

PARA GRADOS ACADÉMICOS DE LICENCIADOS (TERCER NIVEL)

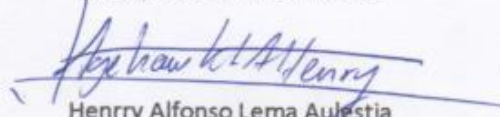
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo, Henry Alfonso Lema Aulestia C.I. 1711400059 autor del trabajo de graduación intitulado: "PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA EL CANTÓN TIWINTZA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO; PERÍODO 2013-2017", previa a la obtención del grado académico de Licenciado en Ecoturismo y Guía de Turismo Nacional en la Facultad de Ciencias Humanas:

- 1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
- 2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Quito, 29 de enero de 2014


Henry Alfonso Lema Aulestia
C.I. 1711400049

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

Yo, Ing. Francisco Moscoso, director de esta disertación, certifico que el sr. Henry Alfonso Lema Aulestia ha realizado con mi dirección este trabajo titulado "PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA EL CANTÓN TIWINTZA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO; PERÍODO 2013-2017", de conformidad con las disposiciones del Reglamento de Grados de la PUCE. Autorizo la presentación del informe debidamente revisado y encuadernado para la calificación respectiva.



Ing. Francisco Moscoso

Quito, febrero 10 de 2014

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

**DISERTACIÓN DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN TURISMO CON MENCIÓN EN ECOTURISMO**

**“PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA EL CANTÓN TIWINTZA,
PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO; PERÍODO 2013-2017”**

Por:

HENRY ALFONSO LEMA AULESTIA

DIRECTOR: ING. FRANCISCO MOSCOSO TOQUICA

Quito, Ecuador 2013

DEDICATORIA

Dedico esta trabajo a Dios, a mi madre, a mi hijo Joaquín y a mi esposa con amor y agradecimiento.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por haberme dado la fortaleza para poder llegar a la conclusión de éste trabajo.

Agradezco a mi madre por su apoyo incondicional y desinteresado. Por ser una luz constante en la constante oscuridad. A mi padre que a pesar de no estar conmigo ha sido siempre un apoyo y una luz constante.

Agradezco a mi esposa por su apoyo y empuje y a mi hijo Joaquín por ser la motivación principal de seguir adelante con el arduo trabajo.

A mi hermana Mónica por su ayuda desinteresada y cariñosa.

Agradezco a mi director de tesis por su paciencia y conocimientos que generosamente me ayudaron a llegar a la culminación de un proceso más en mi carrera estudiantil.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTOS	III
ÍNDICE DE CONTENIDO	IV
RESUMEN EJECUTIVO	13
I. INTRODUCCIÓN	14
I.1 Justificación	14
I.2 Planteamiento y delimitación del problema	16
I.3 Objetivos	17
I.4 Alcance de estudio	18
I.5 Hipótesis	19
I.6 Marco referencial	19
CAPÍTULO I	21
1. GENERALDADES: EL CANTÓN TIWINTZA Y SU SITUACIÓN EN EL ÁMBITO TURÍSTICO	21
1.1 Factores económicos	21
1.1.1 Base económica	22
1.1.2 Diversificación de actividades económ	23
1.2 Factores demográficos	28
1.2.1 Analfabetismo	28
1.2.2 Distribución de la población	29
1.2.3 Etnicidad	30

1.3 Factores socio-culturales	30
1.3.1 Seguridad	32
1.4 Factores eco-naturales	33
1.4.1 Biodiversidad	33
1.4.2 Clima	41
1.5 Gestión administrativa cantonal	42
1.6 Vialidad	46
1.7 Servicios básicos	48
1.7.1 Agua	48
1.7.2 Alcantarillado	49
1.7.3 Energía eléctrica	49
1.7.4 Telefonía	49
1.8 Contexto turístico cantonal	50
1.8.1 Afluencia de turistas al cantón Tiwintza	60
1.9 Contexto turístico provincial	62
1.9.1 Afluencia de turistas en Morona Santiago	64
1.10 Contexto turístico nacional (Ecuador-Perú)	64
1.11 Matriz FODA	65
1.11.1 Fortalezas.	65
1.11.2 Debilidades	66
1.11.3 Oportunidades	70
1.11.4 Amenazas	71
CAPÍTULO II	72
2. TURISMO EN EL CANTÓN TIWINTZA	72
2.1 Principales atractivos turísticos del cantón Tiwintza	72
2.1.1 Manifestaciones culturales	72

2.1.2 Sitios naturales	85
2.2 Tendencias actuales del turismo en la zona	103
2.3 Actividades turísticas	103
2.3.1 Espeleología	103
2.3.2 Kayaking	104
2.3.3 Natación	104
2.3.4 Navegación	104
2.3.5 Pesca	104
2.3.6 Rafting	105
2.3.7 Senderismo	105
2.3.8 Visita a los centros Shuar	105
2.3.9 Excursiones en la selva	105
2.3.10 Observación de flora y fauna	106
2.3.11 Fotografía	106
2.3.12 Toma de la ayahuasca	106
2.3.13 Paseo en canoa o balsa	106
2.3.14 Degustación de platos típicos	106
2.3.15 Observación de danzas rituales y ritos shamánicos	107
CAPÍTULO III	108
3. MARCO METODOLÓGICO	108
3.1 Revisión documental	108
3.2 Observación directa	109
3.3 Entrevistas abiertas	109
3.4 Encuestas	109
Diseño de la muestra	111
Variables	112

Tabulación de datos	113
Análisis de las encuestas	113
CAPÍTULO IV	114
4. ESTUDIO DE MERCADO	114
4.1 Definición de objetivos de investigación de mercados	114
4.1.1 General	114
4.1.2 Específicos	114
4.2 El consumidor	115
4.3. Segmentación del mercado	117
4.3.1 Segmento meta primario	117
4.4 Resultados obtenidos	119
CAPÍTULO V	122
5. EL PRODUCTO	122
5.1 Productos y subproductos propuestos	122
5.2 Precios del producto	125
5.3 Descripción de los productos	126
5.3.1 Circuito de Las Cascadas	126
5.3.2 Circuito de Lagunas	129
5.3.3 Circuito de Cuevas	132
5.3.4 Tour de las Ajas	135
5.3.5 Tour del Natem	136
5.3.6 Ruta Gastronómica y Artesanal	138
5.3 .7 Carnaval Cultural y Turístico	138
5.4 Productos Sustitutivos	140
5. 5 Mercado Potencial	140
5.6 Intervenciones	140

5.6.1 Alianzas estratégicas _____	141
5.6.2 Señalización _____	141
5.6.3 Equipamiento turístico _____	142
5.6.4 Nuevas tecnologías y modernización de la comercialización _____	142
5.6.5 Calidad _____	142
5.6.6 Marketing _____	143
5.6.7 Infraestructura _____	143
5.6. 8 Institucionales _____	144
CAPÍTULO VI _____	145
6. PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN TIWINTZA _____	145
6.1 Propuesta para el posicionamiento y promoción del cantón Tiwintza _____	145
6.1.1 Objetivos _____	145
6.1.2 Estrategias _____	146
6.1.3 Mensaje de promoción _____	151
6.1.4 Comunicación _____	151
6.1.5 Diseño de la marca _____	156
CAPÍTULO VII _____	158
7. CUANTIFICACIÓN DE LA INVERSIÓN PROPUESTA _____	158
7.1 Gastos _____	158
7.1.1 Gastos en actividades promocionales _____	158
7.1.2 Gastos publicidad _____	160
7.2 Costo total de la inversión propuesta _____	161
7.3 Resultados esperados _____	162
CAPÍTULO VIII _____	163
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES _____	163

8.1 Conclusiones	163
8.2 Recomendaciones	164
BIBLIOGRAFÍA	167
ANEXOS	171

ÍNDICE DE GRÁFICOS ESTADÍSTICOS

GRÁFICO 1. Género _____	254
GRÁFICO 2. Edad por intervalos _____	255
GRÁFICO 3. Procedencia de los turistas _____	256
GRÁFICO 4. Nivel de educación _____	257
GRÁFICO 5. Actividad económica _____	258
GRÁFICO 6. ¿Cómo prefiere obtener información acerca de un destino turístico? _____	259
GRÁFICO 7. Comida preferida en su visita a la Amazonía _____	260
GRÁFICO 8. Acompañantes en su visita a la Amazonía _____	261
GRÁFICO 9. ¿Para venir a la Amazonía, lo hizo con una agencia de viajes? _____	262
GRÁFICO 10. ¿En una visita futura a la Amazonía, le gustaría rentar un vehículo? _____	263
GRÁFICO 11. Tiempo estimado que permaneció en la Amazonía como turista _____	264
GRÁFICO 12. ¿Cuál fue el gasto aproximado durante su estadía como turista? _____	265
GRÁFICO 13. ¿En qué meses del año hace generalmente sus viajes turísticos? _____	266
GRÁFICO 14. Motivos principales para visitar la Amazonía ecuatoriana _____	267
GRÁFICO 15. Actividades que le gustaría realizar en una visita futura a la Amazonía ecuatoriana _____	268
GRÁFICO 16. Edad por intervalos vs. Motivaciones _____	269
GRÁFICO 17. Edad por intervalos vs. Actividades turísticas _____	270
GRÁFICO 18. Edad por intervalos vs. Tipo de comida _____	271

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1. Población económicamente activa.....	22
CUADRO 2. Especies que se siembran en las ajas	25
CUADRO 3. Composición de la población por sexo.....	28
CUADRO 4. Número de personas del área urbana y rural que saben y no saben leer y escribir por parroquia.....	29
CUADRO 5. Distribución de la población urbana y rural por parroquias	29
CUADRO 6. Autoidentificación según su cultura y costumbres	30
CUADRO 7. Nacionalidad o pueblo indígena al que pertenece por área urbana o rural	31
CUADRO 8. Uso de las plantas que se encuentran en el cantón	35
CUADRO 9. Algunas plantas alimenticias en el aja	36
CUADRO 10. Algunas especies medicinales y tóxicas que se siembran en las ajas	37
CUADRO 11. Algunas especies frutales en las ajas	38
CUADRO 12. Mamíferos en la cordillera del cóndor.....	39
CUADRO 13. Ingresos del gobierno autónomo descentralizado municipal de Tiwintza por fuente de financiamiento	42
CUADRO 14. Distribución del gasto municipal de acuerdo a grupos de gasto (miles de dólares)	44
CUADRO 15. Red vial en el entorno	47
CUADRO 16. Transporte aéreo	48
CUADRO 17. Descripción del material turístico promocional del cantón Tiwintza.....	57
CUADRO 18. Turistas que visitan el cantón Tiwintza	61
CUADRO 19. Determinación de la muestra	112
CUADRO 20. Perfil del turista que visita el cantón Tiwintza	115
CUADRO 21. Productos y subproductos propuestos.....	124

CUADRO 22. Rubros considerados para el cálculo del precio.....	125
CUADRO 23. Precios por paquete turístico.....	126
CUADRO 24. Cronograma de actividades para la comunicación promocional	157
CUADRO 25. Gastos en actividades promocionales	159
CUADRO 26. Gastos publicidad	160

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo propone un “Plan de Promoción turística” al Municipio de dicho Cantón que sirva para atraer el mayor número de visitantes a los lugares recreacionales, dar a conocer las zonas para excursión, viaje o recorrido y actividades turísticas existentes, realizar una investigación de mercado de gustos y preferencias de la actividad para determinar las características del mercado potencial, establecer los productos turísticos definidos como propuestas de viaje y sus costos, finalmente establecer el costo total de la inversión del plan para la promoción turística de Tiwintza.

La metodología utilizada para conocer las características del mercado potencial de Tiwintza hacia el cual dirigir los esfuerzos de promoción consistió en realizar un estudio de mercado. Este estudio de mercado se dividió en dos fases. La primera fase consistió en el diseño de la muestra. La segunda fase consistió en el diseño de una encuesta y levantamiento de información a turistas que les interesaría visitar la Amazonía ecuatoriana.

I. INTRODUCCIÓN

I.1 Justificación

A pesar de que el cantón Tiwintza cuenta con atractivos turísticos importantes estos no son conocidos en el ámbito turístico nacional y peor aún internacional. Esto ha llevado a que el turismo en Tiwintza tenga un crecimiento pobre. Esto se puede evidenciar en el hecho de que del total de personas que visitan Morona Santiago solamente un 0,4 % visita el cantón Tiwintza. (Ministerio de Turismo de Morona Santiago y Estudio Consulting)

Por lo tanto, es conveniente llevar a cabo la presente investigación porque permitirá tener criterios adecuados para el diseño de una propuesta de comunicación que dé a conocer sus atractivos turísticos de una manera ordenada y sistemática.

El propósito de ésta investigación es determinar si la promoción turística que se ha realizado en el cantón Tiwintza ha favorecido o no la difusión de sus atractivos turísticos en diferentes ámbitos.

Entre los beneficios que se derivarán del presente estudio es el poder conocer objetivamente la situación actual de la promoción turística de Tiwintza y en base a esos resultados poder realizar una propuesta de comunicación.

Además, un plan de promoción proporcionará elementos para la opción de mejorar la calidad de vida de los habitantes de este sector a través del turismo. También proporcionará a entidades públicas, como el Municipio del Cantón Tiwintza, y empresas turísticas privadas criterios para que puedan establecer acciones promocionales eficientes.

Para que sea factible el plan se debe identificar las potencialidades turísticas del Cantón Tiwintza. El mismo se encuentra localizado al sureste del Ecuador en la jurisdicción de la provincia de Morona Santiago. Dispone de ríos navegables desde y hacia las Comunidades Shuar que son además vías de comunicación con el Perú y Brasil. Existen paradisíacas lagunas que son hogar de exquisita avifauna, caimanes y anacondas, misteriosas cuevas y bellas cascadas. Estos son entre otros recursos, muestras del alto potencial turístico que encierra el territorio cantonal. Además, al estar ubicado en una zona estratégica del Quinto Eje Vial o Vía Interoceánica, Méndez -Morona – Manaos existe la conectividad que se requiere para el desarrollo de la actividad turística. (Gobierno Autónomo Municipal Descentralizado de Tiwintza, 2011) El ente ejecutante, que es el Municipio de Tiwintza, debe proveer de los recursos humanos y financieros para que la implementación de este plan sea factible.

Un plan de promoción turística es útil porque fomenta el desarrollo turístico, ofreciendo esparcimiento y recreación a turistas nacionales y extranjeros, mediante la utilización de los recursos naturales y culturales con que cuenta el cantón. Además de dar a conocer su potencial turístico, también atraer a un mayor número de visitantes a los lugares turísticos, crear una imagen positiva del cantón, persuadir a la población de la zona oriental, para que visiten dicho cantón.

Entre los posibles resultados de ésta disertación están que si es necesario un plan de promoción turística para promover los atractivos turísticos con los que cuenta el cantón e incrementar el flujo de turistas hacia el mismo.

I.2 Planteamiento y delimitación del problema

Los atractivos naturales y culturales del cantón Tiwintza son prácticamente desconocidos tanto para turistas nacionales como extranjeros. Esto puede darse por la falta de una planificación promocional del departamento de turismo de entidades públicas o privadas que analice con profundidad la realidad turística del cantón, sus necesidades de promoción y la visión de futuro que se pretende alcanzar. (Ministerio de Turismo de Morona Santiago y Estudio Consulting) Esto ocasiona que no se conozca la situación actual de la promoción turística de Tiwintza, cuáles son sus objetivos de comunicación en un período de tiempo determinado, cuáles son los segmentos meta hacia los cuales dirigir los esfuerzos de promoción, los medios adecuados para alcanzar a los potenciales turistas dentro de los segmentos objetivo, cómo conducir una estrategia de comunicación con los operadores turísticos, cómo debería ser el diseño del material publicitario, cómo usar el material de publicidad adecuadamente, y cuáles deberían ser los lugares adecuados para la aplicación de ese material. (Ministerio de Turismo de Morona Santiago y Estudio Consulting) Por ejemplo, uno de los efectos de la precaria planificación en materia de promoción turística es el uso indiscriminado e infructuoso del material promocional ya que mucho de este permanece guardado en las dependencias públicas y tampoco es entregado a operadores turísticos para que ellos lo canalicen hacia los turistas o posibles visitantes. (Ministerio de Turismo de Morona Santiago y Estudio Consulting) Otra causa del desconocimiento de los atractivos turísticos de Tiwintza puede ser la ausencia de una representación de marca lo que ha llevado a que no se tenga notoriedad, aceptación y recordación por parte de los turistas o consumidores así como la limitada gestión por parte de entidades públicas y la falta de alianzas estratégicas con empresas turísticas. (Ministerio de Turismo de Morona Santiago y Estudio Consulting) Esto ha ocasionado que las operadoras turísticas que se encuentran en las provincias de donde llegan la mayor cantidad de visitantes hacia Morona Santiago no promocionen el cantón Tiwintza. Por todas estas razones, los recursos turísticos del cantón Tiwintza no han sido conocidos y la afluencia

turística ha sido muy reducida en relación al número de personas que visitan anualmente la provincia de Morona Santiago. Por lo tanto, a través de esta disertación se desea diseñar un plan de promoción que brinde criterios válidos tanto a entidades públicas como privadas para la difusión de los atractivos turísticos del cantón Tiwintza. Con ello surge la pregunta de investigación:

¿Cómo dar a conocer los atractivos turísticos del cantón Tiwintza a través de un plan de promoción turística?

I.3 Objetivos

General

- Diseñar una propuesta de acciones para la promoción turística del cantón Tiwintza a través de la evaluación de los atractivos, de las prácticas de comunicación realizadas hasta el momento y de la formulación de estrategias.

Específicos

- Evaluar las características del actual posicionamiento turístico del cantón Tiwintza.
- Conocer las características del entorno en relación con la potencialidad turística del cantón Tiwintza.
- Describir la metodología empleada para llevar a cabo la presente investigación.

- Conocer las características del mercado potencial mediante un estudio de mercado.
- Establecer los productos turísticos definidos como propuestas de viaje y sus costos.
- Determinar el tipo de acciones promocionales y de comunicación para posicionar el cantón Tiwintza como producto turístico.
- Realizar una cuantificación de la inversión necesaria para llevar a cabo las acciones de promoción.

I.4 Alcance de estudio

La presente tesis es una propuesta para encontrar un concepto de posicionamiento más no es un trabajo de diseño publicitario. Tampoco se trata de un plan de marketing turístico En el capítulo séptimo se ha hecho una estimación del costo inicial de la propuesta; sin embargo, es pertinente aclarar que no se trata de una investigación económica ni mucho menos financiera para un proyecto de inversión. Por lo tanto no ha sido el propósito de la presente investigación realizar un análisis financiero al detalle.

El alcance de este estudio cubre los siguientes aspectos:

- Determinación de los atributos principales de Tiwintza como producto turístico.
- Determinación del perfil del segmento meta adecuado hacia el cual dirigir los esfuerzos de promoción.

- Establecimiento de las herramientas y medios más adecuados para promocionar el cantón Tiwintza.
- Cuantificación de la inversión propuesta y los posibles impactos en el turismo.

I.5 Hipótesis

El diseño de un plan de promoción turística favorecerá la difusión de los atractivos turísticos del cantón Tiwintza

I.6 Marco referencial

El Congreso Nacional dio a conocer, mediante decreto ejecutivo, la creación del cantón Tiwintza el 23 de octubre del 2002. Sin embargo, las gestiones de cantonización se iniciaron ya en la década de los 90. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011: p. 4)

El cantón Tiwintza se encuentra localizado al sureste de la provincia de Morona Santiago. Se extiende entre los valles de los ríos Santiago y Morona desde la parte baja de las estribaciones del Cutucú hasta la frontera con la República del Perú. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011: p. 4)

Tiwintza tiene maravillosos atractivos naturales y culturales que permanecen desconocidos para turistas nacionales y/o extranjeros. El turismo puede convertirse en una actividad económica importante que contribuya al mejoramiento de la calidad de vida de la población, en especial del pueblo Shuar. Además, es un incentivo poderoso para que la gente cuide y

revalorice su patrimonio natural y cultural. Lastimosamente el pueblo Shuar y los colonos no han tomado conciencia del potencial turístico del cantón; por lo tanto, es imprescindible la sensibilización de los mismos para que sean ellos quienes se conviertan en los mejores anfitriones tanto para turistas nacionales y/o extranjeros.

CAPÍTULO I

1. GENERALDADES: EL CANTÓN TIWINTZA Y SU SITUACIÓN EN EL ÁMBITO TURÍSTICO

Dentro de este capítulo se analizarán factores internos y externos:

1.1 Factores económicos

“La pobreza se refiere a las privaciones de las personas u hogares en la satisfacción de sus necesidades básicas, en particular las necesidades materiales”. (Ministerio de Coordinación Social, 2012)

El Shuar enfrenta graves problemas en cuanto a la satisfacción de sus necesidades básicas. Los sectores marginales no tienen acceso a la salud, empleo, educación y otras oportunidades que el Estado garantiza para el bien social; esto implica que las comunidades Shuar que se encuentran muy distantes a la carretera se encuentran en la extrema pobreza. El 68,1% de las mujeres no disponen de los servicios básicos y el 89, 1% de los hombres no tienen los servicios más elementales, la diferencia de porcentajes entre dos sexos se debe a que un sector de las mujeres ha sido una prioridad en la atención de la salud materna y beneficiarios del bono solidario. El método del ingreso determina que un miembro del hogar comparte un mínimo de ingreso para satisfacer las necesidades básicas. (Vos, 1988-1998, pág. 1) *“Esto ocurre en la mayoría de los hogares y de las familias del cantón Tiwintza, además la familia Shuar es ampliada, cada hogar tienen un promedio de 8 hijos, el escaso ingreso económico no permite satisfacer el acceso a la educación, salud y alimentación”* (Chumpi, 2006, pág. 57)

Hay que aclarar que los criterios expuestos en este trabajo en cuanto a la definición de la pobreza de la comunidad Shuar corresponden a diversos autores y no representan una opinión personal. Es importante mencionar que la gente de esta comunidad tiene una cosmovisión distinta a la del mundo occidental; por lo tanto, resulta complicado poder precisar el grado de satisfacción de sus necesidades básicas y lo que se pueda entender por pobreza.

Aproximadamente de 3.516 habitantes que tiene el cantón Tiwintza, 2.786 personas tienen necesidades básicas insatisfechas, esto representa el 79,2%. (Chumpi, 2006, pág. 56) Con un total de 6.995 habitantes según el censo de población nacional 2010 la población económicamente activa del Cantón Tiwintza asciende a 2769 personas.

