Amigos () Radio ()

6. ¿Le interesaría conocer la Parroquia San José de Payamino?

Si () No ()

7. ¿Visitaría usted la Parroquia San José de Payamino por medio de un paquete turístico?

Si () NO ()

8. ¿Qué actividades les gustaría realizar en la Parroquia San José de Payamino?

Caminatas () Convivencia cultural () Observación de flora y fauna () Deporte de aventura ()
Pesca deportiva ()

9. ¿Qué tipo de servicios le gustaría recibir al visitar la Parroquia San José de Payamino?

Hospedaje () Alimentación () Transporte () Guianza ()

10. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a permanecer en la Parroquia San José de Payamino?

1 día () 1 noche y dos días () 2 noches y 3 días ()

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar durante su estancia?

20 - 40 dólares () 41- 60 dólares () 61 o más () dólares.



Anexo 4: Encuesta para los turistas Extranjeros
POLYTECHNIC SCHOOL OF CHIMBORAZO
NORTH EXTENSION AMAZON
ENGINEERING IN SUSTAINABLE TOURISM

Objective: Desing of a tourist product for the Parish of San José de Payamino, Province of Orellana.

1. General information

Gender: Male () Female () Age: Civil status.....
Country.....

2. Who you usually travel will?

Alone () Friends () Couple () Family ()

3. How do you organize your travel?

Travel Agency () Independent ()

4. What is the purpose of your trip?

Tourism () Job () Visit to family () Scientific researches ()

5. Why media reports on tourism activities?

Internet () TV () Brochures / Magazines Operators / Agencies () Friends () Radio ()

6. ¿Would be interested to know the Parish San José de Payamino?

Yes () No ()

7. Would you visit the San José de Payamino Parish Through a tourist package?

Yes () NO ()

8. What activities would you like yo do in the Parish San José de Payamino?

Walks () Cultural Coexistence () Observation of flora and fauna () Adventure sports ()
Sport fishing ()

9. What kind of services would you like receiven when visiting the Parish of San José de Payamino?

Accommodation () Feeding () Transport () Guidance ()

10. How long would be willing to stay in the San José de Payamino?

1 day () 1 night and 2 days () 2 nights and 3 days

11. How much would you spend during your stay?

20 - 40 dollars () 41- 60 dollars () 61 o más () dollars.