CUADRO 1. Población económicamente activa

PARROQUIA	POBLACIÓN ACTIVA	POBLACIÓN INACTIVA
Tiwintza	2.002	1.196
SAN JOSÉ DE MORONA	767	705
TOTAL	2769	1901

Fuente: CPV. (INEC, 2011)

Elaborado por: Henry Lema

1.1.1 Base económica

La dinámica económica actual de la región se caracteriza por la forma de ocupación del espacio que ha sido determinada tanto por los procesos de colonización como por la relación de ésta con la población indígena Shuar y el mercado. (Chumpi, 2006, pág. 31)

“En la región se identifican claramente dos tipos de economías, bastante diferenciadas, por la existencia o no de vías de comunicación.” (Chumpi, 2006, pág. 31)

La subsistencia de las comunidades Shuar y Achuar se basa principalmente en la horticultura itinerante de tubérculos, la caza y la pesca las mismas que son realizadas por el hombre. La mujer también ayuda en la recolección además está a cargo del cuidado de los niños y las labores del hogar. Estas comunidades utilizan el sistema de cultivo de roza y quema siendo la caza la principal fuente de proteínas. Complementan su alimentación con la pesca, recolección de frutos, insectos y plantas. Sin embargo la mayoría de tierra utilizada para la caza ha sido sustituida por cultivo de pastizales para ganado lo que ha traído como consecuencia el agotamiento del suelo y una menor disponibilidad de tierras. (Tapia, 2010, pág. 17)

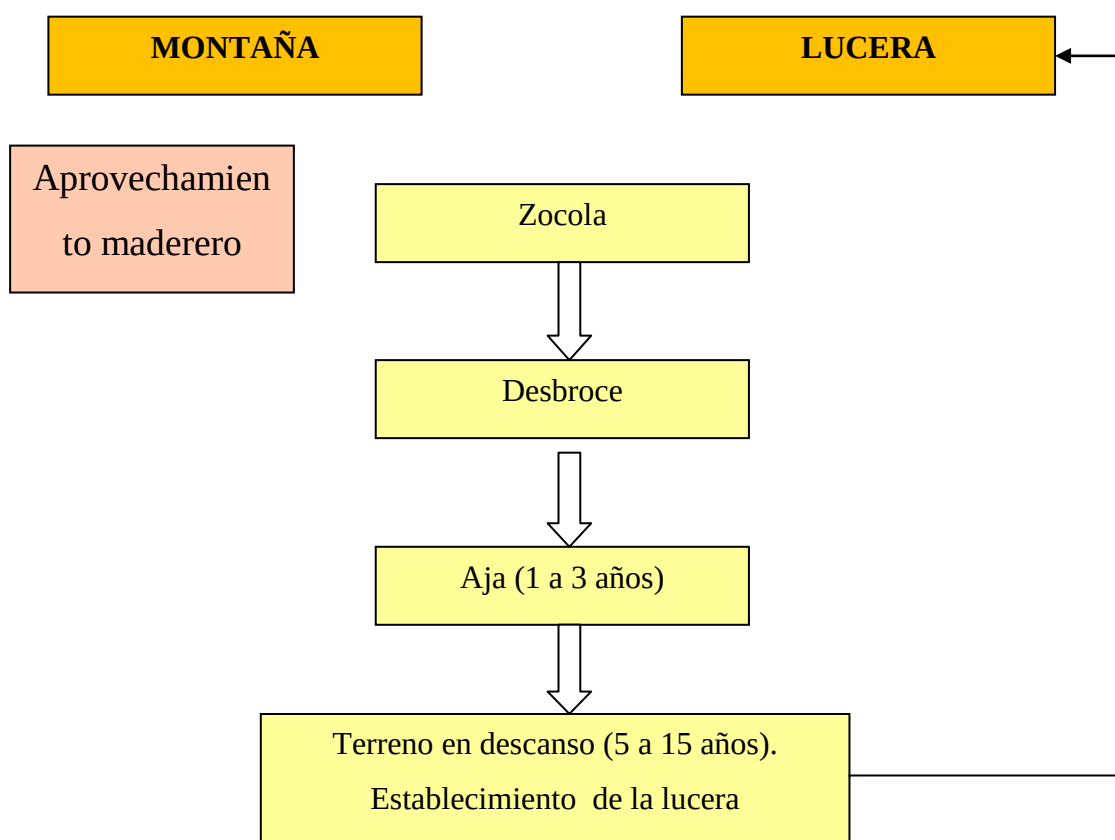
1.1.2 Diversificación de actividades económicas

Las comunidades del cantón Tiwintza tienen poca diversidad de actividades económicas. La agricultura es una de ellas. Cada hogar tiene sus huertas grandes (aja-Shuar) las mismas que están a cargo de la mujer. (Fundación Natura, 2010, pág. 74)

Las ajas son huertas tradicionales Shuar que forman parte de un sistema cultural y económico. La agro biodiversidad que se genera en estos sistemas es muy alta, superando a veces más de 55 especies en sistemas asociados. Ajas es como los Shuar llaman a sus sistemas agrícolas. Estas huertas son importantes por varios motivos; entre estos están la seguridad alimentaria de la población, la diversidad nutricional, la salud espiritual y física y por ser un sistema cultural y productivo que tiene relación con sus conocimientos, técnicas, organización social de roles, la valorización del papel de la mujer, la relación intergeneracional, la organización del tiempo y del uso del espacio (rotación en grandes espacios). (Fundación Natura, 2010, pág. 63)

La dinámica del aja Shuar se puede visualizar en el siguiente gráfico:

GRÁFICO N° 1
DINÁMICA DE IMPLEMENTACIÓN DEL AJA-SHUAR



Fuente: (Fundación Natura, 2010, pág. 66)

Elaborado por: Autor

Lucera: Vegetación pionera o secundaria, que por regeneración natural se establece después de haber desbrozado el bosque o abandonado el aja. Sucesión de especies de menor valor frente a la vegetación que existía. (Fundación Natura, 2010, pág. 67)

Zocola: actividad de tumbar el sotobosque (la vegetación pequeña que está debajo de los árboles. (Fundación Natura, 2010, pág. 67)

CUADRO 2. Especies que se siembran en las ajas

CULTIVO	CULTIVO
Inchi (camote)	Wanchup
Máma (yuca)	Chiki
Papachina	Nuse (maní)
Sanku (pelma)	Chirichri (hierba luisa)
Pantam (plátano)	Maya (zanahoria Shuar)
Piripri (medicinal)	Tsampu (rolaquimba)
Maikiua (floripondio)	Wirin
Ajej (jengibre)	Kumpia
PiniaShuar (arruruz)	Mejech (oritos)
Kenke (tuyo)	Paat (caña)
Kantse (escansel)	Kukuch (naranjilla)
Jimia (ají)	Kampanak
Sepui (cebolla)	Wapai (papaya)
Tsanim (semilla de yuca)	Yuwi (zapallo)
Yumi (poto)	Iniak
Mik (fréjol)	Tomate Shuar
Tuka (taro)	Tsaank (tabaco)
Uwi (chonta)	Barbasco
Piña	Natem
Tapir	Winchik

Timiu	Ampar (albahaca)
Guineo	Barbasquillo
Namuk (calabaza)	Numkaim (fréjol parado)
Tsenrsem	Turu
Chiki (caña con tubérculo)	
Fuente: Encuestas a las familias de los centros de la Asociación Arutam.	

(Fundación Natura, 2010, pág. 72)

El sector campesino mestizo se dedica al comercio al igual que una parte considerable de la población Shuar en donde predomina la agricultura complementada por la producción para el autoconsumo. La comunidad Shuar tiene como actividades básicas la caza y la pesca. La escasez de estos recursos ha ocasionado el aumento de la desnutrición en la población Shuar. (Chumpi, 2006, pág. 32)

La minería es otra actividad económica realizada en el cantón Tiwintza además del comercio de productos agrícolas que se venden en el sector urbano de la cabecera cantonal en ferias semanales. Existe la presencia de intermediarios que acuden a las fincas a adquirir madera, ganado y productos agrícolas. La actividad maderera es la más desarrollada y la que deja los mayores beneficios económicos y destruye la selva amazónica. (Chumpi, 2006, pág. 32)

La actividad predominante de la comunidad Shuar es la agricultura para el autoconsumo complementada con la caza y la pesca. Sin embargo, están obligados a realizar eventuales intercambios de productos en el mercado y vender su fuerza de trabajo para obtener recursos monetarios necesarios para satisfacer necesidades básicas de salud, educación, adquirir insumos y herramientas para la producción. (Chumpi, 2006, pág. 32)

“La zona de Santiago tiene la presencia del río Santiago, tradicionalmente utilizado como vía de comunicación entre los centros Shuar de las asociaciones de Méndez, Mayaik y Santiago. A mediados de la década de los 80, la construcción de la carretera Méndez – Morona produjo una ruptura en la economía de subsistencia predominante entre las familias Shuar. La producción ganadera, el cultivo intensivo de naranjilla y la extracción de la madera empezaron a dinamizarse y sus mercados más importantes fueron Cuenca y Guayaquil” (Chumpi, 2006, pág. 33)

La misión Salesiana, la Federación Shuar y el Banco de Fomento fomentaron la práctica de la actividad ganadera en la comunidad Shuar lo que ha significado una generación importante de ingresos económicos pero ha modificado sus patrones de acceso al dinero y no ha tenido cambios positivos en la economía del pueblo Shuar.

“Los mayores recursos del cantón son: la biodiversidad en fauna, flora y los ríos; un manejo y aprovechamiento adecuado ingresaría divisas para la dinámica de la economía local” (Chumpi, 2006, pág. 33)

La falta de vías adecuadas de comunicación, los problemas de transporte, la carencia de infraestructura y el abuso de los intermediarios causan el alza de los costos de producción, perjudicando al productor. (Chumpi, 2006, pág. 33)

Los productos más importantes que se cultivan en el cantón Tiwintza son: maíz, yuca, papa china, cacao, maní, fréjol, chonta, naranjilla, tuyo, camote, caña, pastizales para ganado, plátano. Los productos de extracción que se venden son: madera, leche, queso, las dos últimas, en menores porcentajes. La oferta y la demanda de los productos agrícolas son mínimas, porque la mayoría de los pobladores del sector urbano son agricultores que se abastecen con sus propios productos. También se practica la agricultura nómada por parte de la comunidad

Shuar la misma que está transformándose debido a factores tecnológicos y por la influencia de las misiones y la población blanca mestiza. En la actualidad se designa a cada familia su área de terreno para que lo trabaje y se sedentarice definitivamente. (Chumpi, 2006, pág. 34) La actividad artesanal es muy incipiente. (Chumpi, 2006, pág. 35)

1.2 Factores demográficos

La población de Tiwintza está conformada de la siguiente manera:

CUADRO 3. Composición de la población por sexo

MUJERES	3116
HOMBRES	3879
TOTAL	6995

Fuente: CPV. INEC 2011

Elaborado por: Henry Lema

1.2.1 Analfabetismo

El índice de analfabetismo de la población desde 15 años y más en el cantón Tiwintza es 6.63 %. El 86.88 % de la población sabe leer y escribir lo que equivale a 5039 casos. El 13.12 % de la población no sabe leer y escribir correspondiente a 761 habitantes. (INEC, 2010)

CUADRO 4. Número de personas del área urbana y rural que saben y no saben leer y escribir por parroquia

PARROQUIA	TOTAL		URBANO		RURAL	
	Sabe leer	No sabe leer	SI	NO	SI	NO
Tiwintza	3460	480	995	49	2465	431
SAN JOSE DE MORONA	1579	281	-	-	1579	281

Fuente: CPV. INEC 2011

Elaborado por: Henry Lema

1.2.2 Distribución de la población

La población en el cantón Tiwintza está distribuida de la siguiente forma:(cuadro N° 5).

CUADRO 5. Distribución de la población urbana y rural por parroquias

PARROQUIAS	URBANO	RURAL	TOTAL
SAN JOSE DE MORONA	-	2.274	2.274
Tiwintza	1.162	3.559	4.721
TOTAL	1.162	5.833	6.995

Fuente: CPV. INEC 2011

Elaborado por: Henry Lema

1.2.3 Etnicidad

CUADRO 6. Autoidentificación según su cultura y costumbres

Sexo	Indígena	Afro ecuatorianos	Negros	Mulatos	Montubios	Mestizos	Blancos	Otros	Total
Hombre	2,785	8	9	24	15	937	96	5	3879
Mujer	2,569	6	5	15	2	474	43	2	3116
TOTAL	5,354	14	14	39	17	1411	139	7	6995

Fuente: CPV. INEC 2011

Elaborado por: Henry Lema

1.3 Factores socio-culturales

En el cantón Tiwintza el 95.27% de la población es de la nacionalidad Shuar. (INEC, 2010)
(Ver anexo nº 2)

“Cuando los mestizos llegaron a Santiago empezaron a contraer matrimonio con las mujeres Shuar, efecto de este impacto social existe mestizaje en la población Shuar, en el centro urbano existe un 25% de mezcla entre Shuar y Mestizos” (Chumpi, 2006, pág. 60)

Como se puede observar en el siguiente cuadro gran parte de la población del cantón Tiwintza corresponde a la nacionalidad Shuar.

CUADRO 7. Nacionalidad o pueblo indígena al que pertenece por área urbana o rural

NACIONALIDAD O PUEBLO INDIGENA	ÁREA URBANA	ÁREA RURAL	TOTAL
Awa	-	5	5
Achuar	1	3	4
Cofán	1	17	18
Siona	-	1	1
Secoya	-	2	2
Shiwiar	-	2	2
Shuar	462	4639	5101
Waorani	-	2	2
Kichwa de la sierra	28	31	59
Pastos	-	1	1
Otavaló	4	1	5
Karanki	-	2	2
Kayambi	-	1	1
Chibuleo	-	1	1
Waranka	-	1	1
Puruhá	2	10	12
Se ignora	41	96	137
TOTAL	539	4815	5354

Fuente: CPV. INEC 2011

Elaborado por: Henry Lema

1.3.1 Seguridad

Hay 15 comunidades indígenas Shuar afectadas por la presencia de minas antipersonales y artefactos explosivos no detonados, son ellas: Jempekat, Frontera, San Miguel, Chichis, San Luis, Kaputna, Mayalico, Kusumas, Yumisim, Shakaim, Tsuis, Puerto Morona, Tsapa, Kushapukus, la mayoría de ellas en el Cantón Tiwintza.

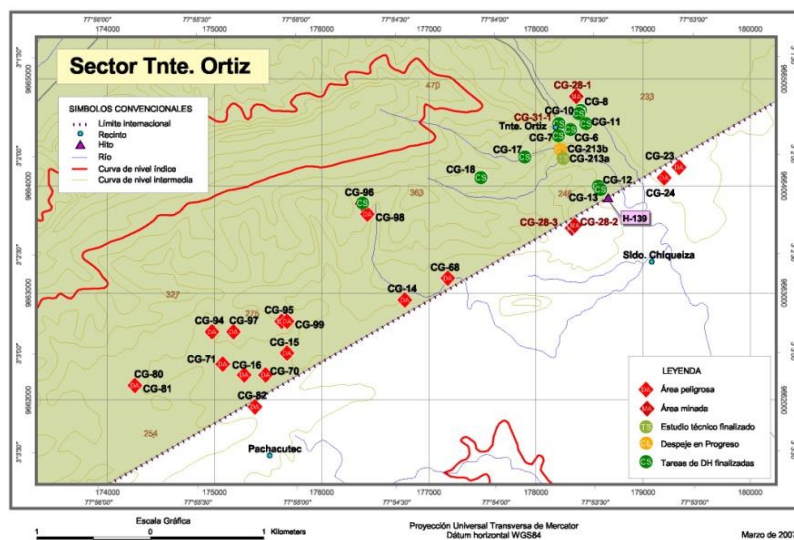
En esta provincia han sido identificadas y registradas 8 víctimas civiles de minas antipersonal, de ellas dos personas murieron en el accidente. AICMA-EC, presta asistencia psicológica y médica a los 6 sobrevivientes.

Las 78 áreas minadas identificadas, que causan una fuerte degradación en la biodiversidad y ecosistemas de la selva amazónica, están obstruyendo accesos a sectores geográficos importantes para el bienestar y supervivencia de estas comunidades Shuar dedicadas a la caza, la pesca, explotación de madera y a la siembra de yuca, maíz, plátano, naranjilla, café, pasto en pequeñas chacras temporales adecuadas sobre las orillas de los ríos.

Acontinuación se muestra la ubicación de las áreas peligrosas identificadas en 1 de los 4 sectores de Morona Santiago: Teniente Ortiz, Soldado Monge, Remolinos, y Etsa. (AICMA, 2012)

GRÁFICO N° 2

MAPA: Áreas minadas



Fuente: AICMA-EC, 2010

1.4 Factores eco-naturales

1.4.1 Biodiversidad

El cantón Tiwintza tiene un alto índice de biodiversidad.

Flora

Según información recopilada en la AME (asociación de municipalidades del Ecuador) el cantón Tiwintza se encuentra en el bosque muy húmedo pre-montano. La vegetación que se puede encontrar es la siguiente: palmas principalmente de Pambil, Iriartea corneto, y en menor escala de palma real, Inesa colenda. También se pueden identificar el Anime, Dacroydes sp., Guión, Pseudolmedia eggersii, Moral Bobo, Clarisia racemosa, Sande, Brosimun utile, Sangre de Gallina, Virola sp., Clavellin, Brownea herthae, Machare Symphonia globulifera, entre otros. Se pueden encontrar árboles de menor tamaño como Dedo, Matisia coloradum, Uva, Pouruma chocona, Colorado, Pouteria sp., Peine de Mono, Apeiba membranacea. En el bosque secundario se puede encontrar Laurel, Chillalde, Trichospermum mexicanum, Tutumbe, Cordia eriostigma y Sapan, Trema micrantha. (Cañadas, 1983, págs. 141,142)

CUADRO 8. Uso de las plantas que se encuentran en el cantón

NOMBRE COMUN	USO
Bambú	Materiales: el tallo se usa localmente en la construcción de paredes y pisos para fabricar camas, boquillas de dardos, cajas de dardos flautas, puntas de espada y cuchillos improvisados. Medicinal: tratamiento de infecciones indeterminadas. Medioambiental: control de la erosión y recuperadora de cuencas hidrográficas.
Killi	Alimenticio: el fruto (mesocarpio) y el palmito son comestibles. Alimento de vertebrados: el tronco lastimado es alimento de larvas comestibles. Materiales: el tallo se usa en la elaboración de canastas, lanzas, cerbatanas, cuchillos temporales, herramientas y muebles, postes, tablas, pilares, pisos y paredes en la construcción de viviendas. La raíz sirve como utensilio de cocina para rallar yuca o plátano. Las hojas se usan para elaborar escobas y para techar viviendas.
Chontaduro de tintín	Alimenticios: el fruto y el palmito son comestibles. Materiales: el tallo se raspa para relleno de cartuchos, las hojas se emplean en techos.
Pambil o Chonta	Alimenticio: el fruto es comestible
Uva silvestre	Alimenticio. Medicinal: para calmar dolores de cabeza
Laurel	Materiales: la madera se usa en la fabricación de muebles, chapas, parquet, balsas, canoas, barcos, tablas, vigas, largueros, pilares, paredes o pisos.

Fuente: (De la Torre, 2008)

CUADRO 9. Algunas plantas alimenticias en el aja

NOMBRE SHUAR	NOMBRE EN ESPAÑOL
Chiki (caña con tubérculo)	-
Inchi	Camote
Mama	Yuca
Pinia	Arruruz
-	Papachina
Tuka	Taro, tubérculo
Kenke	Tuyo
Sanku	-
Numkaim	Fréjol
Nuse o nussi	Maní
Miik	frejol, poroto
Turu	Tubérculo
Shankuinia	Tomate Shuar
Yuwi	Zapallo
Namuk	Calabaza
Tsampu	Rolaquimba
Paat	Caña
Kumpía	Caña
Jimía (Ají)	-
Sepui	Cebolla
Mejech	Guineo
Paantam	Plátano
<i>Recopilación Miguel Chup y Ángel Nantip, 2007</i>	

Fuente: (Fundación Natura, 2010, pág. 77)

CUADRO 10. Algunas especies medicinales y tóxicas que se siembran en las ajas

NOMBRE EN SHUAR	NOMBRE EN ESPAÑOL
Ajej	Jengibre
Maikiua	Floripondio
Natem	Ayahuasca
Tsaank	Tabaco
Kaip	enredadera, se usa para resfriados
Kantsé	Escansel
Napinara	Ortiga
Paikiua	Palma
Wanchup	Taro, pelma
PayashTimiu	Barbasco
Piripri	junco, reumatismo, estomago, útero
Priori, Tapir	hoja protectora
Timiú	Barbasco, toxico para pesca
Kampanak	-
<i>Recopilación Miguel Chup y Ángel Nantip, 2007</i>	

Fuente: (Fundación Natura, 2010, pág. 77)

Elaborado por: Autor

CUADRO 11. Algunas especies frutales en las ajas

NOMBRE EN SHUAR	NOMBRE EN ESPAÑOL
Asput, Chiu	Piná
Chuunkuch	Naranjilla
Wakam	cacao silvestre
Machitnius	-
Wapai	Papaya
Kukush	Naranjilla
<i>Recopilación Miguel Chup y Ángel Nantip, 2007</i>	

Fuente: (Fundación Natura, 2010, pág. 77)

Elaborado por: Autor

Fauna

Mamíferos:

En lo que respecta a la Cordillera del Cóndor se puede observar especies como el oso de anteojos (*Tremarctos ornatus*), algunos murciélagos y roedores. Hasta la actualidad se han reportado 142 especies, de las cuales 85 pertenecen únicamente a los bosques por debajo de los 1500 msnm, 13 a los bosques que están sobre esa altitud y 44 especies son compartidas por las dos zonas. Se puede encontrar una nueva especie de murciélago del genero *Anoura*. Se puede encontrar el mono araña (*Ateles belzebuth*), mono nocturno (*Aotus sp.*), pacarana (*Dinomys branicki*) y nutria de río (*Lontra longicaudis*). (ECOLAP Y MAE, 2007, pág. 256)

CUADRO 12. Mamíferos en la cordillera del cóndor

NOMBRE COMUN	NOMBRE CIENTIFICO	CATEGORIA DE AMENAZA	
		ECUADOR	GLOBAL
Tutamono	<i>Aotus lemurinus</i>	DD	VU
Mono araña	<i>Ateles belzebuth</i>	VU	VU
Pacarana	<i>Dinomys branicki</i>	NT	EN
Chorongo	<i>Lagothrix lagothricha</i>	VU	LR
Nutria de río	<i>Lontra longicaudis</i>	VU	DD
Jaguar	<i>Panthera onca</i>	VU	NT
Armadillo gigante	<i>Priodontes maximus</i>	DD	VU
Puma	<i>Puma concolor</i>	VU	NT
Guanfando	<i>Speothos venaticus</i>	VU	VU
Tapir amazónico	<i>Tapirus terrestris</i>	NT	VU
Oso de anteojos	<i>Tremarctos ornatus</i>	EN	VU
EN: En Peligro; VU: Vulnerable; NT: Casi Amenazado; DD: Datos Insuficientes. Fuentes: UICN 2006; Tirra 2001.			

Fuente: (ECOLAP Y MAE, 2007, pág. 256)

Elaborado por: Autor

Aves:

FOTO N°1
PAPAGAYOS



Fuente: (GADMT, 2012)

Se ha reportado 613 especies de pájaros. También se han encontrado nuevos registros de especies de aves para el Ecuador, como por ejemplo el **tirano andino** (*Knipolegus signatus signatus*) y el perico **pechiescamado** (*Pyrrhura peruviana*). Otras especies de aves son: Solángel gorjiamatista, Chusquea tapaculo, Mosquerito franjinaranja, Tirano tody pechicanelo.

Anfibios y Reptiles:

FOTO N°2
BOA CONSCRIPTOR



Fuente: (GADMT, 2012)

En la actualidad se conocen 56 especies. Los cinturones de bosque montano, bosque montano alto y bajo de la cordillera (1300 – 3000 msnm) son el hábitat de especies endémicas de anuros, como *Centrolene crocepodas*, *Eleutherodactylus condor*, conociendo que todavía quedan por descubrir nuevas especies para la ciencia. (ECOLAP Y MAE, 2007)

1.4.2 Clima

De acuerdo a información recolectada en la AME el cantón Tiwintza se encuentra en la zona de vida correspondiente al Bosque Muy Húmedo Pre Montano. Esta zona de vida, se extiende en el Oriente desde los 600 m.s.n.m. hasta la cota de los 1.800 o 2.000 m.s.n.m. Su temperatura promedio al año es de 18 a 24 °C. Se registran precipitaciones promedio entre 2.000 y 4.000 milímetros anuales.

La alta pluviosidad de esta zona de vida se debe a una superposición de lluvias de origen conveccional de las partes bajas adyacentes y de lluvias de tipo orográfico originadas por vientos que son obligados a ascender por estas vertientes y serranías. Mientras más radical es el cambio de la topografía, la región se vuelve más y más lluviosa.

A excepción de la estación meteorológica de Caluma, que por su influencia geográfica más corresponde a un clima de tipo monzónico, con 7 meses de invierno seguido de 5 meses de verano, el resto de las estribaciones son típicas de esta zona de vida, con máximo de dos meses de verano y 10 meses de lluvia que reflejan un tipo de clima verdaderamente ecuatorial.

El periodo seco comprende entre los meses de julio y agosto. Este sobrante de lluvias está acompañado de una alta humedad relativa, debido a la mayor nubosidad y a la presencia de temperaturas más frescas. (Cañadas, 1983, págs. 140,141) **(Ver anexo nº 3)**

1.5 Gestión administrativa cantonal

Los gobiernos locales disponen de recursos propios y por parte del gobierno central para satisfacer las necesidades de la población de acuerdo a su programa de desarrollo. En el caso del cantón Tiwintza, en el año 2006 por ejemplo, el gobierno municipal dispuso de 1,7 millones de dólares en ingresos efectivos. (Grupo Faro, 2011, pág. 6) La mayor parte de estos recursos provienen de transferencias de capital desde el sector público como se aprecia en el siguiente cuadro:

CUADRO 13. Ingresos del gobierno autónomo descentralizado municipal de Tiwintza por fuente de financiamiento

TIPO DE INGRESO	MILES DE DÓLARES	%
TASAS Y CONTRIBUCIONES	43	2.47 %
VENTA DE BIENES Y SERVICIOS	0.4	0.02 %
RENTA DE INVERSIONES	6	0.33 %
TRANSFERENCIAS CORRIENTES	235	13.43 %
OTROS INGRESOS CORRIENTES	0.4	0.02 %
TRANSFERENCIAS DE CAPITAL	1456	83.72 %
TOTAL	1751	100.0 %

Fuente: Presupuesto Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza (Devengado 2006)

De acuerdo a estos datos para el año en mención se puede evidenciar que el gobierno municipal de Tiwintza ha hecho una pobre gestión en cuanto a materia de inversiones se refiere. Los recursos provenientes de la gestión municipal representaron tan solo el 3 % del total.

Por otra parte el gasto del gobierno del cantón Tiwintza fue de 1.8 millones de dólares en el año 2006. Con el 55 % de esos recursos se financió servicios comunales entre los que sobresalen proyectos de electrificación y transporte El 23 % se utilizó en servicios sociales tales como proyectos de inversión en educación, planes de alcantarillado, agua potable, higiene ambiental, entre otros. El 22 % se destinó a la gestión administrativa, financiera y la relacionada con justicia, policía y vigilancia. Todas estas acciones fueron emprendidas por parte del municipio. (Grupo Faro, 2011, pág. 7) En el siguiente cuadro se puede observar la distribución del gasto del municipio por grupos de gasto para el año 2006.

CUADRO 14. Distribución del gasto municipal de acuerdo a grupos de gasto (miles de dólares)

GRUPO DE GASTO	TIPO DE GASTO	INVERSIÓN	% CON RESPECTO AL TOTAL
TRANSFERENCIAS Y DONACIONES CORRIENTES	Corriente	6	0.4 %
OTROS GASTOS CORRIENTES	Corriente	7	0.4%
GASTO EN PERSONAL PARA LA INVERSIÓN	Capital	118	6.6 %
BIENES Y SERVICIOS PARA LA INVERSIÓN	Capital	151	8.4 %
BIENES Y SERVICIOS DE CONSUMO	Corriente	176	9.7 %
BIENES DE LARGA DURACIÓN	Capital	204	11.3 %
TRANSFERENCIAS Y DONACIONES PARA LA INVERSIÓN	Capital	229	12.7 %
GASTO EN PERSONAL	Corriente	321	17.8 %
OBRAS PÚBLICAS	Capital	591	32.8 %
TOTAL		1803	100 %

Fuente: Presupuesto Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza (Devengado 2006)

Se puede observar que el mayor gasto se realizó en obras públicas (33 %). El segundo gasto de mayor peso se refiere a personal (18%) mientras que bienes de larga duración tiene un peso del 11 %. (Grupo Faro, 2011, pág. 7) Esto es positivo en cuanto a la gestión del gobierno municipal ya que la mayor parte de los recursos se destinan a obras para el bien común en el cantón. En lo que se refiere a educación el gobierno municipal invirtió 262000 dólares en el año 2006. La gestión municipal se centro principalmente en obras de infraestructura para mejorar los servicios educativos y apoyar al sector mediante bonificación a profesores y dotación de equipos informáticos. (Grupo Faro, 2011, pág. 8)

Principalmente el gobierno central es el que financia la gestión del sector salud en el cantón. Sin embargo, una de las metas de la administración municipal actual es mejorar el sistema de salud a nivel local impulsando programas de capacitación y la construcción de una vivienda para el personal médico que trabaja en el sub-centro de salud. De igual forma el municipio contrata a dos médicos que atienden en el Sub-centro de Salud de Santiago, un laboratorista y un auxiliar que trabajan en la parroquia San José de Morona. (Grupo Faro, 2011, pág. 8)

El gobierno central provee la mayor parte del gasto en servicios sociales. Por otro lado, el Municipio muestra un creciente interés por mejorar la situación social de su comunidad aunque su esfuerzo podría ser ampliado en sectores como la salud, donde existen grandes necesidades en una buena parte de su población. (Grupo Faro, 2011, pág. 21)

En general los programas sociales públicos muestran una falta de eficiencia en la gestión, lo que ocasiona que los limitados recursos destinados a este sector no tengan la calidad, eficiencia y eficacia necesarias para asegurar el impacto deseado en las poblaciones con más necesidades. (Grupo Faro, 2011, pág. 21)

Tampoco existen criterios de asignación de recursos. Esto limita una mejor complementariedad y articulación entre el presupuesto social del gobierno central y local. Un trabajo conjunto entre el gobierno y el municipio permitiría mejorar el impacto del gasto social en los segmentos vulnerables de la población y el efecto redistributivo que debe tener este gasto. (Grupo Faro, 2011, pág. 21)

Las desigualdades en la atención y cobertura de servicios son comunes en todas las prestaciones sociales, y no favorece a la reducción de brechas en diferentes segmentos como: población indígena y no indígena, escuela y colegio, educación hispana y bilingüe, entre otros. (Grupo Faro, 2011, pág. 21)

1.6 Vialidad

“En cuanto la vialidad y al transporte terrestre, la única vía de acceso es la (Interoceánica) Méndez – Morona, que corre paralelamente al río Santiago, cuyo estado es deplorable y hay tramos definitivamente dañados. La población transita por caminos de herradura y senderos que conectan las comunidades Shuar. Las empresas de transporte terrestre que prestan servicio al cantón por la vía Interoceánica son: la cooperativa Sucúa y Transportes Macas Limitada” (Chumpi, 2006, pág. 55)

CUADRO 15. Red vial en el entorno

VÍA	KM	TIPO	ESTADO
Macas-Quito	367	Lastre Pavimentado	Regular Bueno
Macas-Guayaquil	629	Lastre Pavimentado	Regular Bueno
Macas-Cuenca	239	Lastre Pavimentado	Regular Bueno
Macas-Ambato	231	Lastre Pavimentado	Regular Bueno
Macas-Puyo	130	Lastre Pavimentado	Regular Bueno
Macas-Baños	190	Lastre Pavimentado	Regular Bueno
Macas-Sucúa	24.1	Lastre	Regular
Macas-Logroño	46.1	Lastre	Regula
Macas-Riobamba	245	Lastre Pavimentado	Regular Bueno
Macas-Ibarra	479	Lastre Pavimentado	Regular Bueno
Macas-Salinas	595	Lastre Pavimentado	Regular Bueno
Macas-Manta	628	Lastre Pavimentado	Regular Bueno
Macas-Tena	208	Lastre Pavimentado	Regular Bueno
Macas-Loja	463	Lastre Pavimentado	Regular Bueno

Fuente: Guía turística de Macas.

CUADRO 16. Transporte aéreo

EMPRESA	DIRECCION	TELEFONO
TAME	Amazonas y Cuenca	0593 (07)2 702 162/ 978
ATESA	Amazonas y Cuenca	0593 (07)2 702 512
Aéreo Regional	Tarqui y Guamote	0593 (07)2 702 433
Aéreo Misional	Amazonas y Cuenca	0593 (07)2 700 142
Twin – FAE	Amazonas y Cuenca	0593 (07)2 700 142

Fuente: Guía turística de Macas.

Elaborado por: Roberto Chérrez (MINTUR, 2012)

1.7 Servicios básicos

1.7.1 Agua

El 95% de la población del área urbana de Santiago, cuenta con el servicio de agua entubada y clorada. Solo el 52% tiene conexión dentro del domicilio. En el área rural el 37% recibe el servicio de agua entubada, aunque solo el 18% tiene conexiones dentro del domicilio. El 63% de las comunidades rurales utiliza el agua en las vertientes, ríos o acequias.

En la parroquia de San José de Morona el 63% de la población urbana cuenta con el servicio de agua entubada. Solo el 11% tiene conexiones dentro del domicilio. En el área rural sólo el 9% tiene el servicio de agua entubada y ningún domicilio tiene conexión de agua en su interior. El 91% del sector rural consume agua de las vertientes, ríos o acequias. (Chumpi, 2006, pág. 51)

1.7.2 Alcantarillado

La cobertura de alcantarillado, a nivel cantonal, es del 20%. En Santiago, la cobertura es del 74% en el área urbana y el 6% en el área rural. En San José de Morona la cobertura de alcantarillado es mínima. Esta equivale a 3% en el área urbana y 0% en el área rural.

Las descargas de aguas servidas se efectúan directamente hacia las quebradas y al río Santiago. La población está en contacto directo con esas aguas lo cual es peligroso para su salud. (Chumpi, 2006, pág. 51)

1.7.3 Energía eléctrica

El servicio de energía eléctrica es generado en Santiago por la represa hidroeléctrica Kushapuk que da servicio las 24 horas. El 20% de la población rural cuenta con plantas a diesel y gasolina. El 2% de las comunidades tienen paneles solares. En la parroquia Santiago el 90% de la población urbana cuenta con el servicio eléctrico con las instalaciones debidamente adecuadas.

En la parroquia San José de Morona solo el 10% del sector urbano cuenta con el servicio de generador de energía eléctrica y solamente el 0,5% de la población rural tiene este servicio. (Chumpi, 2006, pág. 53)

1.7.4 Telefonía

Inicialmente existían en el cantón cabinas telefónicas de Pacifictel, la línea telefónica del Gobierno Municipal y las del batallón de selva 61. Ahora también se dispone de Internet. (Chumpi, 2006, pág. 53)

1.8 Contexto turístico cantonal

La provincia de Morona Santiago tiene doce cantones. Uno de ellos, Tiwintza, fue reconocido como tal el 23 de Octubre del 2002. Tiene una extensión de 1133 kilómetros cuadrados que equivale a 0.44 % del territorio nacional. Su cabecera cantonal es la ciudad de Santiago y limita al norte con los cantones Logroño y Morona, al suroeste con el cantón Limón Indanza, al sureste con la república de Perú y al oeste con el cantón Santiago de Méndez. (Grupo Faro, 2011, pág. 4)

Existe un creciente interés por parte del municipio y de las organizaciones sociales no gubernamentales para impulsar el desarrollo turístico sostenible en la zona tomando en cuenta que el cantón cuenta con todos los recursos naturales y culturales que busca el turista nacional y extranjero. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 1)

Las riquezas eco turísticas de la zona son grandes; lamentablemente la falta de infraestructura hotelera dificultan el desarrollo del recurso turístico. Los paisajes, la biodiversidad y las zonas de interés histórico forman parte del potencial de la oferta turística del sector y, en poco tiempo, podría constituirse en un rubro importante para el desarrollo económico de ese sector. (Chumpi, 2006, pág. 33)

En el cantón se puede apreciar una gran diversidad de flora y fauna en el bosque húmedo de montañas en la parte alta y bosque tropical húmedo en las llanuras bajas y playas de sus ríos y lagunas. Está rodeado de los ríos Morona, Santiago, Yaupi, Mangosiza, Kushis, Cangaime,

Chapis y otros. Entre los atractivos están: Laguna de Ayauch, Pitiu, Conchas, Monge, La Crea y La Negra. Cascada de Kushis, Chinkianas y Waje. Cueva de Tayuntz, los Tayos, Loros y Golondrinas. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 1)

Se estima que la afluencia de turistas al cantón Tiwintza en el año 2010 fue de 700. Se estima que un 5 % eran extranjeros y el 95 % eran militares y familiares de militares y compañías de construcción. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 1)

Actividades complementarias al proyecto “Fomento del Turismo Comunitario en la Micro cuenca del río Kushapuk” (necesarias para su factibilidad)

Propuesta de un lugar alternativo para el Centro de turismo comunitario de Kiim

Existe la propuesta de un lugar alternativo para el proyecto debido a los inconvenientes presentados: varios factores ambientales en el área de terreno destinada para la construcción de la obra civil del CTC de Kiim son adversos para la sostenibilidad del proyecto. Desafortunadamente la comunidad de Kiim no dispone de otro terreno por lo que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza adecuó el sitio mediante la construcción de un muro de contención y un terraplén. Esto ocasionó retraso en la obra civil. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 3)

Propuesta para la adquisición e implementación de dos canoas en la Laguna de Kushapuk

La adquisición de 2 canoas para la laguna Kushapuk está contemplada dentro del proyecto por un monto de 600 dólares. Este valor fue aportado por el gobierno autónomo descentralizado

municipal de Tiwintza. El contrato vencía los primeros días del 2012. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 5)

Curso de inglés básico orientado a fortalecer el turismo comunitario

Este curso se llevó a cabo en las comunidades de Kushapuk y Kiim como una actividad complementaria para fortalecer el proyecto. Se hizo con la cooperación del SECAP. 50 personas fueron capacitadas con un aporte de 1000 dólares por parte de esta entidad. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 4)

Propuesta para la implementación de señalización para los centros de turismo comunitario de Kushapuk y Kiim

El valor presupuestado es de 1500 dólares. Actualmente se encuentra en proceso de contratación. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 4)

Actividades (no presupuestadas) pero que incurrieron en gastos e inversión

Carnaval cultural y turístico Tiwintza 2011

 Monto referencial: USD\$ 5.200,00

 Aporte GADMT: USD\$ 5,200.00

Adecuación Balneario del Río Chichis (USD\$ 2.500,00)

Programa Carnaval Cultural y Turístico Tiwintza (USD\$2.700,00)

El 4 de marzo se celebró el Carnaval, cultural y turístico para incentivar la actividad turística del cantón, fomentar la cultura y dinamizar la economía. Se realizó en el balneario del río Chichis. Tuvo gran acogida por parte de los pobladores del cantón y visitantes de los cantones aledaños.

Para ello se adecuó el Balneario del río Chichis para tener un balneario natural apto para este tipo de eventos. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 5)

Perfil para el “Plan de Señalización Turística para la vía Interoceánica Méndez – San José de Morona del Cantón Tiwintza”

El objetivo del Plan Integral de Señalización es facilitar el acceso a los turistas y visitantes a los recursos y servicios turísticos ubicados a lo largo de la vía transoceánica y lugares conexos a ésta para mejorar la competitividad del sector turístico del Cantón Tiwintza. Estas señales tienen la finalidad de referenciar los bienes turísticos del cantón y contribuir a la creación de una imagen de destino.

Los elementos de señalización de este proyecto son vallas, letreros orientadores, mapas, tótems verticales, entre otros. Estos serán ubicados en sitios estratégicos.

El proyecto abarca la vía Interoceánica Méndez - San José de Morona y sitios de interés turístico conexos a la misma. Cubre a las poblaciones de Patuca, Yuquianza, Suritiak, Waje, Tayuntz, Palomino, Yapapas, Santiago, Chichis, San Miguel, Peñas, Frontera, Jenpekat, Shaimi, Shakaim, Puerto Morona, Puerto Kashpaim y San José. Es decir incluye toda la RUTA TURISTICA AMAZONICA (SANTIAGO - TIWINTZA) que forma parte del corredor

Eco turístico de Morona Santiago. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 5)

Este perfil fue presentado a la Coordinación Provincial del Ministerio de Turismo para que lo considere dentro del presupuesto del 2012. Tiene una ejecución del 0 %. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 5)

Portal de ofertas turísticas del cantón Tiwintza “pagina web turismo.com”

 Monto referencial: USD\$ 2,700.00

 Aporte GADMT: USD\$ 2,700.00

Se busca desarrollar un portal interactivo de información y reservas turísticas en inglés y español para brindar información de calidad. Existe la posibilidad de entablar alianzas estratégicas, crear un espacio de igualdad entre empresarios y agrupaciones comunitarias.

La página web tendrá directorios completos (alojamiento, restaurantes y operadores turísticos, mapas, búsquedas múltiples por sitios de interés turístico y motivaciones de turismo. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 6)

Objetivos:

- Atraer a nuevos segmentos de mercado.
- Consolidar la imagen como cantón ecológico y Turístico

- Crear oportunidades de cooperación bajo un modelo de gestión público y privado en el campo del e-marketing de los productos turísticos de Tiwintza.
- Potenciar las ventas de los productos turísticos.
- Se ha diseñado y elaborado el 100 % del portal; sin embargo, su alimentación y actualización es del 60 %. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 6)

Promoción Turística para el cantón Tiwintza (FAM PRESS)

 Monto referencial: USD\$ 192.64

 Aporte GADMT: USD\$ 192.64

Este evento fue organizado por el GADMT y el MINTUR para dar a conocer a los agentes de viajes y periodistas acerca del potencial turístico que tiene Tiwintza, recibir opiniones de los especialistas en turismo, promocionar éste cantón como nuevo destino turístico y ecológico y reproducir las experiencias de viaje de forma directa y detallada. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 6)

RESULTADOS ESPERADOS /METAS

- Incrementar la demanda turística en un 10% anual
- Crear en la mente del consumidor potencial una imagen de destino. El destino Tiwintza Ecológico y Turístico.

- Crear conciencia en la población en general sobre el potencial turístico que posee el cantón.
- Se logró promocionar el potencial turístico del cantón en la revista Viajes & Turismo. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 6)

Formulación, diseño e impresión del material turístico promocional del cantón Tiwintza

 Monto referencial: USD\$ 1,388.00

 Aporte GADMT: USD\$ 1,388.00

“El diseño e impresión del material turístico promocional del cantón Tiwintza” se realizó por disposición del alcalde Lic. Bosco Unkuch para promocionar los atractivos turísticos a través de material promocional (papelería) en la Feria Agrícola, Ganadera, Turística, Artesanal y Gastronómica y otros eventos organizados por el aniversario de cantonización de Tiwintza. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 7)

CUADRO 17. Descripción del material turístico promocional del cantón Tiwintza

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1000	Guía tipo plegable 40 x 60 cm en couché de 115gramos, impresión full color ambos lados con UV grafados, troquelados y doblados.	0,54	540,00
500	Afiches tamaño A2 en couché de 115 gramos. Full color con UV.	0,44	220,00
2	ROLL UP con banner impreso full color de 0, 80 x 2 metros.	72,00	144,00
2	Lonas impresas full color con tubo superior e inferior con ojales para instalar de 3 x 2 metros.	62,00	124,00
500	Carpetas impresión en un lado en cartulina plegable punto 12 con UV. Incluye bolsillo full color.	0,72	360,00
		Subtotal	1.388,00
		Total IVA 0%	-
		Tarifa IVA 12%	-
		TOTAL	1.388,00

Fuente: (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, Informe Pormenorizado 2011, 2011)

Otras actividades (no presupuestadas) que no incurrieron en gastos

Programa de socialización

Se realizaron 4 exposiciones sobre la actividad Turística y sus ventajas para el aprovechamiento adecuado de los Recursos - Turismo Sostenible en las siguientes comunidades:

- Mayaik
- Comunidad de Pitui
- Comunidad de Tarimiak
- Laberinto de Peñas

Estas fueron solicitadas por los síndicos y autorizadas por el Alcalde del cantón. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011)

Facilitación de la información referente al turismo para la elaboración del Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Tiwintza

Todo lo referente a la oferta y demanda turística, proyecciones de llegadas de turistas según datos históricos, la planta turística y la imagen turística del cantón. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 8)

Propuesta para implementar señalización en el dique del río Chichis

No se implementó por falta de presupuesto. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 8)

Facilitación de información requerida por el Ministerio de Turismo

- 10 puntos georeferenciados para la implementación de señalética turística (Tótems) dentro del Cantón Tiwintza
- Información para Guía Turística.

TOTAL INVERSIÓN PREVISTA PARA TURISMO USD\$ 150,416.19

- PLAN BINACIONAL USD\$89,838.26
- SECAP USD\$2,000.00
- MINTUR USD\$1,200.00
- GADMTUSD\$57,378.03
- Valor devengado USD\$130,099.49 igual a 86.5%
- Saldo por devengar USD\$ 20,316.80 igual a 13.5% (MINTUR, 2012)

El saldo por devengar corresponde a Equipamiento, Señalización y Promoción del Proyecto de Turismo Comunitario. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 8)

1.8.1 Afluencia de turistas al cantón Tiwintza

Según el Plan de Desarrollo Turístico de Morona Santiago 2009, se puede notar que en ese año 9302 turistas nacionales visitaron la Provincia, de los cuales el 5% visitó el cantón Tiwintza (es decir 465 turistas). De igual forma y en ese mismo año arribaron 1664 turistas extranjeros a Morona Santiago, y apenas el 5% visitó el cantón Tiwintza (83 turistas).

Se ha considerado también la afluencia de visitantes de los cantones aledaños a Tiwintza, así se tiene que 3013 personas realizan turismo interno fuera de sus jurisdicciones y de estos el 3% visitan el Cantón Tiwintza (90 personas).

El número de turistas que visitan Tiwintza es de 638 al año con un crecimiento estimado del 5 % anual. El 70% de ellos se alojan en hoteles y residenciales de Santiago, las demás personas llegan a sus departamentos o habitaciones fijas o donde familiares, amigos del Batallón. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 17)

CUADRO 18. Turistas que visitan el cantón Tiwintza

PROCEDENCIA DE TURISTAS	AFLUENCIA ANUAL DE TURISTAS		
	2009	*2010	*2011
TURISTAS NACIONALES QUE LLEGAN A LA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO	9302	9767	10255
TURISTAS NACIONALES QUE LLEGAN A TIWINTZA (5 % DEL TOTAL DE MORONA SANTIAGO)	465	488	513
TURISTAS EXTRANJEROS QUE LLEGAN A LA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO	1664	1747	1835
TURISTAS EXTRANJEROS QUE LLEGAN A TIWINTZA (5% DEL TOTAL DE M.S.)	83	87	92
TURISTAS QUE REALIZARON SUS VIAJES EN LA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO HACIA CANTONES ALEDAÑOS	3013	3163	3321
TURISTAS QUE LLEGAN DE LOS CANTONES ALEDAÑOS A TIWINTZA (3%)	90	95	100
TOTAL TURISTAS QUE VISITAN EL CANTÓN Tiwintza	638	* 670	*704

Fuente: Plan de Desarrollo del Sector Turístico de Morona Santiago, 2009.

1.9 Contexto turístico provincial

En el contexto turístico nacional, Morona Santiago ha ocupado un papel secundario que ha relegado su avance incluso dentro de la región amazónica. Los esfuerzos por mejorar el turismo en esta provincia no han sido suficientes o han carecido de una planificación detallada que especifique las acciones a realizar y de un seguimiento de su estado y evolución. (Ministerio de Turismo de Morona Santiago y Estudio Consulting)

Algunas de las causas de esta situación están relacionadas al descuido de las autoridades nacionales, la falta de iniciativas públicas y privadas, el empirismo en los proyectos realizados, poco profesionalismo de los recursos humanos, mala conectividad con otras provincias, escasa promoción turística y escaso desarrollo de productos turísticos competitivos. (Ministerio de Turismo de Morona Santiago y Estudio Consulting)

De los 254 lugares considerados atractivos con potencial para realizar actividades turísticas solamente el 4 % son explotados con ese fin. Esto se debe a una falta de ordenamiento y planificación de la actividad que impide su oferta efectiva. (Ministerio de Turismo de Morona Santiago y Estudio Consulting)

Un factor importante en la escasa generación de nuevos productos turísticos que alcancen la distinción comercial requerida y se puedan poner a consideración de los mercados es la falta de iniciativas públicas y privadas. Esto se debe a la deficiente conectividad de la provincia con el resto del país ya que esto repele a inversionistas que no ven garantías en el éxito de sus emprendimientos. Esto se puede evidenciar en el hecho de que del total de turistas encuestados aproximadamente el 47 % considera la dificultad de acceso a la provincia como un factor disuasivo para una visita futura. (Ministerio de Turismo de Morona Santiago y Estudio Consulting)

Los productos turísticos hasta hoy explotados en la provincia son:

- Parque Nacional Sangay
- Río Upano
- Nacionalidades Shuar, Achuar y Macabeo
- Aviturismo
- Turismo científico
- Turismo de aventura
- Turismo Shamánico
- Turismo Vivencial

El más importante de estos productos es el Parque Nacional Sangay que posee el status de Patrimonio Natural de la Humanidad y tiene la categoría A por su capacidad de atracción tanto a turistas nacionales como internacionales. (Ministerio de Turismo de Morona Santiago y Estudio Consulting)

El proceso de desarrollo de la actividad turística en la provincia es de largo plazo y ya se han propuesto algunos proyectos para el aprovechamiento de rutas y productos que no se explotan actualmente. (Ministerio de Turismo de Morona Santiago y Estudio Consulting)

1.9.1 Afluencia de turistas en Morona Santiago

Para el año 2009 se esperaba que el flujo de turistas hacia la provincia sea de 129245 en un escenario conservador y en un escenario optimista de 191540. La mayor parte de turistas que llegan a Morona Santiago son nacionales y pocos son los turistas extranjeros. A partir de una muestra obtenida se puede establecer que el 93 % de turistas son nacionales, el 3.3 % proceden de Estados Unidos y el resto se distribuyen en países como España, Alemania, Brasil, Holanda, Inglaterra, Italia y Perú. Los turistas nacionales proceden principalmente de ciudades como Quito, Guayaquil y Cuenca. (Ministerio de Turismo de Morona Santiago y Estudio Consulting)

1.10 Contexto turístico nacional (Ecuador-Perú)

En el Cantón Tiwintza existe un proyecto denominado Fomento del Turismo Comunitario en la micro cuenca del río Kushapuk el mismo que se ejecuta como parte del Plan Binacional Ecuador- Perú. El propósito de este proyecto es que los habitantes de las comunidades de la micro cuenca cuenten con centros turísticos equipados e implementados que brinden todas las facilidades para recibir turistas nacionales y extranjeros. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 4)

Para este proyecto se cuenta con 122.978,26 dólares. Plan Binacional y El Fondo Binacional para la Paz y el Desarrollo de la Región Fronteriza aportarán con 89.838,26. El Gobierno Municipal de Tiwintza aportará con USD\$ 33.140,00. El plazo de ejecución y cumplimiento del contrato es de 7 meses. Un total de 447 personas serán beneficiadas ya que podrán aprovechar mejor sus recursos naturales y culturales. El proyecto se está implementando en las

comunidades de Kushapuk y Kiim. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 4)

Lamentablemente la ejecución del proyecto está paralizada debido a varias dificultades.

1.11 Matriz FODA

1.11.1 Fortalezas.

- Zona estratégica para la creación de polos de desarrollo turístico y ambiental en base a sus atributos naturales y culturales.
- Alta biodiversidad en espacios reducidos.
- Presencia de espacios para el desarrollo de comercios y turistas.
- Excelente gastronomía típica.
- Buena accesibilidad. Vía Méndez-Morona asfaltada y en buen estado. Existe pista de aterrizaje con pista asfaltada. Vía fluvial para movilidad interna del cantón mediante los ríos Yaupi, Santiago y Morona.
- Comodidad en el transporte. Buses interprovinciales son amplios, algunos poseen aire acondicionado, asientos cómodos. Son limpios. Los viajes no son muy cansados. El transporte terrestre es regular.

1.11.2 Debilidades

- El potencial turístico del cantón no está adecuadamente gestionado y aprovechado por entes del sector público y privado.
- Falta de servicios turísticos (transporte, alojamiento, guías de viajes, tour operadoras, guías bilingües especializados, entre otros).
- Mala calidad de planta hotelera y baja capacidad de alojamiento (por ej.: no todos los establecimientos hoteleros cuentan con agua caliente).
- El comercio informal y desordenado genera problemas ambientales.
- No hay remediación ambiental.
- No existe información turística suficiente.
- No existe agua potable en el cantón.
- Mala calidad en el servicio que prestan los restaurantes. No cumplen con todas las normas de calidad. No existe variedad de comida (internacional, vegetariana). El servicio no está disponible la mayor parte del tiempo.
- No existe buena señalización para el acceso y disfrute de todos los atractivos.
- Poca difusión del Cantón Tiwintza.

- El cantón Tiwintza no está consolidado aún como un producto turístico y por lo tanto no está integrado a la actual promoción que realiza el gobierno provincial de Morona Santiago y el Ministerio de Turismo.
- Falta de coordinación y cooperación interinstitucional entre sector público y privado a nivel cantonal, provincial y nacional.
- Poca colaboración por parte de la nacionalidad Shuar debido a la falta de socialización con entes de turismo.
- Escaso reconocimiento de las cualidades diferenciales turísticas de la zona y de la necesidad de contar con opciones de desarrollo económico y social por parte de los habitantes del cantón.
- Situación histórica negativa para la imagen del cantón.
- Baja conectividad aérea de la zona.
- Falta de iniciativa del sector privado para promover la expansión del turismo en la zona.
- Pocas iniciativas de turismo ecológico y etnocultural en el cantón.
- Falta de un sistema de información que permita evaluar, prevenir y reducir el impacto negativo de las actividades económicas en las áreas de importancia ecológica y cultural.

- Poca inversión pública y privada en infraestructura turística.

Posibles soluciones:

- Configurar productos turísticos de calidad dirigidos a un segmento de mercado específico que satisfagan sus necesidades, gustos o preferencias. Es decir se debe generar una propuesta de valor atractiva y adecuada a las necesidades de un determinado público objetivo y facilitar el acceso a través de un sistema de ventas, comunicación y distribución eficiente.
- Incrementar los servicios turísticos que se ofrecen en el cantón y mejorar los que ya existen a través de una adecuada planificación. Se debe realizar un análisis FODA de la oferta turística actual que permita tomar decisiones acertadas para el desarrollo de los servicios turísticos.
- Realizar un análisis de la calidad del servicio hotelero en Tiwintza para poder determinar sus principales falencias y así poder tomar los correctivos necesarios.
- El municipio de Tiwintza debe regularizar y ordenar el uso del espacio público.
- El ministerio del ambiente debe hacer respetar la normativa ambiental vigente a fin de poder cumplir con sus objetivos estratégicos institucionales.
- Crear una oficina de información al turista “ITUR”.
- Construcción de una red de agua potable y alcantarillado sanitario.

- Realizar un estudio de señalización turística en Tiwintza que permita proponer un sistema que sea útil para los visitantes y que contribuya a mejorar la imagen del cantón.
- Ofertar propuestas de valor que puedan satisfacer las necesidades de los turistas potenciales y así poder promocionar el cantón Tiwintza tanto a nivel local como nacional.
- Ofertar propuestas de viaje de calidad estructuradas desde los recursos y las facilidades turísticas para que Tiwintza pueda ser integrado a la actual promoción que realiza el gobierno provincial y el Ministerio de Turismo.
- Sensibilización y capacitación de los miembros de la nacionalidad Shuar para que colaboren con el desarrollo del turismo en la zona y a la vez puedan mejorar su situación socioeconómica.
- Sensibilización y concienciación de los habitantes de Tiwintza para que vean en el turismo una oportunidad de desarrollo socio-económico.
- El municipio debería iniciar una campaña informativa a nivel nacional que dé a conocer la situación actual real de Tiwintza y cambie la imagen que tiene la gente como sitio histórico de guerra.
- Gestionar y brindar las condiciones necesarias para que existan vuelos directos desde las principales ciudades hacia Tiwintza.

1.11.3 Oportunidades

- El gobierno ecuatoriano busca la consolidación del turismo sostenible en la zona sur del país como motor productivo del desarrollo económico y social de la nación.
- Es un objetivo principal del Ministerio de Turismo coordinar esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible en el Ecuador.
- Existe un interés por parte del MINTUR en capacitar a los actores de la actividad turística a nivel nacional
- Creciente interés en actividades turísticas relacionadas con el interés por la naturaleza y por el conocimiento de culturas diferentes.
- Posibilidad de acuerdos con diferentes organismos del sector público y privado y ONG
- Creciente intercambio comercial y turístico entre Ecuador y Perú
- Posibilidad de capacitar a las personas en materia administrativa y ambiental comunitaria.
- Creciente interés en el turismo ecológico por parte de los turistas.
- El turismo de naturaleza y comunitario puede generar nuevas oportunidades de desarrollo para la gente local.

1.11.4 Amenazas

- Presencia de minas antipersonales en zonas delimitadas e inaccesibles al turismo
- Ampliación de la frontera agrícola.
- Deterioro ambiental por la actividad minera y agrícola.
- Asentamientos poblacionales no controlados.
- Disminución de apoyo financiero y técnico para cumplir con metas y objetivos.
- Riesgo de pérdida de áreas ecológicas por aumento de la población.
- Aumento de la delincuencia por falta de seguridad.
- Comunidad Shuar no permite el ingreso de guías que no sean nativos.
- Turistas corren el riesgo de ser capturados por miembros de la comunidad Shuar si van solos.
- Creencias equivocadas. Algunos Miembros de la comunidad Shuar creen que los turistas americanos son corta cabezas.

CAPÍTULO II

2. TURISMO EN EL CANTÓN TIWINTZA

2.1 Principales atractivos turísticos del cantón Tiwintza

La siguiente clasificación está basada en la Metodología para inventario de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo y Cetur de Marzo de 1993.

2.1.1 Manifestaciones culturales

2.1.1.1 Etnografía

2.1.1.1.1 Grupos étnicos

Shuar

De acuerdo a la información que consta en el mapa de las Asociaciones del Territorio Shuar Arutam del año 2009 es importante mencionar que el cantón Tiwintza está dentro de lo que corresponde a la Asociación Santiago que es una de las asociaciones de dicho territorio. Las asociaciones del pueblo Shuar Arutam son: Arutam, Mayaik, Nunkui, Santiago y Sinip. (Fundación Natura, 2010, pág. 139)

El pueblo Shuar Arutam se estableció en el año 2001 por varios líderes de distintos centros Shuar y legalizado posteriormente por el Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador (CODEMPE) en el año 2006. Este reconocimiento fue como organización social indígena más no como gobierno territorial. También se legalizó su estructura organizativa, el Consejo de Gobierno del Pueblo Shuar Arutam. Los proyectos correspondientes a este proceso desde finales del 2006 se adaptaron al Plan de Vida Shuar. Se trató aspectos del modelo económico social que los Shuar buscan construir y se fortaleció algunos elementos tradicionales y prácticas ya existentes. (Fundación Natura, 2010, págs. 32, 33)

Su población es de aproximadamente 6000 habitantes según el censo realizado entre los años 2005 y 2008. Su superficie es de aproximadamente 200.000 hectáreas. Las asociaciones se agrupan a 45 centros. Cada asociación está encabezada por un presidente y cada centro está dirigida por un síndico y un pequeño equipo de asesores y facilitadores políticos de los centros de asociaciones. (Fundación Natura, 2010, pág. 32)

Su gestión está dividida en ocho áreas de trabajo: territorio, gobernanza, educación, salud, agropecuario, forestal, caza-pesca y comunicación-energía. Las autoridades son designadas por asambleas generales para dirigir la planificación y actividades de cada una de las áreas. Todas estas actividades están basadas en el Plan de Vida Shuar cuyo objetivo es asegurar la integridad de las personas, su cultura y la naturaleza para un mejoramiento permanente de la vida en este territorio. Los temas fundamentales de recuperación y sostenimiento de la cultura Shuar son: la tradición de conocimientos y espiritualidad en las huertas Shuar; el sostenimiento del bosque y el uso de instrumentos tradicionales en la cacería y pesca; el equilibrio hombre- naturaleza en la recolección de las tradiciones e historias Shuar; las formas de aprendizaje concreto y operativo desde las familias y en relación con los recursos naturales y las formas de autoridad y respeto entre familias. (Fundación Natura, 2010, pág. 33)

2.1.1.1.2 Manifestaciones religiosas, tradiciones y creencias populares

Matrimonio en la comunidad Shuar

El Shuar contrae matrimonio por tres razones principales: ganar prestigio dentro de su grupo, para ampliar su fuerza productiva y para reproducción de su tejido social.

El matrimonio se realiza entre primos cruzados, es decir los tíos hermanos de la madre y las tías, hermanas del padre, están obligadas a entregar sus hijas como cónyuges para los sobrinos. Mientras que a las tías, hermanas de la madre y a los tíos, hermanos del padre les está absolutamente prohibido entregar los hijos a los sobrinos, pues es tabú el matrimonio entre primos paralelos, por ser considerados hermanos entre sí. (Chumpi, 2006, pág. 59)

Para la alianza matrimonial entre los Shuar existen los siguientes factores:

- La simpatía entre los novios
- Las cualidades del futuro compañero
- Poder y prestigio del cónyuge masculino y sus familias
- Cooperación y alianza
- Profesión y empleo

Es permisible para los jóvenes Shuar contraer matrimonio con personas de otros grupos sociales lo que podría significar la desaparición de la cultura Shuar en el futuro. (Chumpi, 2006, pág. 60)

Creencias y Supersticiones:

El Shuar cree en el principio del bien conocido como “YUS” al cual no temen porque es bueno y en el principio del mal conocido como “YHUANCHI” al cual temen y no hay que molestar para no provocar sus vejámenes. Creen en la brujería, la predicción del futuro y las revelaciones de presuntos enemigos a través de la comunicación con el “Yhuanchi”. Creen que este es el que enseña y da la preparación a los brujos para las curaciones de las enfermedades y para los influjos maléficos. El “Yhuanchi” ordena y dirige las represalias belicosas en contra de los presuntos enemigos del Shuar. (Allioni, 1978, pág. 222)

La mayor superstición del Shuar es la del poder del Brujo “Huisin” que piensan que cura las enfermedades después de haber ingerido un narcótico llamado “Natem”. Si el enfermo sana el brujo podrá obtener sus honorarios a voluntad y si muere el culpable es otro brujo que desde lejos causo la muerte del enfermo por envidia. (Allioni, 1978, pág. 222)

Creen en el “mal de ojo”, tienen miedo al hechizo y la mirada siniestra de un Shuar que no conocen porque creen que es un brujo. (Allioni, 1978, pág. 222)

No comen carne de vaca para que no les nazcan cuernos ni carne de venado por creen que en la antigüedad el “Yhuanchi” se encarnaba en este animal, la carne del tapir les puede debilitar. (Allioni, 1978, pág. 222)

Mitos Shuar

Kujancham: personaje que por su curiosidad sobre la luna sufrió el chamusque de sus pelos. Se dice que desde entonces las manchas lunares son consecuencia de ese acto.

Nunkui: ser divino en forma de niña. Apoyó la práctica de la horticultura de la yuca, papachina, camote, pelma. Brindó fecundidad a las mujeres Shuar. Se dice que hoy vive en la tierra propinando la fertilidad de la misma.

Arutam: dios supremo que vive en las cascadas sagradas de la selva.

Shakaim: brinda fuerza y enseñanza en el trabajo. Vive en el agua.

Etsa: es Arutam que sale del río para apoyar en la caza. Es el señor de los animales de la selva. Da la fuerza para cazarlos.

Tsunk: es el dueño de las aguas. Enseña técnicas y plegarias para la pesca. Da poderes a los shamanes.

Ayupan: el señor de la vida y la muerte. (Gobierno autónomo descentralizado municipal de Limón Indanza y Gobierno Parroquial de Yunganza-El Rosario, 2011, pág. 15)

Ritos Shuar

Nuajemtumu: cuando las chicas menstrúan por primera vez se realiza una ceremonia especial. Una anciana muy respetada le limpia y lava sus partes íntimas mientras entona un canto. Para terminar este acto le ofrece un tabaco como símbolo de entrega del poder y la fuerza para llevar una vida correcta. (Gobierno autónomo descentralizado municipal de Limón Indanza y Gobierno Parroquial de Yunganza-El Rosario, 2011, pág. 23)

La purificación en las cascadas: muchos de los ancianos Shuar están convencidos que quienes beben alcohol pierden su fuerza y valor. Ellos por el contrario se van a una cascada en donde ayunan y beben un cocido de tabaco, floripondio (maikiua) o natem. Durante la meditación se le presentan visiones del pasado, presente y futuro para purificarse, fortalecerse y poder enfrentar los conflictos y guerras entre pueblos. (Gobierno autónomo descentralizado municipal de Limón Indanza y Gobierno Parroquial de Yunganza-El Rosario, 2011, pág. 23)

El rito del Uyush: se dice que existieron dos ancianos de nombre Unuo y Pauch que se habían convertido en oso perezoso o perico ligero. Es por eso que cuando matan a este animal proceden a realizar la ceremonia de la Tzanza con todo el ritual de cantos y bailes pues se creía los dos ancianos se habían reencarnado en estas criaturas. (Gobierno autónomo descentralizado municipal de Limón Indanza y Gobierno Parroquial de Yunganza-El Rosario, 2011, pág. 24)

2.1.1.1.3 Artesanías

Estas son realizadas por las personas de la nacionalidad Shuar. Para ello utilizan productos silvestres forestales o animales como pepas, semillas, fibras, plumas y lo complementan con mullos. Estos productos son escasos y solo se puede conseguir en algunos hogares.

También se tallan lanzas a base de chonta y se elaboran implementos tradicionales que se usan en ritos y actividades culturales de música y danza. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 13)

FOTO N°3
ARTESANÍAS SHUAR



Fuente: GADMT

2.1.1.1.4 Shamanismo: medicina natural Shuar

El Shamanismo está ligado a la medicina natural. Es practicada en su mayoría por hombres, quienes deben prepararse física y espiritualmente para llegar a ser UWISHIN. Un shamán es un experto en medicina natural. Esta encargado de curar enfermedades, conceder gracias y apoyar a la convivencia armónica con la naturaleza. Las plantas más utilizadas por los shamanes son: Natem (ayahuasca), mikiut (guanto), tsank (tabaco), chirikiasip, yaji, parapra. (MINTUR, 2012)

El buen shamán debe ayunar previamente (algunos lo hacen un día, dos días o una cena). Luego proceden a beber la ayahuasca o tabaco en cantos y rituales para purificarse de cualquier energía negativa que pueda interrumpir la curación. Los shamanes utilizan todo su poder para curar enfermos agonizantes. Al ingerir el natem y el tabaco se producen visiones que les guían a los shamanes como curar al paciente. (Gobierno autónomo descentralizado municipal de Limón Indanza y Gobierno Parroquial de Yunganza-El Rosario, 2011, pág. 15)

Uno de los remedios más eficaces es el natem ya que al beber una porción de este brebaje se curan muchos males y se expulsa toda la maldad espiritual.

También utilizan el piripri para curar las mordeduras de las serpientes. El jengibre se usa para aliviar molestias estomacales. El escancel se utiliza para hinchazones en el estómago sobre todo después del parto. El guanto se usa para aliviar golpes y fracturas. (Gobierno autónomo descentralizado municipal de Limón Indanza y Gobierno Parroquial de Yunganza-El Rosario, 2011, pág. 15)

La manteca de culebra se utiliza para cicatrizar heridas así como también sachapalma, floripondio, el musgo de los árboles, la cascara de yumbingo y el palo de balsa quemado.

Los partos son atendidos por los esposos utilizando hierbas y medicamentos del medio. La recuperación luego de dar a luz está a cargo de las mujeres y reposan de cinco a quince días únicamente para luego seguir con sus actividades normales. (Gobierno autónomo descentralizado municipal de Limón Indanza y Gobierno Parroquial de Yunganza-El Rosario, 2011, pág. 15)

Para curar las diarreas utilizan el kunap. El ampar, el wambu (en sus frutos concentra un líquido lechoso) se utiliza como antiparasitario así como la leche de papaya.

También acostumbran a beber agua de guayusa la cual toman y luego vomitan para purificarse. (Gobierno autónomo descentralizado municipal de Limón Indanza y Gobierno Parroquial de Yunganza-El Rosario, 2011, pág. 14)

2.1.1.2 Acontecimientos programados

2.1.1.2.1 Fiestas

Fiestas Shuar

Las principales fiestas de los indios Shuar son la del tabaco, la de la yuca y la Tzantza las mismas que se celebran por diversos motivos tales como una buena cacería o pesca, el nacimiento de una criatura, el casamiento. (Allioni, 1978, pág. 188)

Uwi: se conoce como la Fiesta de la chonta. Representa el ciclo biológico de la planta *Bactris gasipaes*. La ceremonia empieza con la cosecha del fruto. Luego se elabora la chicha. Mientras esta se fermenta se entonan cantos y se danza. Este evento se realiza en el mes de mayo, época de cosecha. (MINTUR, 2012)

En Santiago, solo en las fiestas utilizan la indumentaria típica de la cultura Shuar. En las fiestas comunitarias la danza Shuar es practicada con frecuencia. La mujer Shuar danza saltando con los pies unidos y las manos cerca de la cintura, mientras el hombre Shuar la acompaña caminando frente a ella y alentando con instrumentos musicales como flautas (pinkui, péem, kantash, wájia, tumank) tambores, guitarra (kitiar), gritos rítmicos o silbidos. La mujer Shuar danza sola o en fila, codo a codo, con otras mujeres. Si el hombre tiene el makich amarrado a los tobillos practica diferentes modalidades de danza como son: japajantsemat, tuash, piriris, jempe, entre otros. Estos valores artísticos y culturales son practicados en el cantón. (Viajandox consultores, 2011)

Fiesta de la culebra: se desarrolla cuando alguna persona es picada por este reptil. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 13) Los preparativos se hacen

por separado tanto para los que han sido mordidos por la culebra como para los jóvenes y adultos. Se comienza preparando los alimentos. Luego se sirven al mismo tiempo y luego de forma individual. Después se sigue con la ceremonia y el baile que se prolonga de acuerdo a la disponibilidad de la chicha de palma. Si esta se acaba la fiesta debe concluir. Durante el baile nombran a las distintas especies de serpiente que existen. (Gobierno autónomo descentralizado municipal de Limón Indanza y Gobierno Parroquial de Yunganza-El Rosario, 2011, pág. 21)

La minga: es una verdadera fiesta en la comunidad Shuar. Se madruga a tumbar árboles y preparar el terreno para la siembra. Las jornadas duran hasta las 7 de la noche. Después de terminar el trabajo realizan una buena comilona. Matan un chancho mas los animales cazados por los jóvenes. Hay abundante chicha. Amanecen bailando solamente con tambores y tocando el pinkui. Las mujeres cantan, se ponen sus collares y bailan hasta la madrugada. Esta fiesta se realiza entre familiares y hermanos. (Gobierno autónomo descentralizado municipal de Limón Indanza y Gobierno Parroquial de Yunganza-El Rosario, 2011, pág. 20)

Fiestas de cantonización (23 de Octubre): en esta fecha se realizan la feria agropecuaria y turística, el desfile cívico y folklórico con participación de representantes de la comunidad Shuar. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, Inventario de atractivos turísticos del Cantón Tiwintza, 2011)

El 20 de Octubre del año 2012 se realizó la elección de la reina del cantón Estefanía Shakai.

Fiestas patronales de Santiago (25 de Junio)

Fiestas de Parroquialización de San José de Morona (Julio)

Fiestas de la comunidad de la Unión (Junio)

Fiesta de la Virgen del Cisne (Septiembre)

Las fiestas más significativas practicadas en el cantón Tiwintza son las siguientes:

- Fiestas de cantonización
- Fiesta de la Chonta
- Fiesta de la Culebra (Napimiamu)
- Aniversarios de las parroquias de San José de Morona y Santiago
- Elección de la Reina del Carnaval
- Festividades del Patrón Santiago
- Fiesta de la Virgen del Cisne

En las fiestas de cantonización sobresalen eventos como la feria agropecuaria y turística, elección de la Reina, el desfile cívico y folklórico con participación de los Shuar. (MINTUR, 2012)

2.1.1.2 .2 Gastronomía

Como muchos pueblos amazónicos la oferta gastronómica es tradicional. Está basada en carne de res, pollo y pescado, productos provenientes de la selva como carne silvestre de sahíno, guanta, guatusa, mono, danta, pescado y aves. Para que estos alimentos se conserve lo secan a la brasa. Generalmente se preparan en asados y caldos. (MINTUR, 2012)

Se complementa con variedades de peces y otros productos como larvas, hormigas de temporada. También se acompaña con palmito, yuca, papa china, plátano, ají y chicha de yuca, de chonta, de maduro. Los ayampacos, los caldos y asados son los platos típicos más representativos del cantón cuyo elemento esencial son los productos de la selva. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011)

Cabe recalcar que los Shuar basan su alimentación en la yuca, plátano, papa china, frutas silvestres y alimentos provenientes de la caza y la pesca. (MINTUR, 2012) Entre los platos y bebidas típicas tenemos:

La chicha de yuca

Es elaborada por las mujeres a través del proceso de cocción y fermentación. Se deja fermentar por un mínimo de tiempo de 24 horas. Este alimento es consumido durante las caminatas ya que brinda mucha energía a los integrantes de la comunidad Shuar. Se sirve en porros o pilches. También se la puede preparar a base de chota, pelma, plátano y camote. (MINTUR, 2012)

FOTO N° 4
CHICHA DE YUCA



Fuente: (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de El Pangui, 2012)

Ayampaco de mukiint

Mukiint es una larva de palmas. Se prepara en hojas de bijao o shiguango. También puede ser de pollo, pescado, vísceras y hualeques (ranas). Se lo cocina a la brasa y se acompaña con yuca, plátano, papa china, y guayusa. (MINTUR, 2012)

FOTO N° 5
AYAMPACO DE MUKIINT



Fuente: (GADMT, 2012)

2.1.2 Sitios naturales

2.1.2.1 Sistema de áreas protegidas

2.1.2.1.1 Parque Nacional Sangay

Es un sitio natural que forma parte del sistema de áreas protegidas. Oscila entre los 900 m.s.n.m. y 5319 m.s.n.m. Gracias a que posee distintos tipos de climas: templado-permanente húmedo, frío de alto andino, templado periódicamente seco y tropical lluvioso. Su temperatura fluctúa entre los 6 ° C y 25 ° c. Su precipitación pluviométrica va desde 500 a 4000 mm al año. Tiene una superficie de 502.1005, 03 hectáreas. El PNS tiene una riqueza biológica, ecológica, geológica y cultural inmensa sobre las estribaciones occidentales de la cordillera por lo que ha sido declarado Parque Nacional y Patrimonio natural de la humanidad por la UNESCO en el año de 1983. (MINTUR, 2012)

“El número de especies de mamíferos representa más del 50% de las especies de los bosques amazónicos tropicales del Ecuador; las especies de aves registradas aproximadamente se constituyen en un 43% de las especies y el 70% de las familias registradas en la Amazonía.”
(MINTUR, 2012)

Se pueden encontrar en esta área las siguientes especies endémicas: cuy silvestre (*Cavia aperea*) y la musaraña del Azuay (*Cryptotis montivaga*). Las especies de animales más comunes en el área son: lobo de páramo, cervicabra, oso de anteojos, danta de montaña, danta de la Amazonía, oso hormiguero, venados, mono aullador, machín, chichico, jaguar, puma, puerco espín, nutria gigante, guanta. Entre las aves se puede observar: patos de torrente y comunes, gaviota andina, curiquingue, y el majestuoso cóndor.

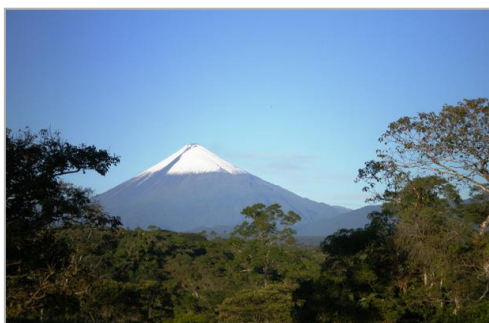
El Parque Nacional Sangay es una de las áreas protegidas con mayor biodiversidad en nuestro país debido a los siguientes factores: a) Predominancia, en el interior del parque, de cobertura vegetal 98,3%; b) Posee una continuidad florística desde los 1000 hasta los 4000 m.s.n.m.; c) Presenta aproximadamente la mitad de las formaciones ecológicas del país; d) La mayor parte de la superficie del PNS se encuentra en las vertientes orientales de los Andes; e) Posee gran cantidad de hábitats por la influencia de los volcanes.

En cuanto a flora se han determinado 165 especies entre las que sobresalen: Pumamaqui, Arrayán, Aliso, Olivo, Cedro, Laurel, Guayacán, Caoba y una gran variedad de orquídeas y bromelias.

Entre los atractivos que lo conforman están: Volcán Sangay (5230 m.s.n.m.), el mismo que se encuentra en constante actividad con presencia de fumarolas, erupciones y flujos de lava ardiente. Tiene un gigantesco cono en la cima, con tres profundos cráteres; el flujo de lodo que genera ha creado nuevos nichos ecológicos. Nevado el Altar (5319 m.s.n.m.).

Además se han identificado 327 lagunas, ciénegas y pantanos. (MINTUR, 2012)

FOTO N° 6
VOLCÁN SANGAY



Fuente: (Surtrek)

2.1.2.2 Ambientes lacustres

2.1.2.2.1 Lagunas

De Ayauch

Se encuentra en la comunidad de Kushapuk a 4.5 km de distancia desde Santiago. Se puede llegar en todo tipo de transporte. Se debe tomar la vía interoceánica Santiago-Méndez hasta llegar a Kushapuk y luego se toma a la izquierda el desvío que conduce a la laguna a unos 2 minutos.

Es de forma casi circular. Tiene un perímetro de unos 1125 metros y una profundidad máxima de 38 metros. Sus aguas son claras de un color verde azulado por el reflejo de la vegetación que hay a su alrededor. Es de tipo endorreico¹. Recibe las continuas precipitaciones de la zona. Posiblemente el cuenco de la laguna es de origen geológico.

Se puede realizar paseos en balsa o canoa, caminatas en la selva, observación de flora y fauna, fotografía. En el lugar se realizan ceremonias como la toma de la ayahuasca. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, págs. 4,14)

¹ No tiene alimentación de riachuelos ni salida

FOTO N° 7
LAGUNA DE AYAUCH



Fuente: GADMT

De Conchas

Está ubicada en Mayaik. Es parte de la fundación Nakunkit Amaru Amazónica. Esta laguna está asentada en el margen derecho del Río Santiago en relación su cauce. Se encuentra a 1.5 km de Santiago y a 2.5 km de Mayaik a unos 5 minutos a pie desde Nakunkit.

Tiene un ancho aproximado de 10 metros. Sus aguas son cristalinas por lo que se puede observar fácilmente el fondo pedregoso de la laguna. Su profundidad oscila entre 3 a 5 metros. Su nombre se debe a que se puede observar gran cantidad de conchas de distintos tamaños. También se puede observar pavas hediondas y pavas de monte.

Se puede realizar pesca deportiva, caminatas, observación de flora y fauna y fotografía. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 4)

FOTO N°8
LAGUNA DE CONCHAS



Fuente: GADMT

De Monge

Está ubicada junto a la vía interoceánica a 9 kilómetros antes de llegar a San José de Morona. Se encuentra a unos 3 km pasando el Puerto Morona en dirección sureste de la vía.

Tiene un largo aproximado de 300 metros. Sus aguas son de color negro. Se pueden observar especies de fauna como garzas (*Bubulcus ibis*), pavas (*Penélope purpurancens*), carpinteros (*Melanerpes pucherani*). Especies de flora como: Cedro (*Cedrella odorata*), Laurel (*Cordia alliodora*), Pambil (*Iriartea deltoidea*), Chonta (*Bactris gasipaes*), Guayacán (*Tabebuia crisanta* sp), Balsa (*Ochroma lagopus*), entre otras.

Se puede realizar pesca deportiva y observación de flora y fauna. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, Inventario de atractivos turísticos del Cantón Tiwintza, 2011, pág. 5)

FOTO N°9
LAGUNA DE MONJE



Fuente: GADMT

Negra

Se encuentra ubicada a 1 km del puerto Morona junto a la vía interoceánica. Para llegar allí se puede utilizar todo tipo de transporte. Desde Santiago se toma la vía interoceánica Santiago – San José de Morona. El nombre se debe al color de sus aguas. Alberga especies de animales como lagartos, caimanes y pirañas. Se puede hacer caminatas, observación de aves y fotografía. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 5)

FOTO N° 10
LAGUNA NEGRA



Fuente: GDMT

Pituu

Se encuentra en la comunidad de Pituu al lado derecho del río del mismo nombre a 8 km de Santiago. Desde Santiago se toma la vía interoceánica Santiago-San José de Morona hasta la comunidad Chichis (5 minutos en auto propio). Luego se va por el sendero hacia la izquierda que conduce hasta Pituu (1 hora y 20 minutos a pie).

Tiene una forma irregular como media luna. Al parecer la laguna se formó por un deslave natural lo que ocasionó el cierre en el curso normal de un riachuelo (afluente del río Pituu).

Aquí se puede realizar pesca deportiva, paseo en balsa o canoa, caminatas, observación de flora y fauna y fotografía. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 4)

FOTO N° 11
LAGUNA DE PITIÚ



Fuente: GADMT

Del Crea

Está a 300 metros de la rivera del río Kangaim en un área perteneciente al CREA a 5 km de la comunidad la Unión. Posee una forma de media luna en medio del bosque natural. Tiene un ancho de 60 metros y una longitud de 1500 metros. Sus aguas son turbias de color café rojizo. Allí viven algunas especies de peces, conchas y lagartos. Se encuentra rodeada de la selva donde habitan especies de aves e insectos. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 5)

FOTO N° 12
LAGUNA DEL CREA



Fuente: GADMT

2.1.2.3 Ríos

2.1.2.3.1 Ríos

Morona

Está ubicado a 12 kilómetros antes de llegar a San José de Morona. Se puede llegar a este río en todo tipo de transporte. Para acceder se toma la vía interoceánica Santiago – Méndez hasta la altura del puerto Morona a unos 30 minutos de la cabecera cantonal. Este río es un afluente del río Marañón. Tiene una longitud de 550 km de los cuales unos 105 atraviesan el territorio amazónico ecuatoriano. Se forma por la confluencia de una multitud de vertientes que bajan desde los Andes al sur del volcán Sangay llegando pronto a la llanura.

Este río es navegable por pequeñas embarcaciones hasta 480 km por encima de su boca. Ha sido escenario de muchas exploraciones con el fin de encontrar una ruta comercial entre la inter-meseta andina del Ecuador y el Río Amazonas. Tiene un curso paralelo al río Pastaza y es el último río de importancia en la parte norte de la Amazonia antes de llegar al pongo de Manseriche. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 7)

FOTO N° 13
RÍO MORONA



Fuente: GADMT

Kangaimi

Se encuentra a 1 hora de camino desde San José de Morona (a 2 km) siguiendo por la carretera. Tiene un ancho de 80 metros. Es navegable, sus aguas son de color café oscuro. Se pueden observar garzas (*Bubulcus ibis*), pavas (*Penélope purpurancens*), tórtolas (*Zenaida sp.*), de cabeza negra (*Coragyps atratus*), carpinteros (*Melanerpes puchenari*). Se puede encontrar Cedro (*Cedrella odorata*), Laurel (*Cordia alliodora*), Palmas (*Iriartea deltoidea*), Chonta (*Bactris gasipaes*), Ceibos (*Ceiba pentandra*), Guayacán (*Tabebuia crisantha sp.*), Balsa (*Ochroma lagopus*). La gente lo utiliza para la pesca y como medio de transporte fluvial. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 8)

FOTO N° 14
RÍO KAMGAIMI



Fuente: GADMT

Mayalico

Se puede observar gran variedad de especies tanto en flora como fauna. Se lo utiliza como fuente de alimento, gracias a la obtención de peces, cangrejos de río, caracoles de río. La gente del sector cuenta que además este río es utilizado para el ritual de la toma de la ayahuasca. Está ubicado a 5 minutos de la parroquia Santiago. Tiene un ancho de 20 a 30 metros. Sus aguas son cristalinas y se puede observar fácilmente el fondo del río. Tiene una profundidad de 5 metros aproximadamente. Se puede observar pavas de monte, loros, pájaros carpinteros, garzas, gallinazos de cabeza negra. En cuanto a flora existen Cedro, Laurel, Chontas, Caoba, Ceibos y Guayacán. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 8)

FOTO N° 15
RÍO MAYALICO



Fuente: GADMT

Yaupi

Se encuentra ubicado a 20 minutos de Santiago. Se puede llegar en todo tipo de transporte. Desde Santiago se toma la vía interoceánica Santiago -Méndez. Tiene un ancho de unos 80 metros y en algunos tramos de 20 a 30 metros. Sus aguas son de color café oscuro. La gente que vive cerca lo utiliza como medio de transporte acuático. Se puede realizar travesía en canoa o peque peques, pesca deportiva y observación de flora y fauna. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 8)

FOTO N° 16

RÍO YAUPI



Fuente: GADMT

Santiago

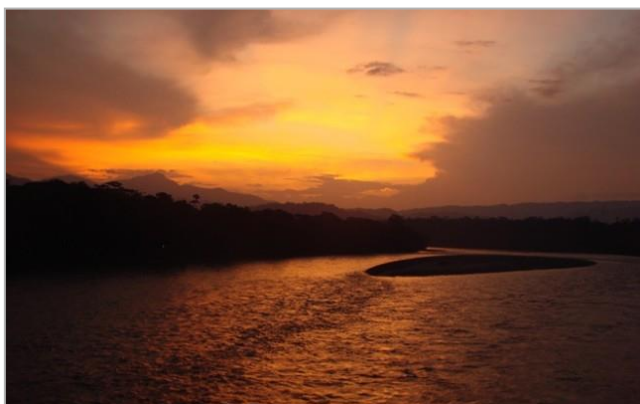
Recorre toda la parroquia de Santiago. El Lugar más fácil de acceder está a 5 minutos caminando desde la cabecera cantonal hasta la vía que conduce al sector de Mayaik.

Este río recorre buena parte de los territorios amazónicos de Ecuador y del Perú. Es uno de los principales afluentes directos del río Marañón y en consecuencia de la cuenca alta del río Amazonas. El río se forma en Ecuador por la confluencia de los ríos Zamora y Namangoza. Tiene una longitud de 285 km, de los que 55 km corresponden a territorio ecuatoriano dentro del Cantón Tiwintza. Con sus fuentes, el Santiago alcanza una longitud total de unos 485 km.

El río Santiago nace tras en la provincia de Morona Santiago, en la parte norte de la cordillera del Cóndor, casi en la frontera entre Perú y Ecuador. En territorio ecuatoriano el río Santiago discurre apenas 55 km, hasta llegar a la frontera con Perú, donde el río se vuelve en dirección sur.

El río es navegable y por él transitan embarcaciones de motor (peque peques, deslizadores, chalupas, y botes) aunque en épocas más secas, se tienen dificultades para el acceso en la parte alta. En el curso del río hay 51 comunidades nativas de la familia de los jíbaros. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 6)

FOTO N° 17
RÍO SANTIAGO



Fuente: GADMT

2.1.2.3.2 Cascadas

De Chinkianás

Este elemento patrimonial está ubicado cerca de la comunidad de Chinkianás a unos 20 kilómetros de distancia del mismo. Está formada por dos cascadas: una llamada macho y otra hembra. Por estar ubicadas en una montaña se pueden ser observadas desde la comunidad de Chinkianás.

Las cascadas se hallan muy cerca una de otra, su espesa vegetación hace de este lugar un paisaje impresionante y dan origen al río Chinkianás que pasa por esta comunidad. Desde la antigüedad estas cascadas han sido utilizadas para realizar rituales con la famosa bebida Ayahuasca y hoy la mayor parte de los moradores especialmente las mujeres no conocen este lugar ya que a más del camino que es agotador ellas no suelen participar de esta celebración espiritual. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, págs. 2,16)

FOTO N° 18

CASCADAS DE CHINKIANAS



Fuente: GADMT

De Cushis

Está a dos horas de la comunidad de Palomino siguiendo el curso del río Kushis. Se encuentra formada por dos cascadas. La primera se denomina hembra, tiene una altura de cinco metros y sus aguas son claras y libres de impurezas. La segunda cascada se conoce como macho, tiene una altura de setenta metros y en su base se forma una posa natural apta para la natación. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 2)

FOTO N° 19
CASCADA DE KUSHIS



Fuente: GADMT

Waje

Está a 45 minutos de la vía principal cerca de la comunidad Shuar de Waje la misma que se encuentra a 30 minutos de la comunidad de Santiago. Tiene una altura de 50 metros. Se forma por el salto del río del mismo nombre. La caída da lugar a la formación de una poza y luego sigue el curso del río en medio de rocas grandes hasta llegar al río Santiago. Sus aguas son frías y cristalinas. Se considera un sitio ceremonial de respeto para los habitantes ya que en el pasado se realizaban ritos espirituales de sanción para obtener energía y poder. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 2)

2.1.2.4 Fenómenos espeleológicos

2.1.2.4.1 Cuevas

Cueva de Loras y Golondrinas

Este atractivo se encuentra a 40 minutos de Chinkianás a unos 3 kilómetros de distancia. Para acceder a este sitio se debe caminar, cruzar el río y utilizar una balsa para trasladarse ya que no existe un sendero delimitado y de fácil acceso.

Es una formación de gran tamaño que consta de dos peñas que caen verticalmente, sus aguas son cristalinas y cuando llueve sube el nivel del río. La corriente es muy fuerte, propicia para las personas que gustan de la adrenalina.

Es una cueva muy llamativa donde habita una colonia de loras y golondrinas, aunque no es muy grande en profundidad, es atractiva por la gran bóveda que forma en la entrada. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, Inventario de atractivos turísticos del Cantón Tiwintza, 2011, pág. 3)

Cueva de Tayuntz

Se encuentra a 1 hora y 20 minutos (a pie) desde la comunidad de Tayuntz. Aproximadamente 1 hora antes de llegar a Santiago. Presenta una cavidad natural irregular que probablemente se formó por la erosión ocasionada por la corriente del riachuelo de Tayuntz. La entrada que se conoce al mundo subterráneo tiene una altura de 15 metros. Se llama así ya que es el hábitat de las aves nocturnas llamadas tayos. Los polluelos de estas aves son muy codiciados por los shuaras y constituyen una especie que también se han hallado en algunos lugares de Sudamérica.

Las cavernas son húmedas y oscuras. En su interior se puede observar estalactitas y estalagmitas. La profundidad aún es desconocida. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 3)

2.1.2.5 Montañas

2.1.2.5.1 Cordilleras

Laberinto de Peñas

Es una cadena montañosa compuesta por farallones. Actualmente existe un sendero que permite el acceso a este laberinto rocoso cuya visita puede tomar dos horas. Cada formación es diferente una de la otra y crea micro hábitats de flora y fauna. Se encuentra en la comunidad de Peñas en dirección norte por el camino de segundo orden Peñas Yaupi a quince minutos desde Santiago por la vía interoceánica. Allí se puede realizar senderismo interpretativo, fotografía, natación, navegación, campismo y escalada en roca.

Mirador de Shaimi

Se encuentra ubicado en la cordillera de Shaimi junto a la vía interoceánica Méndez-San José de Morona, a 15 kilómetros de la comunidad de Jempekat. Comprende un área de 8 metros cuadrados y se puede apreciar claramente el río Morona. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, Inventario de atractivos turísticos del Cantón Tiwintza, 2011, pág. 6)

FOTO N° 20
MIRADOR DE SHAIMI



Fuente GADMT

2.2 Tendencias actuales del turismo en la zona

El tipo de turismo que se practica actualmente en el cantón Tiwintza es el ecoturismo o turismo de aventura. Paucar, P. (comunicación personal, 24 de enero de 2013)

2.3 Actividades turísticas

En el Cantón Tiwintza se pueden realizar las siguientes actividades:

2.3.1 Espeleología

Por su topografía irregular el territorio de Tiwintza ha dado lugar a la formación de múltiples fenómenos geológicos como cuevas, túneles y grutas. En el cantón se destacan las cuevas de Tayuntz como lugar ideal para la espeleología de bajo impacto ya que aquí no se requiere la

utilización de equipo especializado. Únicamente se requiere ropa adecuada a la actividad y linternas.

2.3.2 Kayaking

El Kayaking muchas de las veces es una actividad que puede disfrutarse en conjunto con el rafting.

2.3.3 Natación

El alto potencial de recursos hídricos de Tiwintza abre la posibilidad de la natación en casi todos sus ríos, cascadas y lagunas siendo los lugares más destacados y accesibles: Río Yaupi, río Kushapuk, río chichis, Río Morona, Río Santiago, Cangaime, Mangoisiza, entre otros.

2.3.4 Navegación

Tiwintza es escenario de más de una docena de ríos que posibilitan la navegación de una u otra forma, dos de los ríos más importantes a nivel nacional se ubican en territorio cantonal, el río Santiago y el río Morona son entre otros importantes tributarios del Amazonas.

2.3.5 Pesca

Para los amantes de este deporte no puede haber mejor lugar que el río Morona destacado por la presencia de grandes e inhóspitas playas fácilmente accesibles y destacadas por ser sitios estratégicos de captura.

2.3.6 Rafting

El río Santiago formado por importantes afluentes como el Zamora y Mangoisiza es ideal para realizar descensos de rafting de grado III + y IV

2.3.7 Senderismo

Tiwintza es el sueño de todo senderista ya que sus múltiples ramales de comunicación y conexión entre comunidades y recursos turísticos forman un enmarañado sistema de senderos y circuitos turísticos aptos para todo tipo caminantes.

2.3.8 Visita a los centros Shuar

Lo que destaca mucho a la gente Shuar es su gentileza y amabilidad para con los visitantes tal es el caso que muchas de las veces reciben con cordialidad a los turistas prestando sus viviendas para su recepción y acomodación.

2.3.9 Excursiones en la selva

Se pueden realizar caminatas en medio de la exuberante vegetación que forma parte del Bosque Húmedo Tropical. Se recomienda siempre hacerlo con guías locales y con los debidos permisos por parte de la gente local.

2.3.10 Observación de flora y fauna

El Cantón Tiwintza es un sitio adecuado para realizar ésta actividad por cuanto tiene una muy alta diversidad florística y faunística.

2.3.11 Fotografía

Se puede tomar fotografías de innumerables elementos patrimoniales como son lagunas, ríos, fenómenos espeleológicos, cascadas, entre otros.

2.3.12 Toma de la ayahuasca

Se puede tomar esta bebida alucinógena siempre y cuando se haga bajo la supervisión de personas debidamente capacitadas que conozcan los procedimientos y cantidades exactas que se deben suministrar.

2.3.13 Paseo en canoa o balsa

Esta actividad se la realiza en las lagunas que tiene este cantón.

2.3.14 Degustación de platos típicos

Uno de los platos más representativos de esta zona es el ayampaco. Además existen otros platos típicos que son preparados por la gente local.

2.3.15 Observación de danzas rituales y ritos shamánicos

Se puede observar rituales como por ejemplo la toma de la ayahwasca en cascadas y danzas ejecutadas por personas de la nacionalidad Shuar.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

En la presente investigación se utilizó:

3.1 Revisión documental

Se realizó una investigación bibliográfica de la mayor parte de elementos que tienen que ver con aspectos biofísicos, culturales, socioeconómicos y turísticos del cantón Tiwintza. También se recolectó información referente a marketing y promoción turística. Las fuentes secundarias utilizadas fueron libros, Internet y documentos entregados en la unidad de turismo del municipio de Tiwintza. Con esta información se pudo tener una apreciación más clara de la situación histórica y actual de Tiwintza en sus diferentes aspectos así como realizar una propuesta de promoción fundamentada en base a un estudio de marketing y promoción. Se ha tomado en cuenta el inventario de atractivos turísticos para poder establecer potencialidades con miras al desarrollo de nuevos productos turísticos. **(Ver anexo n° 40)** Para conocer de mejor manera la actualidad de la promoción turística del cantón Tiwintza se analizó parte del documento “Plan de Desarrollo de la Provincia de Morona Santiago, Primera Etapa”. Gracias a su análisis se pudo elaborar la entrevista para determinar las causas del desconocimiento de los atractivos turísticos de Tiwintza. Para conocer la oferta turística existente se revisó el catastro turístico de ese cantón. **(Ver anexo n° 6)**

3.2 Observación directa

Se realizó visitas al cantón Tiwintza para recopilar información sobre la oferta de paquetes turísticos por parte de operadoras o agencias de viaje, señalización turística y accesibilidad a la información. Ha sido necesario realizar una constatación “in situ” de los atractivos turísticos para de acuerdo a una valoración de los mismos poder proponer la creación de nuevos recorridos o rutas. Los resultados de la información recolectada tanto en entrevistas como en trabajo de campo se pueden apreciar en el anexo nº 41

3.3 Entrevistas abiertas

Para la recopilación de la información se utilizó como instrumento la entrevista aplicada al Ing. Patricio Paucar encargado de la unidad de turismo del Municipio de Tiwintza” herramienta de gran importancia que permitió conocer aspectos importantes sobre la situación actual de la promoción turística del cantón Tiwintza. También se realizó una entrevista al Dr. Javier Flores, director técnico del Ministerio de Turismo de la provincia de Morona Santiago acerca de la promoción turística realizada hasta el momento. (**Ver anexo nº 41**)

3.4 Encuestas

Una encuesta correctamente planificada puede ser casi tan exacta como un censo. Se debe tomar en cuenta que se cuenta con un presupuesto limitado y lo realmente difícil es optimizar los distintos métodos de investigación utilizables, en función del alcance de la información necesaria para atender los objetivos del estudio y de los recursos económicos y de tiempo disponibles.

El método de muestra presenta riesgos importantes que van desde el planteamiento estadístico hasta la labor del entrevistador pasando por la cooperación del entrevistado. A pesar de ello, este método es el más utilizado dado que presenta la posibilidad de obtener un mayor número de informaciones sobre el turista y, especialmente, de sus motivos y comportamientos.

Los riesgos del método de encuesta se han minimizado mucho en los últimos tiempos, con perfeccionamiento de los medios mecánicos (ordenadores y máquinas) y de las técnicas de la entrevista, así como de las experiencias de múltiples investigaciones realizadas en la mayoría de países sobre la demanda, que permiten aprender y progresar.

La investigación directa fue en la medida de lo posible imparcial y sistemática, en razón de las dificultades que supone el tener como objeto de estudio al hombre (turista), la falta de una teoría unificada para las investigaciones y un presupuesto limitado.

Se hicieron un total de 138 encuestas. **(Ver anexo nº 4)** Este tamaño muestral se calculó a partir del número de personas que anualmente visitan la provincia de Morona Santiago por motivos de esparcimiento y recreación vacacional. Este valor corresponde al 12% del total de personas que visitan anualmente la provincia (129245 visitantes al año según un cálculo estimado). (Ministerio de Turismo de Morona Santiago y Estudio Consulting, pág. 24) Las encuestas se aplicaron en terminales a turistas que visitaron la provincia de Morona Santiago. En su mayoría eran nacionales y en menor número extranjeros.

Las investigaciones directas o encuestas respondieron a cuatro grupos de preguntas:

- Las relativas a las *características demográficas* del entrevistado.

- Los medios de comunicación preferidos por el turista para obtener información acerca de destinos y productos turísticos.
- Las relativas al comportamiento del turista potencial.
- Las motivaciones principales de los turistas para visitar la Amazonía ecuatoriana y las actividades a realizar allí.

Diseño de la muestra

La muestra estará determinada por:

$$n = (z^2 p * q * N) / N * e^2 + z^2 p * q$$

CUADRO 19. Determinación de la muestra

e: margen de error (lo que estaría dispuesto a aceptar)	% 0,05
z : valor asociado al nivel de confianza del 95 %	1,96
p: proporción de la población que puede brindar información	% 90
q: probabilidad complementaria	% 10
N: tamaño de la población	15509
n: tamaño muestral recomendado	138

Elaborado por: Henry Lema

Variables

Las variables medidas fueron: sexo, edad, nacionalidad, educación, actividad, información, comida, acompañantes, agencias de viaje, vehículo, tiempo de estadía, gasto estimado, meses

del año, motivaciones, actividades. Con esta información se diseñaron los productos turísticos para promocionar el Cantón Tiwintza y se determinó parte de la mezcla promocional.

Tabulación de datos

Para la tabulación se utilizaron los programas informáticos Excel y PSPS. En primer lugar se codificó en una hoja de Excel los ítems dentro de cada variable medida en la encuesta. Se asignaron valores enteros a cada ítem dependiendo del número de ítems excepto para las preguntas de respuesta abierta. Entonces se procedió a contabilizar el número de turistas que cumplen con cierta característica o parámetro dentro de cada variable.

Análisis de las encuestas

Para el procesamiento de los datos se utilizó el programa estadístico PSPS con el cual también se obtuvo los gráficos estadísticos y resultados: **(Ver anexo n° 42)**

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO DE MERCADO

4.1 Definición de objetivos de investigación de mercados

4.1.1 General

- Conocer las características del mercado potencial de Tiwintza como producto turístico para contar con información relevante que permita crear una propuesta de valor diferenciada que sea competitiva y satisfaga las necesidades del mercado objetivo.

4.1.2 Específicos

- Determinar el perfil del turista potencial del cantón Tiwintza.
- Determinar las acciones de comunicación más efectivas para llegar al mercado meta de Tiwintza como producto turístico.
- Conocer el comportamiento del potencial consumidor turístico del Cantón Tiwintza.
- Conocer motivaciones o beneficios que buscarían las personas que viajen a Tiwintza.

4.2 El consumidor

“Un turista es aquella persona que se desplaza desde su lugar habitual de residencia, por un período superior a 24 horas y menor de un año, sin integrarse en el sistema laboral o académico de la zona de destino”. (OMT, 1993)

Entonces, para el presente caso de estudio consumidor será todo aquel que visite el cantón Tiwintza por diversos motivos y que consuma los diversos productos y servicios turísticos que se ofrecen en el cantón. Aproximadamente 700 turistas visitan el cantón Tiwintza al año. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011)

CUADRO 20. Perfil del turista que visita el cantón Tiwintza

VARIABLE	SEGMENTACION
SOCIODEMOGRÁFICA	
SEXO	Masculino: 3 de cada 4 pasajeros
EDUCACIÓN	Superior, media
PROCEDENCIA	93% nacionales: Quito, Cuenca, Guayaquil y Riobamba 7 % internacionales: Estados Unidos, Perú, países europeos
ESTADO CIVIL	33% solteros 51 % casados 16% otros

MEDIOS DE COMUNICACIÓN	58% familia y/o amigos 17% entorno laboral
PSICOGRÁFICA	
MOTIVO DE VIAJE	Naturaleza y clima Gente y cultura Servicios económicos
ACOMPañANTE DE VIAJE	Solos 65 % Familia 10 %
ESTADÍA PROMEDIO	2 Y 3 días
GASTO PROMEDIO DIARIO/PERSONA	35 USD/día
OCUPACIÓN	20% comerciante 17% profesionales 16% construcción 16 % sector público
LUGAR DE HOSPEDAJE	45 % hoteles y hostales 3 % pensiones

Fuente: Plan de Desarrollo del Sector Turístico de Morona Santiago, 2009.

Elaborado por: Unidad de Turismo del GADMT, mayo 2011

4.3. Segmentación del mercado

4.3.1 Segmento meta primario

4.3.1.1. Criterios utilizados para la elección del segmento meta o target

1. Procedencia

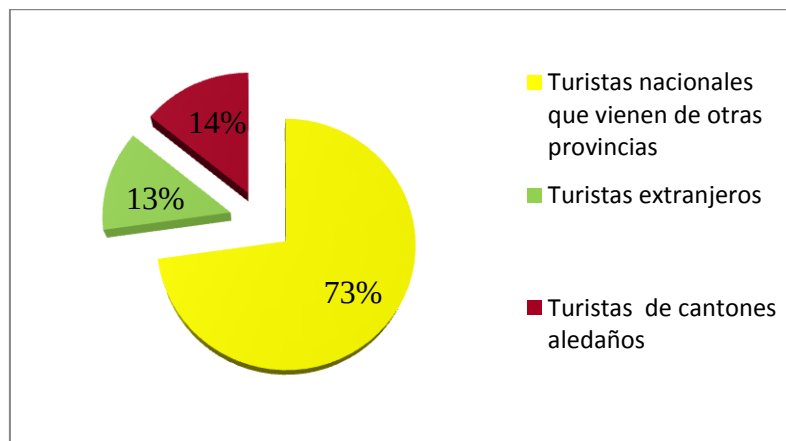
- El cantón Tiwintza no es un producto turístico consolidado a nivel nacional; por lo tanto, los esfuerzos de promoción deben enfocarse primero en ese mercado turístico.
- En el año 2011, 513 turistas nacionales que llegaron a la provincia de Morona Santiago visitaron el cantón Tiwintza. Esto representó aproximadamente un 73 % del total de turistas que visitaron Tiwintza en ese año.
- En ese mismo año, 92 turistas extranjeros llegaron a Tiwintza. Esto representó aproximadamente un 13 % del total de turistas que visitaron Tiwintza. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011) Por lo tanto, existe un mercado turístico internacional que es reducido.
- El cantón Tiwintza no cuenta con la oferta turística suficiente para poder satisfacer una gran demanda turística internacional.
- En el año 2011, 3321 turistas realizaron sus viajes en Morona Santiago hacia cantones aledaños. De estos, 100 turistas llegaron a Tiwintza. Esto representó un 14

% del total de turistas que visitaron Tiwintza en ese año (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011)

- Los turistas nacionales que llegan a Tiwintza vienen principalmente de ciudades como Quito, Cuenca, Guayaquil y Riobamba. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, Información POT1, 2011)

GRÁFICO N° 3

DEMANDA TURÍSTICA ACTUAL DEL CANTÓN TIWINTZA



Fuente: Plan de Desarrollo del Sector Turístico de Morona Santiago, 2009.

Elaborado por: Henry Lema

2. Tipo de visitante

El 64% de ecuatorianos son excursionistas y el 36% pernoctan fuera de su lugar de residencia habitual es decir se consideran turistas. (MINTUR, Plan Integral de Marketing Turístico de

Ecuador PIMTE 2014, 2009) Por lo tanto, para la elección del segmento meta no solamente se han considerado turistas sino también excursionistas.

3. Nivel de gasto

El gasto promedio de un turista que visita el cantón Tiwintza es de 35 dólares diarios. Paucar, P. (comunicación personal, 24 de enero de 2013)

Por lo tanto, el segmento meta primario está constituido por turistas nacionales que llegan a Tiwintza de cantones aledaños principalmente de ciudades como Quito, Guayaquil, Cuenca que buscan diversión y naturaleza y que tienen un gasto promedio de 35 dólares diarios por persona.

Así mismo se puede identificar un segmento meta secundario constituido por extranjeros que llegan al cantón Tiwintza que buscan principalmente naturaleza, conocimiento cultural y aventura que en su mayoría están dispuestos a gastar en promedio entre 35 y 90 dólares diarios; también se puede anotar que serán personas que buscarán estadías en el cantón Tiwintza por un período entre 1 y 5 días.

4.4 Resultados obtenidos

De acuerdo a lo investigado se puede puntualizar algunos resultados:

- a) La tendencia de crecimiento del número de turistas que van hacia el cantón Tiwintza es de aproximadamente el 5% anual.

- b)** El número de turistas nacionales que llegan a Tiwintza anualmente es mayor que el número de turistas extranjeros.
- c)** La mayoría de turistas nacionales que visitan Tiwintza (72%) no son de la provincia de Morona Santiago sino de otras provincias tales como Pichincha, Guayas, Azuay, Chimborazo y Pastaza.
- d)** Para el año 2012 se estima que el número de turistas que llegan a Tiwintza sea de aproximadamente 739.
- e)** Del total de turistas extranjeros que llegan a la provincia de Morona Santiago solo el 5% aproximadamente va a Tiwintza.
- f)** Del total de turistas procedentes de Morona Santiago solo el 3% aproximadamente va a Tiwintza.
- g)** Se puede diferenciar claramente 3 segmentos de mercado que potencialmente pueden visitar este Cantón:
- Turistas nacionales que viven en cantones aledaños a Tiwintza
 - Turistas nacionales que vienen de otras provincias.
 - Turistas extranjeros.
- h)** La seguridad de los buses de las cooperativas que brindan el servicio de transporte interprovincial no es óptima por cuanto los conductores de las cooperativas no están

debidamente capacitados y las unidades de transporte no son nuevas El equipaje de los turistas no está protegido contra robo o daño.

i) La mayor parte de vías de acceso al Cantón Tiwintza se encuentran en buen estado; sin embargo, las vías al interior del cantón no están en óptimas condiciones. Falta señalización vial y turística. El cantón cuenta con pistas de aterrizaje en buen estado.

j) El tiempo de viaje no excede al que ofrecen las cooperativas de transporte y los buses son medianamente cómodos.

k) No existe información turística disponible para los turistas ya que no existe ninguna oficina itur ni operadoras turísticas.

l) No existe suficiente planta hotelera en el cantón y los establecimientos hoteleros que existen deben mejorar sus instalaciones y el servicio que prestan.

m) No existen restaurantes que ofrezcan comida nacional, vegetariana e internacional.

n) No existe en el cantón la suficiente oferta de servicios turísticos y de esparcimiento tales como agencias de viaje, rentadoras de vehículos, guías especializados bilingües, agencias de turismo especializado, servicio de lavandería, entre otros.

o) El cantón Tiwintza tiene un patrimonio turístico que necesita ser adaptado, mejorado, transformado en recursos para que pueda ser aprovechado desde el punto de vista de la producción turística. También requiere de oferta turística de mejor calidad que posibilite a los turistas el acceso a estos recursos y disfrute de los mismos.

CAPÍTULO V

5. EL PRODUCTO

5.1 Productos y subproductos propuestos

Según Chías, producto turístico está definido como una propuesta de viaje, estructurada desde los recursos, a la que se incorporan servicios turísticos -transporte, alojamiento, guías de viajes, etc. Entonces, el producto deberá reunir como requisitos tres atributos esenciales que son: recursos, facilidades y accesibilidad. (MINTUR, Plandetur2020, 2009, pág. 15)

Así se tiene:

Recursos Turísticos.-Estos determinan la selección por parte del turista del destino o lugar turístico. Según su naturaleza los atractivos pueden dividirse en dos grandes grupos: naturales y de naturaleza humana.

a) Atractivos turísticos naturales.- se pueden mencionar: la topografía, la flora, la fauna, el clima y el paisaje.

b) Atractivos turísticos de naturaleza humana: se pueden diferenciar dos tipos:

Manifestaciones culturales: legado histórico-cultural, la arquitectura típica, los usos y costumbres de la población y expresiones artísticas.

Creaciones antropológicas: museos, parques temáticos, ferias y exposiciones, acontecimientos especiales (congresos, convenciones, concursos, espectáculos deportivos) (Acerenza, 2004, pág. 22)

Los atractivos turísticos de un lugar se pueden combinar entre sí para incrementar la atraktividad del sitio. (Acerenza, 2004, pág. 23). Por ejemplo, a los atractivos naturales se les puede complementar con ritos ceremoniales.

Facilidades turísticas.- Si bien es cierto, los atractivos son la materia prima en turismo, sin facilidades el desarrollo de la actividad turística sería muy difícil ya que su ausencia puede impedir la integración del producto turístico. Estas son las que permiten la permanencia de los turistas en el sitio para el disfrute de los atractivos. Están constituidas por las instalaciones y servicios de alojamiento y alimentación, distracciones, amenidades y otros servicios complementarios. (Acerenza, 2004, pág. 22) **(Ver anexo nº 6)**

Accesibilidad.- Es el transporte de aproximación del turista al sitio desde su lugar de origen y las vías de acceso existentes. **(Ver anexo nº 7)**

En el caso del cantón Tiwintza, el producto turístico estaría determinado por la propuesta de viaje, los recursos naturales y culturales, los servicios turísticos y la accesibilidad. Todo esto a un precio único y una manera de comprar esos paquetes turísticos.

Por lo tanto, se propone la creación de los siguientes productos y subproductos:

CUADRO 21. Productos y subproductos propuestos

ECOTURISMO Y TURISMO DE NATURALEZA			AGROTURISMO	TURISMO CULTURAL		
Circuito de las Cascadas	Circuito de Lagunas	Circuito de Cuevas	Tour de las Ajas	Tour del Natem	Ruta Gastronómica y Artesanal	Carnaval Cultural y Turístico
4días/3noches			1 día		2 días/1 noche	

Elaborado por: Henry Lema

5.2 Precios del producto²

CUADRO 22. Rubros considerados para el cálculo del precio

RUBRO	VALOR EN DÓLARES	OSERVACIONES
TRASLADO QUITO-TIWINTZA-QUITO	400 ³	individual o por grupo de máximo 12 personas
ALOJAMIENTO	30	día/persona
ALIMENTACIÓN	15	3 comidas/día/persona
GUÍA BILINGÜE (INGLÉS-ESPAÑOL)	40	día/grupo de máximo 12 personas

Elaborado por: Henry Lema

² El precio del paquete incluye: alojamiento en un hotel de 4 estrellas, alimentación (3 comidas), guía bilingüe en español e inglés y actividades turísticas que no requieran un costo adicional. El precio que se indica es para una sola persona, si son dos o más turistas se dividirá el valor de la guianza para el número de pasajeros.

³ Este valor es opcional. Si el turista decide contratar transporte particular se deberá añadir el valor correspondiente al precio que se indica en el cuadro de precios.

CUADRO 23. Precios por paquete turístico

PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3
310 USD	85 ⁴ USD	140 USD

Elaborado por: Henry Lema

5.3 Descripción de los productos

5.3.1 Circuito de Las Cascadas

En este se circuito se empezaría visitando las dos cascadas de Kushis (a 15 minutos de distancia entre sí). La primera cascada se denomina hembra (5 metros de altura) y la segunda se denomina macho (70 metros de altura). **(Ver anexos 8 y 9)** En la segunda se puede practicar natación ya que su base se asemeja a una piscina. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011)

Durante el recorrido por el río del mismo nombre se puede observar (con poca frecuencia) las siguientes especies: Oso hormiguero (*Tamandua tetradáctila*), armadillo (*Priodontes maximus*), danta (*Tapirus terrestris*), tigrillo (*Leopardos tigrinus*), mono ardilla (*Saimiri sciureus*), mono nocturno (*Aotus lemurinus*), perezoso (*Choloepus didactylus*), guatusa (*Dasyprocta punctata*), aves como: garrapatero (*Crotophaga ani*), hoatzin (*Opisthocomus hoazin*), tangara azuleja (*Thraupis episcopus*), gavilán (*Buteo magnirostris*), loros (*Amazona farinosa*), oropéndola cristata (*Psarocolius demanacus*), cacique (*Cacicus cela*), picaflor (*Cacicus cela*), *Ara macao*, pavas de monte (*Pipile cumanenses*), *Penélope jacquacu*,

⁴ Si el turista decide pernoctar en Tiwintza, caso contrario se deberá descontar el valor del alojamiento.

gallinazos (*Coragyps atratus*), (*Cathartes aura*) y además podemos observar: serpientes X (*Bothrops atrox*), lagartijas (*Leposoma apriétale*), mayones (*Rynchophorus palmarum*), salamandras (*Bolitoglossa ecuatoriana*), y algunas especies de peces.

En cuanto a flora se puede observar las siguientes especies: Ceibo (*Ceiba pentanbra*), papaya del monte , canelo (*Ocotea quixos*), cedro (*Cedrella odorata*), guayacán (*Tabebuia crisanta* sp), guarumo (*Cecropia herthae*), sangre de drago (*Croton lechleri*), tabaco (*Nicotiana tabacum*), guanto blanco (*Brugmancia insignis*), ungurahua (*Oenocarpus bataua*), balsa (*Ochoroma pyramidale*), palo amarillo (*Phyllostylon rhamnoides*), caña (*Sacharum officinarqum*), caoba (*Swietenia* sp.), caimito (*Pounteria caimito*), uña de gato (*Uncaria tomentosa*), guanto rosado (*Brugmancia suaveolens*). (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 57)

Por estar ubicado en una propiedad que es de una organización Shuar en la comunidad de Palomino es imperante pedir el permiso correspondiente al propietario de la finca. Si es posible tomar fotografías y realizar caminatas. Actualmente, sólo se realizan visitas ocasionales y no existe ninguna actividad humana en el trayecto del sendero.

Luego se propone visitar la cascada de Waje que se encuentra ubicada cerca de la comunidad Shuar del mismo nombre 1 hora antes de llegar a Santiago, a unos 45 minutos caminando desde la vía Interoceánica Méndez – San José de Morona. La cascada tiene una altura de unos 50 metros. El salto de agua da lugar a la formación de un vado y luego continúa el curso del río Waje hasta llegar al río Santiago. El agua es fría y cristalina y en frente se encuentran dos rocas grandes que se asemejan a una puerta de entrada a este atractivo. En este sitio no se puede practicar natación debido a la presencia de rocas de tamaño considerable. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011)

Para terminar el circuito se propone visitar la cascada de Suritiak que queda cerca del poblado del mismo nombre. En este sitio también se puede tomar fotografías, observar flora y fauna nativa y caminatas al interior de la selva.

Para realizar este circuito se requiere de la presencia de un guía nativo debidamente capacitado y se debe tener el respectivo consentimiento de las comunidades.

La temporalidad de acceso a estos atractivos es de lunes a domingo y se lo realiza por vía terrestre (en auto y a pie).

Tiempo aproximado de duración del recorrido: 5 horas.

Grado de dificultad: intermedio

Observaciones: este recorrido se lo puede realizar a pie o a caballo (en los senderos) dependiendo del estado físico de los turistas y siempre se requiere un vehículo para el transporte de los mismos.

Accesibilidad: la cascada de Kushis se encuentra a dos horas de la comunidad de Palomino siguiendo el curso del río del mismo nombre a 30 minutos antes de llegar a la ciudad de Santiago. El acceso es terrestre (a pie) por un sendero. El estado de vías es regular. La temporalidad de acceso es de lunes a domingo previa autorización. La cascada de Waje se encuentra cerca de la comunidad Shuar Waje una hora antes de llegar a Santiago a 45 minutos caminando desde la vía interoceánica. **(Ver anexo nº 10)**

5.3.2 Circuito de Lagunas

El circuito se empieza en la laguna de Pitiu a la misma que se puede acceder en bus o en auto hasta la comunidad de Chichis y luego a pie o a caballo. **(Ver anexo nº 11)** Esta laguna se encuentra a 1 hora 20 minutos de este centro poblado. Existe infraestructura turística en el atractivo. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 18) Como actividad complementaria se puede visitar el río Pitiú que se encuentra a 1 km de distancia de la laguna si el turista así lo desea. Se pueden realizar paseos en canoa.

De regreso al centro poblado Chichis se toma la vía interoceánica para ir a la laguna de Ayauch **(Ver anexo nº 12)** que se encuentra a 3 km de la parroquia Santiago en la comunidad de Kushapuk. Esta laguna es de forma casi circular y ocupa aproximadamente 10 ha con una circunferencia de unos 350 m. Se pueden observar lagartos (*Melanosuchus niger*), nutrias (*Lontra longicaudis*), tortugas de agua (*Dendrobates ventrinaculatus*), garzas (*Bubulcus ibis*), patos pescadores, entre otras. A su alrededor se puede ver especies florísticas como cedro (*Cedrella odorata*), laurel (*Cordia alliodora*), palmas (*Iriartea deltoidea*), heliconias en varias especies y algunas plantas medicinales. Para visitar esta Laguna es recomendable pedir permiso a los directivos de la comunidad o coordinar su visita en las oficinas del Municipio. También se pueden realizar paseos en balsas, caminatas y fotografía. Cuando se comunica con anterioridad a la comunidad sus miembros se organizan para presentar un programa cultural. Además en el lugar se realizan ceremonias en ocasiones especiales como la toma de la ayahuasca. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, págs. 15,16) Un valor agregado al producto propuesto y particularmente en este atractivo es que la gente está muy consciente del valor turístico que tiene ésta laguna por lo que evita realizar cualquier otra actividad en ese sitio.

Para concluir el circuito se propone visitar la laguna de Conchas. **(Ver anexo n° 13)** Se encuentra en el sector de Mayaik y forma parte de la Fundación Nakunkit Amaru Amazónica a 5 minutos de la misma. Sus aguas son cristalinas por lo que se puede observar su fondo pedregoso. Su nombre se debe a que se puede observar una gran cantidad de conchas de todos los tamaños. Entre las especies que se pueden observar están: pavas hediondas, pavas de monte (*Penélope purpurancens*), loros (*Pionopsittahaematotis pulcra*), pájaros carpinteros (*Melanerpes puchenari*), garzas (*Bubulcus ibi*), gallinazos de cabeza negra (*Coragyps atratus*), peces, cangrejos de río, caracoles. Cedro (*Cedrella odorata*), Laurel (*Cordia alliodora*), Palmas (*Carludovica palmata*), Caoba, Ceibos (*Ceiba pentandra*), Chonta (*Bactris gasipaes*), Guayacán (*Tabebuia crisantha* sp). Para visitar éste atractivo es recomendable pedir autorización al presidente de la fundación ya que se encuentra en los límites de la fundación Nakunkit. También se puede solicitar ayuda en el Municipio. Es recomendable que el turista lleve protector solar, botas de caucho y agua mineral. El estado del atractivo es conservado ya que la gente ya no utiliza explosivos para la pesca lo que ha permitido la recuperación del entorno. Para acceder a la laguna, se lo hace en canoa que es proporcionada por la misma gente de la fundación. No se permite a los turistas sacar las conchas de la laguna. También es importante conocer que la laguna aumenta su caudal cuando el caudal del río Santiago aumenta. Existe infraestructura turística en el atractivo. Entre las actividades que se pueden realizar están: paseo en canoa, pesca deportiva, caminatas, observación de flora y fauna, fotografía, compra de artesanías. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, págs. 20,21) También se puede compartir y conocer sobre los medios y modos de subsistencia de la gente local.

Tiempo aproximado de duración del recorrido:

1. Aproximadamente 4 horas empezando el recorrido en la laguna de Ayauch, (trayecto amarillo)

2. Aproximadamente 7 horas si se lo hace por vía fluvial empezando el recorrido en la laguna de Pituu, para luego visitar la laguna de Ayauch y finalmente la laguna de conchas (trayecto azul).

Grado de dificultad: bajo

Observaciones: es un único circuito. La línea amarilla representa la parte del circuito que se hace principalmente en vehículo y a pie. La línea roja representa la parte del circuito que se hace por vía fluvial. **(Ver anexo n° 14)** Para ir a la laguna de Pituu se lo puede hacer a pie o a caballo desde el poblado de Chichis según deseen los turistas. Es aconsejable contratar un guía local que acompañe a los turistas en el recorrido.

Accesibilidad: la laguna de Pituu se encuentra a 4 km del poblado de Chichis y a 8 km de la ciudad de Santiago. El acceso es terrestre por caminos lastrados y senderos. El estado de vías es regular. Se accede en auto o en bus hasta la comunidad de Chichis y luego a pie. La temporalidad de acceso es diaria. La laguna de Ayauch se encuentra a 3 km de Santiago y a 2 km del poblado de Kiim. Se puede acceder en automóvil 4 x 4, a pie o en avioneta. Si no se posee auto propio se puede alquilar una camioneta a un valor de 5 dólares. Existe infraestructura turística en el atractivo. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, págs. 18,19) El estado de vías es regular. La temporalidad de acceso es todo el año. La laguna de conchas se encuentra a 1.5 km de Santiago. El acceso es por vía fluvial en canoas que proporciona la misma gente de la Fundación. La temporalidad de acceso es en el mes de Diciembre. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 21)

5.3.3 Circuito de Cuevas

Este circuito se lo puede realizar en 2 o 3 días dependiendo de la predisposición de los turistas para la actividad física y la aventura y su estado físico. Se propone empezar visitando la cueva de Tayuntz (**Ver anexo nº 15**) que se encuentra a 1 hora y 20 minutos (caminando) de la comunidad del mismo nombre. Existe en la cueva un riachuelo del mismo nombre que ha ocasionado la formación de una cavidad natural irregular por efectos de la erosión. La entrada “principal” o conocida tiene una altura de unos 15 m por unos 10 m de ancho. Es de fácil acceso. Esta cueva se denomina así debido a que ahí viven las aves llamadas Tayos (*Steatornis caripensis*). Estas cavernas son húmedas y oscuras y en su interior se puede observar estalactitas y estalagmitas. Se desconoce la profundidad de la cueva. Es indispensable pedir autorización al dueño de la propiedad que se encuentra en la comunidad de Tayuntz (territorio Shuar). En el trayecto se pueden realizar actividades como observación de flora y fauna, caminatas, camping, fotografía e investigación. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, págs. 62, 63)

Luego se propone visitar el atractivo conocido como Laberinto de Peñas que se encuentra en el centro Shuar del mismo nombre. Este sitio se encuentra a unos 15 minutos de la cabecera cantonal. Se debe acceder hasta el centro Shuar en vehículo por la vía Méndez-Morona. Luego se realiza una caminata al interior del laberinto. Allí se pueden observar rocas de gran tamaño que forman un laberinto. Posiblemente debajo del laberinto exista un río subterráneo. Este laberinto llega hasta el Perú por lo que solo se puede recorrer una mínima parte del mismo. Entre las especies de flora que se pueden observar están el árbol conocido como frutipán. Las hojas de este árbol se utilizan para curar la diabetes. Su fruto es comestible. También se puede observar el árbol conocido como sangre de drago que se utiliza como cicatrizante. Entre las especies de fauna que se encuentran ahí están: tigrillo, guanta, sahíno, armadillo, perezoso, oso hormiguero, boa de agua, boa de tierra, garzas, loros entre otros. Chumbía, P. (comunicación

personal, 22 de diciembre de 2012) Entre las actividades que se pueden realizar están caminatas al interior de las cuevas, observación de flora y fauna, paseos en canoa, pesca deportiva, fotografía, espeleología, escalada en roca y visita a la comunidad Shuar. Es indispensable la presencia de un guía nativo debidamente capacitado para realizar esta visita. Se requiere de medio día para visitar este atractivo.

Se propone también visitar las cuevas de Chinkianás. **(Ver anexo nº 16)** Se las conoce también como cuevas de Loras y Golondrinas ya que son estas aves las que habitan ahí actualmente (en el pasado existían las aves llamadas Tayos). Entre las especies de fauna que se pueden observar están: peces como palometa (*Mylossoma sp.*), boca chico (*Prochilodus nigricans*), pez eléctrico (*Electrophorus electricus*), bagre (*Sorubim lima*), piraña (*Serrasalmus serraltus*), guanchichi (*Hoplias malabaricus*), barbudo (*Pimelodella sp.*), paco (*Colossoma bidens*). Aves como: gavián (*Buteo magnirostris*), loros (*Amazona farinosa*), guacamayos (*Ara ararauna*), (*Ara macao*), pavas de monte (*Pipile cumanenses*), (*Penélope jacquacu*), gallinazos (*Coragyps atratus*), (*Cathartes aura*), tangara azuleja (*Thraupis epicopus*), golondrina azul y blanco (*Notiochelidon cyanoleuca*), oropéndola cristata (*Psarocolius demanacus*), garrapatero (*Crotophaga ani*), hoatzin (*Opisthocomus hoazin*), picaflor (*Cacicus cela*), cacique (*Cacicus cela*), y mamíferos como: tigrillo (*Leopardos tigrinus*), mono ardilla (*Saimiri sciureus*), mono nocturno (*Aotus lemurinus*), perezoso (*Choloepus didactylus*), oso hormiguero (*Tamandua tetradáctila*), saíno (*Tayassu tajacu*), guanta (*Cuniculus paca*), guatusa (*Dasyprocta punctata*), ardilla (*Sciurus granatensis*). En cuanto a flora se puede observar: Pambil (*Iriartea deltoídea*), laurel (*Cordia alliodora*), guarumo (*Cecropia herthae*), sangre de drago (*Croton lechleri*), caoba (*Swietenia sp.*), cacao (*Theobroma cacao*), guanto blanco (*Brugmancia Insignis*), guayusa (*Ilex guyusa*), pambil (*Iriartea deltoídea*), canelo (*Ocotea quixos*), caimito (*Pouteria caimito*), naranjilla (*Solanum quitoense*), uña de gato (*Uncaria tomentosa*), tagua (*Phytelephas tenuicaullis*), palmito (*Euterpe predatoria*), mate (*Crescentia cujete*), morete (*Maurita flexuosa*), guayacán

(*Tabebuia crisantha* sp), laurel (*Cordia alliodora*), achiote (*Bixa orellana*). (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 65)

Hay que mencionar que para ir a este sitio es indispensable informar con antelación a la comunidad sobre la llegada de turistas para que estos puedan ser atendidos. Es importante mencionar que este es un atractivo de difícil acceso y es por ese motivo que no ha sido intervenido y su entorno es conservado. Bajo pedido anticipado la frecuencia de visitas puede ser a diario; sin embargo, la comunidad no cuenta con servicios turísticos. Este sitio es adecuado para las personas que les gusta la adrenalina ya que cuando llueve el nivel del río sube y la corriente se torna muy fuerte. Por ese motivo se lo debe realizar con guías capacitados y debidamente entrenados.

Este circuito es recomendado para turistas con buena condición física y que gusten de la aventura debido a las distancias que existen para llegar a los atractivos y por la incomodidad que puede significar el visitar lugares subterráneos.

Tiempo aproximado de duración del recorrido: 8 horas

Grado de dificultad: alto

Observaciones: para llegar a las cuevas de Chinkianás se debe caminar en unas partes, cruzar el río en otras partes, y utilizar una balsa en otras donde al agua forma posas naturales profundas. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 66) Por lo tanto, se recomienda este circuito para turistas que tengan excelente estado físico y que gusten de la aventura junto a la naturaleza.

Accesibilidad: el centro poblado más cercano a las cuevas de Tayuntz es Chinkianás que se encuentra a 3 km. Están 1 hora antes de llegar a la ciudad de Santiago. El ingreso es por vía terrestre (a pie). El estado de vías es regular. La frecuencia de acceso puede ser diaria bajo pedido anticipado. Las cuevas de Chinkianás se encuentran a unos 3 km de la comunidad del mismo nombre a unos 40 minutos. Para llegar a este sitio se debe caminar en unos tramos, cruzar el río en otros y utilizar una balsa en donde el agua forma unas posas naturales profundas. El estado de vías es regular. La frecuencia de acceso puede ser diaria bajo pedido anticipado. **(Ver anexo n° 17)** (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 67)

5.3.4 Tour de las Ajas

Este circuito se ha propuesto con la finalidad de que el turista conozca parte del sistema cultural y económico de la nacionalidad Shuar, su importancia para la seguridad alimentaria de la comunidad y para que pueda tener una experiencia de turismo vivencial. Entre los cultivos que el turista podrá observar están: camote, yuca, papachina, pelma, plátano, piripri, floripondio, jengibre, arruruz, tuyo, escansel, ají, cebolla, semilla de yuca, poto, fréjol, chonta, maní, entre otros. Chumbía, P. (comunicación personal, 22 de diciembre de 2012) Se propone visitar la Fundación Amaru Amazónico Nakunkit. **(Ver anexo n° 18)**

Existen 2 cabañas que pertenecen a la fundación en donde los turistas pueden alojarse si así lo desean, un centro ritual para recepción y/o eventos culturales y otro para venta de artesanías. Como actividades complementarias se puede realizar excursiones en la selva y pesca. Con esto se pretende fomentar el turismo comunitario sostenible. Este circuito se lo puede realizar en un día. Desde Santiago se puede llegar por la vía interoceánica hasta llegar a un sendero en donde se puede realizar una caminata hacia la Fundación Amarú Amazónico. Paralelamente allí se

debe usar lancha. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 53)

Tiempo aproximado de duración del recorrido: 1 hora.

Grado de dificultad: bajo

Observaciones: para llegar a este lugar no hay inconveniente alguno pero sería bueno que el turista que desea conocer la zona anticipe su llegada, ya sea por medio de miembros del Municipio o directamente con el Presidente de la Fundación, el Sr. Manuel Antich.

Accesibilidad: la Fundación Amaru se encuentra a 4 km de Santiago a 15 minutos de esta parroquia. Para llegar a la fundación hay que hacerlo en lancha por el Río Santiago, la misma que se toma desde el puerto ubicado en la parte inferior del puente que conecta esta parroquia con el centro Shuar Mayaik. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 52) **(Ver anexo nº 19)**

5.3.5 Tour del Natem

Primero se propone visitar un centro ritual Shuar en la Fundación Amaru Amazónico. Esta fundación se encuentra en la parroquia de Santiago a 4 km de distancia sobre una explanada en la parte alta junto al río Santiago. Para llegar allí se debe usar lancha la misma que se toma desde el puerto ubicado en la parte inferior del puente que conecta esta parroquia con el centro Shuar Mayaik. En esta comunidad vive la familia Antich. Ellos difunden su cultura a los visitantes a través de sus costumbres ancestrales. No existen impedimentos para llegar a este sitio; sin embargo, es conveniente que los turistas anticipen su llegada por medio de miembros del municipio o directamente con el Presidente de la Fundación el Sr Manuel Antich.

(Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 54) Esta fundación tiene en mente construir dos casas típicas para el hospedaje de turistas, un centro ritual para recepción y otro para venta de artesanías. También tienen en mente construir una guardianía y una pequeña zona de rescate. El turista puede observar las especies que han plantado gracias a sus conocimientos de medicina natural. También pueden observar los rituales que ellos realizan. **(Ver anexo n° 20)** La presencia de turistas no es un inconveniente ya que siempre se puede probar una comida típica (Ayampacos) u observar la representación de una danza. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 54) La temporalidad de acceso a la Fundación Amaru es permanente.

Después se visitarían las comunidades de Kiim y Kushapuk. Aquí los turistas podrán observar presentaciones de danza y folklore ejecutadas por los grupos culturales de esos centros turísticos comunitarios. **(Ver anexo n° 21)**

Además del turismo esotérico también se busca fomentar el Eco y Agroturismo ya que existen varios atractivos naturales y culturales.

Tiempo aproximado de duración del recorrido: 3 horas.

Grado de dificultad: bajo

Observaciones: para llegar a la fundación Amaru no hay inconveniente alguno pero sería bueno que el turista que desea conocer la zona anticipe su llegada, ya sea por medio de miembros del Municipio o directamente con el Presidente de la Fundación, el Sr. Manuel Antich. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, 2011, pág. 65)

Accesibilidad: para llegar a la fundación hay que hacerlo en lancha por el Río Santiago. Para ir al centro comunitario Kiim se lo puede hacer en automóvil 4 x 4 o a pie y si no posee auto propio puede alquilar una camioneta a un costo de 5 USD. **(Ver anexo n° 22)**

5.3.6 Ruta Gastronómica y Artesanal

Se propone iniciar el circuito visitando la Fundación Amaru Amazónico. Allí los turistas podrán comprar las artesanías que realizan los miembros de la comunidad. **(Ver anexo n° 23)** Entre las artesanías que pueden ver los turistas están aretes, manillas, collares, carteras, cinturones, cestos, lanzas elaborados a base de semillas, ajulemos, san pedro, nupis, plumas de aves, huesos, carrizos. En la comunidad de Kiim también podrán observar lanzas a base de chonta e implementos tradicionales. Entre los platos típicos que los turistas podrán degustar están: ayampacos, chicha de yuca, papa china, plátano, caldos, asados. **(Ver anexo n° 24)**

Tiempo aproximado de duración del recorrido: 2 horas.

Grado de dificultad: bajo

Accesibilidad: **(Ver anexo n° 25)**

5.3.7 Carnaval Cultural y Turístico

Este evento se lo realiza en el balneario del río Chichis el mismo que se lo puede adecuar para poder disponer de un escenario natural y poder presentar las manifestaciones culturales del cantón Tiwintza. Los turistas podrán ser partícipes de una mañana deportiva en el dique del río. También podrán observar la elección de la señorita carnaval, el concurso del rey feo y la

camiseta mojada. También pueden asistir a shows artísticos y musicales. **(Ver anexo n° 26)** El dique del río Chichis está ubicado en la comunidad Shuar Chichis, vía a Yaupi. **(Ver anexo n° 27)**

Lo que se busca con este producto es dar a conocer a más personas sobre el potencial turístico de la zona, promover la revalorización del pueblo Shuar y de sus costumbres autóctonas y en última instancia mejorar el posicionamiento de la marca Tiwintza en el mercado turístico tanto a nivel provincial, interprovincial, nacional y porque no internacional. Este producto puede convertirse en estratégico para efectos de promover el turismo en el cantón ya que a través del mismo se puede promocionar los demás productos que se proponen en un solo evento.

Tiempo aproximado de duración del evento: 6 horas.

Grado de dificultad: bajo

Observaciones: el carnaval se festeja en el dique del Río Chichis.⁵

⁵ La configuración de los productos turísticos se realizó tomando como referencia el inventario de atractivos turísticos del Municipio del Cantón Tiwintza.

5.4 Productos Sustitutivos

Entre los productos sustitutivos se puede mencionar:

- Turismo de Deportes y Aventura
- Turismo de Convenciones y Congresos
- Turismo de Sol y Playa
- Turismo de Cruceros
- Turismo Comunitario
- Turismo de Salud

5. 5 Mercado Potencial

El mercado potencial son los turistas extranjeros que lleguen a la Amazonía por otras motivaciones diferentes de visitar el cantón Tiwintza y turistas nacionales que visiten la Amazonía.

5.6 Intervenciones

Para la creación y promoción de los productos turísticos en el Cantón Tiwintza se requiere de las siguientes intervenciones:

5.6.1 Alianzas estratégicas

- Alianza estratégica entre el Municipio del Cantón Tiwintza y los municipios de cantones aledaños.
- Alianza estratégica entre el Municipio del Cantón Tiwintza y el Ministerio de Turismo.
- Alianza estratégica entre el Municipio del Cantón Tiwintza y el Ministerio del Ambiente.
- Alianza estratégica entre el Municipio del Cantón Tiwintza y el Ministerio de Defensa.
- Alianza estratégica entre el Municipio del Cantón Tiwintza y FEPTCE.
- Alianza estratégica entre el Municipio del Cantón Tiwintza y ONG's.
- Alianza estratégica entre el Municipio del Cantón Tiwintza y empresas privadas.

5.6.2 Señalización

- Señalización en áreas naturales
- Señalización para indicación de atractivos, facilidades y actividades turísticas.

5.6.3 Equipamiento turístico

- Equipamiento para áreas naturales: diseño de senderos, miradores; instalación de áreas de servicios: básicos (sanitarios), áreas de descanso, restaurantes, confitería, refugios.
- Regulación de los prestadores de servicios.
- Centros de visitantes
- I Tur

5.6.4 Nuevas tecnologías y modernización de la comercialización

- Promoción y estructura de comercialización a través de Internet

5.6.5 Calidad

Calidad en servicios y productos turísticos

- Estandarización de la metodología para medir y calificar el nivel de calidad a través de normas y procesos de certificación.

Calidad de los recursos humanos

- Capacitación de guías, guías nativos e intérpretes.

- Capacitación y sensibilización de la población de Tiwintza para que adquiriera una orientación hacia la conservación de los recursos turísticos y servicio a los turistas.

Calidad de los Destinos Turísticos

- Cumplimiento de estándares comunes a la región o destino turístico en cuanto a aspectos vinculados con el entorno, la limpieza, la seguridad, la conservación de espacios públicos, información al turista y señalización.

5.6.6 Marketing

- Promoción
- Comercialización
- E- commerce
- Packaging y Merchandising

5.6.7 Infraestructura

- Accesibilidad
- Inversiones en empresas turísticas
- Infraestructura y Servicios Básicos

5.6. 8 Institucionales

- Marco normativo y regulación

CAPÍTULO VI

6. PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN TIWINTZA

6.1 Propuesta para el posicionamiento y promoción del cantón Tiwintza

6.1.1 Objetivos

6.1.1.1 Objetivos de comunicación

Se proponen los siguientes objetivos hasta finalizar el año 2017:

- Generar conciencia de marca en un 90% del mercado meta.
- Dirigir una campaña comunicacional que alcance al menos un 70 % del mercado meta en la que se resalte el potencial turístico de Tiwintza.
- Crear una percepción favorable del cantón Tiwintza como producto turístico en un 40% del mercado meta y preferencia en un 25 %.
- Lograr la visita del cantón Tiwintza por parte del 20% del mercado meta.
- Desarrollar y mantener la visita periódica de Tiwintza en un 10% del público objetivo al finalizar el año 2017.

6.1.1.2 Objetivos estratégicos

- Determinar los elementos que ayuden a posicionar la imagen del Cantón Tiwintza en la mente de los turistas nacionales y extranjeros que visitan la Amazonía ecuatoriana como un producto turístico de naturaleza, cultural y de aventura.
- Establecer las acciones que permitan comunicar de manera persuasiva al mayor número de turistas del mercado meta principal sobre los productos turísticos propuestos.
- Construir un mensaje único con vocación de continuidad, con adecuada utilización de canales de comunicación.
- Consolidar en el mercado un mensaje perseverante y coherente con los objetivos de posicionamiento de Tiwintza.

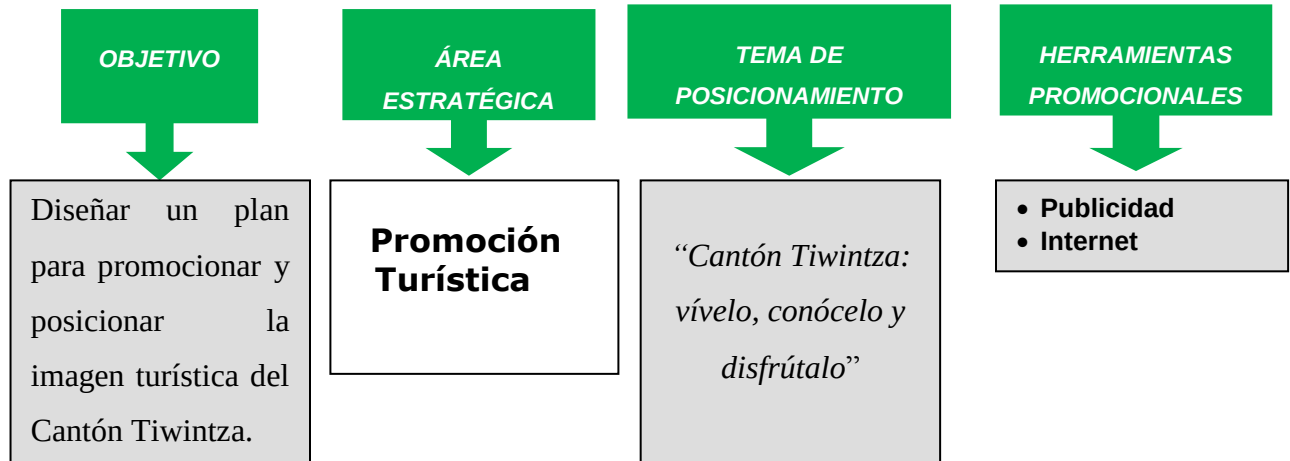
6.1.2 Estrategias

6.1.2.1 Estrategia promocional

La búsqueda de la comercialización de los productos turísticos de Tiwintza, hace necesaria la elaboración de una Estrategia de Promoción de Marketing, que de cómo resultado el cumplimiento del objetivo primario de este programa, que es el de “Diseñar un plan para promocionar y posicionar la imagen turística del Cantón Tiwintza.”

GRÁFICO N° 5

ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN



Elaborado por: Henry Lema

Este objetivo se justifica debido a que el material promocional entregado por las instituciones públicas y privadas que han actuado en turismo en el cantón Tiwintza muchas veces no ha llegado al destino correcto. Por lo tanto, se ha difuminando así los efectos positivos que tienen materiales como, trípticos, guías, mapas entre otros. (Ministerio de Turismo de Morona Santiago y Estudio Consulting)

GRÁFICO N° 6

CÓMO PONER LOS CIMIENTOS PARA CAMPAÑAS PUBLICITARIAS EFECTIVAS POR MEDIO DEL MARKETING STP



Fuente: (O'Guinn, 2006, pág. 222)

Elaborado por: Autor

Una vez que se ha segmentado el mercado global y elegido el mercado meta principal (target) se debe establecer la mezcla promocional más adecuada, la misma que incidirá en el posicionamiento del Cantón Tiwintza como producto turístico.

6.1.2.2 Estrategia de seguridad

- Se propone las siguientes acciones estratégicas:
- Desarrollar e implementar un plan de seguridad turística en Tiwintza.
- Implementar la policía de turismo, adscrita a los Destacamentos de Policía Comunitaria del cantón Tiwintza.
- Crear simulacros (secuestros, incendios, asaltos y primeros auxilios)
- Implementación de un centro de control vial (SOS), que permita canalizar pedidos de ayuda y socorro de manera rápida y oportuna.
- Conformar los puestos de auxilio inmediato en cada Parroquia
- Conformar el Comité Interinstitucional de Rescate y Emergencia, tal cual consta en la Constitución:
- Ambulancia Equipada
- Equipo de Primeros Auxilios
- Radio comunicación
- Camillas

- Teléfonos
- Capacitación a la ciudadanía a través de charlas, talleres referentes a seguridad ciudadana.
- Elaboración de material informativo como: trípticos y kits de información.
- Conformación de Oficinas de control de seguridad en puntos estratégicos del cantón.
- Coordinación entre el Ministerio de Obras Públicas, la Policía Nacional y los Gobiernos Provincial y Municipal de Tiwintza para el fortalecimiento de la señalización vial.

6.1.2.3 Estrategia de competitividad

Creación de una red de ecoturismo, turismo cultural y/o comunitario para una mejor comercialización de los productos turísticos.

Para ello se requiere del apoyo, compromiso y consenso de la comunidad Shuar del cantón Tiwintza, la empresa privada e instituciones públicas tales como el Municipio de Tiwintza, el Consejo Provincial de Morona Santiago y el Ministerio de Turismo. Se deberá cumplir con las políticas permanentes de Ecoturismo y principios generales que constan en el artículo nº 157 de la norma técnica para el ecoturismo en el Ecuador 2004.

6.1.2.4 Estrategia de modernización de las empresas de servicios que podrían ser parte de la actividad turística

Ningún esquema de competitividad puede ser desarrollado, sino se cuenta con empresas competitivas que hayan desarrollado una fuerte cultura empresarial, personal altamente capacitado y un liderazgo en costos. Por tal motivo es necesario que a través de la capacitación se logre modernizar las empresas que podrían ser parte de la actividad turística del Cantón.

6.1.3 Mensaje de promoción

El mensaje que se quiere transmitir es el siguiente:

“El Cantón Tiwintza es el sitio ideal para vivir en familia y amigos una experiencia de naturaleza, aventura, cultura, y diversión.”

Este mensaje se determinó en base a una evaluación de su potencial turístico, es decir se tomó en cuenta el inventario de atractivos turísticos (lo que se puede ofrecer) vs las preferencias, motivaciones y/o necesidades del segmento meta.

6.1.4 Comunicación

Una vez definido el producto, el precio, el público objetivo al que se quiere llegar y el concepto de posicionamiento que se quiere comunicar es momento de seleccionar las herramientas de promoción y los medios de comunicación más idóneos que se van a utilizar para poder llegar de la manera más efectiva a nuestro público objetivo.

6.1.4.1 Mezcla promocional

6.1.4.1.1 Publicidad

“Toda forma de comunicación no personal que es pagada por una empresa identificada para presentar y promocionar ideas, productos o servicios.” (Kotler, 2011, pág. 457)

Se proponen las siguientes acciones:

1. Reproducir y distribuir guías, trípticos, mapas georeferenciados, camisetas promocionales y videos promocionales. Estos deberán ser entregados a los turistas en los siguientes sitios estratégicos:
 - Cantones adyacentes a Tiwintza.
 - Lugares adecuados de Quito, Guayaquil, Cuenca, Riobamba, Loja y Puyo.
 - Agencias de viaje que comercialicen productos turísticos de la Amazonía ecuatoriana.
 - Sitios turísticos actualmente posicionados de la región Amazónica cercanos a Tiwintza.
2. Inserción de código QR en material impreso.
3. Contratación de cuñas radiales.
4. Ubicar vallas publicitarias en lugares estratégicos:

- Un lugar adecuado en el cantón Sucúa
- Un lugar adecuado en el cantón Logroño
- Un lugar adecuado en el cantón Limón Indanza
- Un lugar adecuado en la ciudad de Macas

Los medios publicitarios impresos y audiovisuales deberán comunicar el concepto de posicionamiento de una manera coherente con los objetivos promocionales que se han planteado.

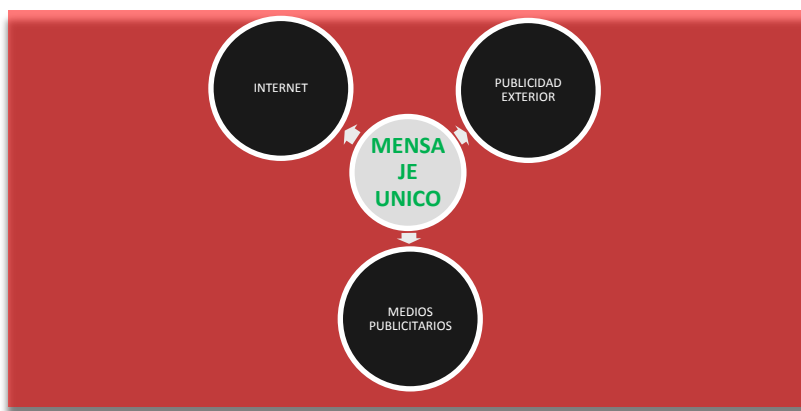
6.1.4.1.2 Internet

Se proponen las siguientes acciones:

5. Crear una página web en inglés y español: en la que se dé a conocer los productos turísticos propuestos para el cantón Tiwintza a la vez que permita a los potenciales clientes realizar reservas vía e-mail y solventar cualquier inquietud que tengan. La página web deberá contener información detallada de la oferta turística existente en el cantón, mapas georeferenciados y búsquedas múltiples por sitios de interés y motivaciones.
6. Crear una cuenta en Trip Advisor para potenciar el poder de las referencias generadas por los turistas: esta herramienta no solo permitirá dar a conocer el Cantón Tiwintza desde el punto de vista turístico sino también será un mecanismo de evaluación y control sobre la calidad en los servicios y productos turísticos que se ofertan.

6.1.4.2 Medios de comunicación

GRÁFICO N° 7
MEDIOS DE COMUNICACIÓN PROPUESTOS



Elaborado por: Henry Lema

Los medios de comunicación que se propone utilizar para promocionar el cantón Tiwintza son:

6.1.4.2.1 Internet

- Página web(**Ver anexo n° 28**)
- E-mail
- Redes sociales virtuales: Trip Advisor

6.1.4.2.2 Publicidad exterior

- Vallas publicitarias

6.1.4.2.3 Medios publicitarios

Impresos:

- Guías
- Trípticos(**Ver anexo nº 29**)
- Mapas georeferenciados
- Camisetas promocionales

Medios audiovisuales

- Cuñas radiales
- Video promocional

6.1.5 Diseño de la marca

Es necesario la creación de una marca comercial para la promoción y posicionamiento del cantón Tiwintza. Para el diseño de la marca se contratará un diseñador gráfico. **(Ver anexo n° 30)**

6.1.5.1 Slogan

El propósito del slogan es comunicar de una forma atractiva el mensaje promocional haciendo énfasis en los ejes principales del producto turístico que son: naturaleza, conocimiento cultural, aventura, y diversión. **(Ver anexo n° 31)**

CUADRO 24. Cronograma de actividades para la comunicación promocional

ACTIVIDADES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC
Organización de actividades de comunicación	PREPARADAS ANTES DE LA EJECCUCIÓN DE LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES											
Diseño de marca												
Diseño de página web												
PUBLICIDAD												
Trípticos												
Guía + video p.												
Camisetas												
Mapas												
Vallas publicitarias												
Pautaje en radio												
Participación en ferias de turismo												
INTERNET												
Mantenimiento de página web												
Evaluación y control												



Dirigido a turistas extranjeros

Dirigido a turistas nacionales

Dirigido a ambos segmentos

Elaborado por: Henry Lema

CAPÍTULO VII

7. CUANTIFICACIÓN DE LA INVERSIÓN PROPUESTA

7.1 Gastos

7.1.1 Gastos en actividades promocionales

CUADRO 25. Gastos en actividades promocionales

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN	VALOR ANUAL EN USD	VALOR PERÍODO 2013-2017 EN USD
Diseño de marca turística	Promotor turístico/Publicista/Diseñador gráfico	Imagen corporativa, diseño y manual de uso de la marca	1200	1200
Diseño de página web	Ingeniero en sistemas	Creación de una página web en inglés y español	600	600
Hosting	Ingeniero en sistemas	Hosting empresarial anual	50	250
Mantenimiento de página web	Ingeniero en sistemas	Mantenimiento y actualización	180	900
Remuneración repartidor de publicidad	Repartidor de publicidad	Entrega de medios de promoción	1800	9000
TOTAL ACTIVIDADES			3830	11950

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Henry Lema

7.1.2 Gastos publicidad

CUADRO 26. Gastos publicidad

DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO EN USD	CANTIDAD	PRECIO EN USD/AÑO	PRECIO EN USD/PERÍODO 2013-2017
Guía 60 x 30 tipo plegable+ copia de video promocional en CD	0.75	2333	1749.75	8748.75
Tríptico A4 tipo plegable en couché de 115 gr. Impresión full color dos lados	0.30	2333	699.9	3499.5
Mapa de bolsillo georeferenciados	0.17	1000	170	850
Camiseta impresa con el logo de Tiwintza	4.00	500	2000	10000
Inserción de código QR	300	1	300	300
Cuña radial de 30”(horarios	16	180	2880	14400

rotativos)				
Alquiler de vallas publicitaria 8 x 4 m clásica con dos torres + instalación	2500	4	10000	50000
Video promocional	400	1	400	400
TOTAL PUBLICIDAD			18199.65	88198.25

Fuente: Investigación realizada

7.2 Costo total de la inversión propuesta

COSTO TOTAL DE LA INVERSIÓN PROPUESTA	AÑO	PERÍODO 2013-2017
GASTOS EN ACTIVIDADES PROMOCIONALES	3830	11950
GASTOS PUBLICIDAD	18199.65	88198.25
TOTAL INVERSIÓN	22029.65	100148.25

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Henry Lema

7.3 Resultados esperados

Se espera que con la implementación de este plan se desarrolle y mantenga la visita periódica del Cantón Tiwintza en al menos un 5 % del mercado meta en el primer año hasta llegar a un 10% del mercado meta al finalizar el año 2017. Esto representaría un incremento del turismo en aproximadamente 1.43 veces el número de turistas con respecto al año 2012.

CAPÍTULO VIII

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1 Conclusiones

- La investigación permitió determinar que los principales atributos que tiene el cantón Tiwintza para su posicionamiento como producto turístico son sus atractivos naturales y culturales, los mismos que deben fortalecerse a través del diseño de un adecuado plan de promoción para comercializar al cantón como producto turístico a nivel nacional e internacional.
- Es estudio de mercado permitió determinar que los potenciales clientes que presentan mayor interés y capacidad de crecimiento para Tiwintza están conformados por turistas de los cantones adyacentes, turistas que llegan a la provincia de Morona Santiago de las ciudades como Quito, Guayaquil, Cuenca, y Riobamba y turistas extranjeros que visitan la Amazonía Ecuatoriana.
- Este plan de promoción turística será una herramienta esencial, para el desarrollo del cantón Tiwintza ya que lo dotará de un instrumento técnico para poder analizar y plantear estrategias para posicionarse como un destino turístico a nivel nacional e internacional.
- La promoción del producto turístico que presenta el cantón Tiwintza a los turistas se lo realizará a través de la mezcla promocional que está conformada por publicidad e internet.

- La propuesta de producto turístico que se ha desarrollado es el diseño de siete rutas turísticas que están compuestas por atractivos turísticos de tipo natural y cultural que prestan las facilidades para ser aprovechados, cuyo propósito son incentivar el desarrollo turístico del cantón.
- La cuantificación de la inversión necesaria para llevar a cabo las acciones de promoción no es muy representativa por lo que se considera que se debería aplicar y poner en marcha, para la promoción del cantón Tiwintza como producto turístico tanto a nivel nacional como internacional.
- Se estima que la implementación de este plan de promoción turística mantenga un crecimiento periódico de turistas al Cantón Tiwintza en al menos un 5 % del mercado meta en el primer año hasta llegar a un 10% del mercado meta al finalizar el año 2017. Lo que representaría un incremento del turismo en aproximadamente 1.43 veces el número de turistas con respecto al año 2012.

8.2 Recomendaciones

- El Municipio del Cantón Tiwintza debe invertir mucho más en la actividad turística ya que posee gran riqueza natural y cultural, lo cual debe ser aprovechado de mejor manera. Al mismo tiempo se debe poner en práctica las estrategias propuestas en este plan de promoción turística para así poder incrementar el desarrollo turístico de Tiwintza y posicionarlo como un destino turístico dentro del país.
- Se recomienda que todos los proyectos puntualizados en el plan, deben ser implementados y recibir un seguimiento por parte de los diferentes niveles de

Gobierno como: el Municipio de Tiwintza y Consejo Provincial de Morona Santiago, para así tener metas claras y concretas que vayan en beneficio para la población.

- Se recomienda educar y concientizar a la población del cantón Tiwintza para que cuide su patrimonio turístico y recursos naturales, mediante gestiones y alianzas estratégicas con los diferentes niveles de gobierno y ministerios, encargados de los bienes patrimoniales del país, y que a su vez genere una política de turismo incluyente que beneficie a los habitantes del cantón.
- Se debe realizar las gestiones correspondientes con las entidades de gobierno para poner en marcha el presente plan de promoción turística para el cantón Tiwintza, para el financiamiento que permita la implementación de los proyectos propuestos en el plan los mismos que deben ajustarse a lo largo del tiempo en función del nivel de cumplimiento de los objetivos promocionales planteados.
- Se considera que se debe realizar un estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Turismo comunitario que viabilice la comercialización de los productos turísticos del cantón Tiwintza.
- La Unidad de Turismo del Municipio del Cantón Tiwintza debe buscar la forma de diversificar los productos turísticos los mismos que puedan ser explotados de forma sostenible, que permitan incrementar la oferta turística del cantón a través de una planificación de actividades turísticas que contribuyan con el desarrollo turístico en beneficio de los involucrados y la población.
- El plan de promoción que se propone tiene la finalidad de incentivar al turista a visitar el Cantón Tiwintza desde una perspectiva de aventura y diversión sana, se ha dado

énfasis en la biodiversidad que tiene el lugar como un plus diferenciador basando en el aporte cultural que ofrece este cantón.

BIBLIOGRAFÍA

Libros:

Acerenza, M. A. (2004). *Fundamentos de marketing turístico*. México: Trillas.

Allioni, M. (1978). *La vida del pueblo Shuar*. Mundo Shuar.

Boullón, R. (2004). *Marketing Turístico: una perspectiva desde la planificación* (2da ed.). Buenos Aires: Turísticas.

Cañadas, L. (1983). *El Mapa Bioclimático y Ecológico del Ecuador*. Quito: Editores Asociados Cia. Ltda.

Chumpi, J. O. (2006). *Estándares y proceso histórico de desarrollo y participación ciudadana en el cantón TIWINTZA*. Quito: FLACSO. Sede Ecuador.

De la Torre, L. (2008). *Enciclopedia de la Plantas Utiles del Ecuador*. Quito.

ECOLAP Y MAE. (2007). *Guía del Patrimonio de Areas Naturales Protegidas del Ecuador*. Quito: ECOFUND, FAN, DarwinNet, IGM.

Fundación Natura. (2010). *Territorio, Bosques y Cultura en la cordillera del Cóndor*. Quito.

Gobierno autónomo descentralizado municipal de Limón Indanza y Gobierno Parroquial de Yunganza-El Rosario. (2011). *Costumbres y Tradiciones de la Cultura Shuar de la Parroquia Yunganza-El Rosario*.

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza. (2011). *Información POT1*.

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza. (2011). *Informe Pormenorizado 2011*.

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza. (2011). *Inventario de atractivos turísticos del Cantón Tiwintza*.

Gobierno Autónomo Municipal Descentralizado de Tiwintza. (2011). *Inventario de atractivos turísticos del Cantón Tiwintza*.

INEC. (2011). *Censo de Población y Vivienda 2010*.

Kotler, P. (1974). *Dirección de mercadotecnia*. México: Diana.

Kotler, P. (2011). *Marketing turístico*. 5ª ed. Madrid: Pearson Educación, S.A.

Ministerio de Turismo de Morona Santiago y Estudio Consulting. *Plan de Desarrollo de la Provincia de Morona Santiago, Primera Etapa*.

MINTUR. (2012). *Inventario de atractivos turísticos de Morona Santiago*. Quito.

MINTUR. (2009). *Plandetur2020*.

O'Guinn, T. C. (2006). *Publicidad y comunicación integral de marca*. México: International Thomson Editores, S.A.

Vos, R. (1988-1998). *La Pobreza Urbana en el Ecuador*.

Internet:

AICMA. (2012). *Provincia de Morona Santiago*. Recuperado el 22 de Mayo de 2012, de http://www.aicma-ec.org/educacion_morona_aicma.html

GADMT. (2012). *Tiwintza. Descúbrelo y Vívelo*. Recuperado el 18 de Julio de 2013, de http://www.municipiodetiwintza.gob.ec/turismo/index.php?option=com_content&view=article&id=49:ayampaco-de-mukiint&catid=1:platos-tipicos&Itemid=28

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de El Pangui. (Enero de 2012). *El Pangui. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2012, de http://www.google.com.ec/imgres?hl=es&newwindow=1&sa=X&tbm=isch&prmd=imvns&tbid=tXg1omztjGhhXM:&imgrefurl=http://gobiernomunicipalelpangui.blogspot.com/2012_01_01_archive.html&docid=shVptjmiqB5LHM&imgurl=http://3.bp.blogspot.com/-gGwsTSycK4c/UGC�xnSPEKI/

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza. (10 de Febrero de 2012). *Tiwintza Ecológico y Turístico. Descúbrelo y Vívelo*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2012, de http://www.municipiodetiwintza.gob.ec/turismo/index.php?option=com_vtemgallery&view=list&cid=2&Itemid=54.

Grupo Faro. (6 de Junio de 2011). *Lupa Fiscal Cantonal. Cómo va la inversión social en Tiwintza?* Recuperado el 23 de Mayo de 2012, de

http://www.grupofaro.org/sites/default/files/archivos/publicaciones/2011/2011-06-23/lupa_fiscal_cantonal_como_va_la_inversion_social_en_tiwintza.pdf

Ministerio de Coordinación Social. (2012). *Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador-SIISE*. Recuperado el 26 de Abril de 2013, de http://www.siise.gob.ec/siiseweb/PageWebs/POBREZA/ficpob_P13.htm

MINTUR. (Agosto de 2009). *Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador PIMTE 2014*. Recuperado el 14 de Marzo de 2013, de http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PIMTE_2014.pdf

Surtrek. (s.f.). *Surtrek.diseñando viajes con pasión*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2012, de <http://www.surtrek.org/expediciones-ecuador/volcan-sangay.html>

Tapia, A. (16 de Julio de 2010). *Visite Morona Santiago*. Recuperado el 22 de Mayo de 2012, de http://issuu.com/adrypau26/docs/visite_morona_santiago?mode=window&pageNumber=16

Viajandox consultores. (2011). *Pueblo Shuar*. Recuperado el 22 de Mayo de 2012, de http://www.viajandox.com/morona/moro_tiwintza_nakumkitshuar.htm.

ANEXOS

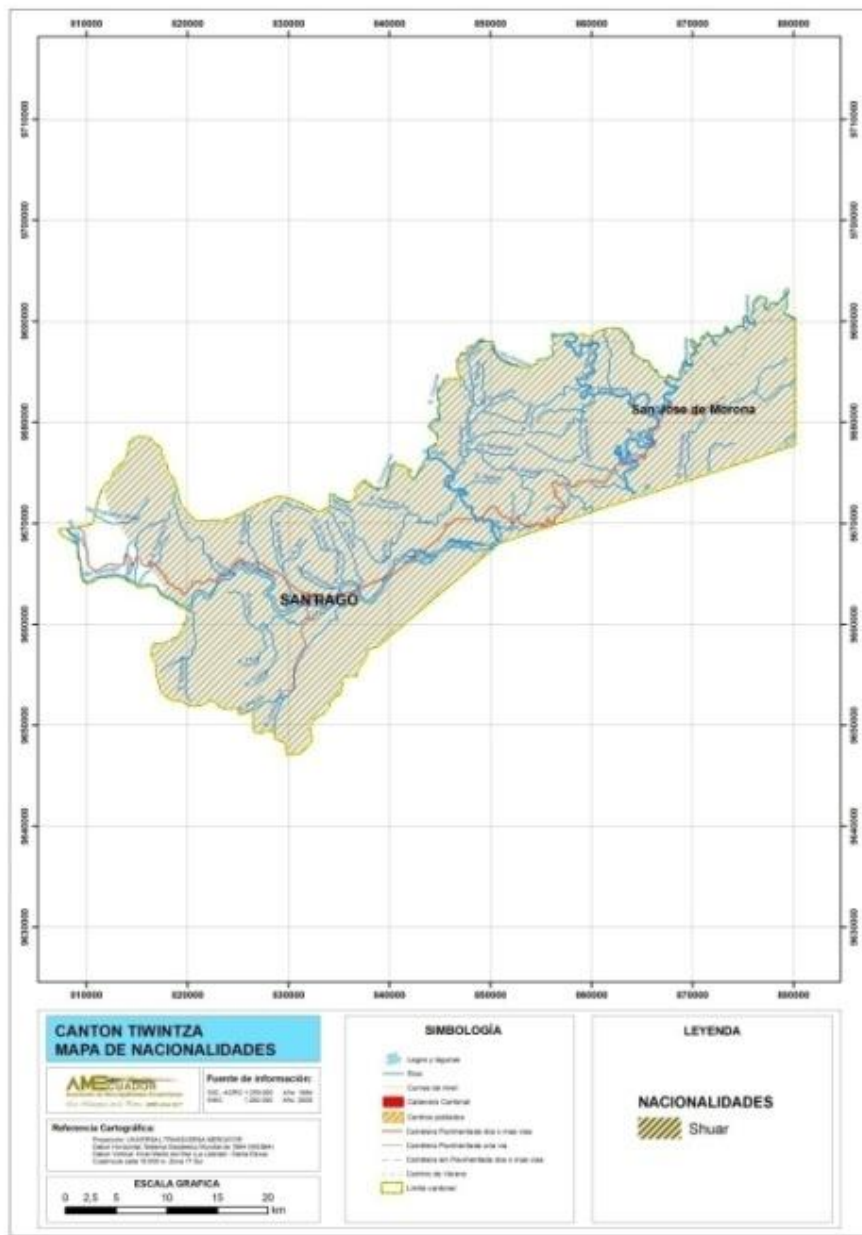
ANEXO N° 1

MAPA: UBICACIÓN DEL CANTÓN TIWINTZA



ANEXO N° 2

MAPA: NACIONALIDAD SHUAR EN EL CANTÓN TIWINTZA



Fuente: AME; SIG AGRO

MAPA: TIPOS DE CLIMA EN EL CANTÓN TIWINTZA



ANEXO N° 4- ENCUESTA PARA EL MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS (BORRADORES)

ENCUESTA DE TURISMO									
PLAN DE PROMOCION TURISTICA PARA EL CANTON TIWITZA					ENCUESTA N°				
NOMBRE: _____									
FECHA: _____									
ENCUESTA N° _____									
PERFIL DEL TURISTA									
EDAD									
SEXO	MASCULINO	☐	FEMENINO	☐					
ESCOLARIDAD	PRIMARIA	☐	SECUNDARIA	☐	UNIVERSITARIA	☐	POSGRADO	☐	NINGUNA
NACIONALIDAD									
ACTIVIDAD QUE DESEMPEÑA	EMPLEADO PRIVADO	☐	ESTUDIANTE	☐	SERV. PUBLICO	☐	INDEPENDIENTE	☐	
OCUPACION				JUBILADO	☐	OTRO (ESPECIFIQUE)			
GASTO APROXIMADO EN UN VIAJE POR PERSONA									
LINEA AEREA QUE EMPLEA GENERALMENTE									
COMUNICACIÓN									
GENERALMENTE COMO OBTIENE INFORMACIÓN ACERCA DE UN DESTINO TURISTICO									
E-MAIL	☐	PAGINA WEB	☐	TRIP ADVISOR	☐	AGENCIAS DE VIAJES	☐	TV O RADIO	☐
REDES SOCIALES(ESPECIFIQUE)						LIBROS DE VIAJES	☐	OTRO(ESPECIFIQUE)	☐
CUAL ES EL MEDIO DE SU PREFERENCIA PARA RECIBIR INFORMACION SOBRE PRODUCTOS TURISTICOS						AGENCIAS DE VIAJES	☐	TV O RADIO	☐
E-MAIL	☐	PAGINA WEB	☐	TRIP ADVISOR	☐	LIBROS DE VIAJES	☐	OTRO(ESPECIFIQUE)	☐
REDES SOCIALES(ESPECIFIQUE)									
CUAL ES EL MEDIO DE COMUNICACIÓN QUE MAS INFLUYE EN SUS DECISIONES DE VIAJE?									
COMPORTAMINETO DEL POTENCIAL CONSUMIDOR									
PLANIFICA SUS VIAJES	SI ☐			NO ☐	PORQUE?				
ES VEGETARIANO	SI ☐			NO ☐	PORQUE?				
ACOMPAÑANTES	SOLO ☐			PAREJA ☐	FAMILIA ☐				
ACTIVIDADES QUE LE GUSTARIA REALIZAR	CAMINATA ☐			CABALGATA ☐	AMIGOS ☐				
	RAFTING ☐			VISITA A LA COMUNIDAD SHUAR ☐	AVISTAMIENTO DE AVES ☐				
	VISITA A MUSEOS ☐			DEGUSTACION DE COMIDAS TÍPICAS ☐	ESPELEOLOGIA ☐				
	PESCA DEPORTIVA ☐			OTRO(ESPECIFIQUE)	TURISMO VIVENCIAL ☐				
TIEMPO APROXIMADO QUE PERMANECE EN UN DESTINO DENTRO DE UN PAIS									
CON QUE TIEMPO DE ANTELACION HACE RESERVACIONES PARA VIAJAR									
UTILIZA LOS SERVICIOS DE UNA AGENCIA DE VIAJES	SI ☐			NO ☐	PORQUE?				
RENTA UN VEHICULO EN EL DESTINO QUE VISITA	SI ☐			NO ☐	PORQUE?				
QUE HACE CUANDO SUS EXPECTATIVAS DE VIAJE NO SE HAN CUMPLIDO?									
EN QUE MES O MESES DEL AÑO HACE GENERALMENTE SUS VIAJES TURISTICOS									
CUANDO VIAJA POR NEGOCIOS SE DA UN TIEMPO PARA HACER TURISMO									
MOTIVACIONES									
CALIFIQUE CON ESCALA DE IMPORTANCIA LOS SIGUIETES FACTORES PARA IR A UN SITIO									
(1 MAS IMPORTANTE A 14 MENOS IMPORTANTE)									
CLIMA ☐					VIAS DE ACCESO ☐				
ACTIVIDADES QUE AHÍ SE REALIZAN ☐					UBICACIÓN ☐				
SERVICIOS DISPONIBLES EN EL SITIO (LAVANDERIA, INTERNET, RESTAURANTE, TELEFONIA, ETC) ☐					HOTELERIA ☐				
TIEMPO DE VIAJE ☐					ENTRETENIMIENTO ☐				
COMIDA ☐					GUIAS BILINGUES ☐				
PRECIO ☐					TRANSPORTE ☐				
SEGURIDAD ☐									
DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS MEDICOS ☐									
MOTIVOS PRINCIPALES PARA IR A UN LUGAR									
NATURALEZA ☐			SOL Y PLAYA ☐			CULTURA ☐			CIUDAD ☐
SALUD ☐			EVENTOS ☐			OTRO(ESPECIFIQUE)			
MENCIONE OTRO POSIBLE FACTOR O FACTORES NO MENCIONADOS ANTERIORMENTE QUE USTED CONSIDERA IMPORTANTES									
1									
2									
3									
QUE BENEFICIOS ESPERA OBTENER CUANDO VIAJA POR TURISMO									
1									
2									
3									

TOURIST POLL																																						
POLL Nº																																						
TOURIST INFORMATION																																						
AGE																																						
GENDER		MALE ☐ FEMALE ☐																																				
EDUCATION		PRIMARY ☐ SECONDARY ☐																																				
NATIONALITY																																						
WORK THAT YOU DO		PRIVATE EMPLOYEE ☐ STUDENT ☐																																				
OCCUPATION																																						
COMMUNICATION																																						
GENERALLY HOW DO YOU GET INFORMATION ABOUT A TOURSIT DESTINATION																																						
E-MAIL		☐		PAGINA WEB		☐		NEWSPAPER		☐		TRAVEL AGENCIES		☐																								
SOCIAL NETWORKS(SPECIFY)												TRIP ADVISOR		☐																								
TV OR RADIO STATION												TRAVELER BOOKS																										
												WHICH ONE?																										
CONSUMER BEHAVIOR																																						
PREFERRED FOOD WHEN YOU TRAVEL				INTERNATIONAL		☐		VEGETARIAN		☐		PROPIA DEL PAIS QUE VISITA		☐																								
COMPANIONS				FAMILY		☐		BOYFRIEND/GIRLFRIEND		☐		ALONE		☐																								
ESTIMATED TIME THAT YOU STAY IN A DESTINATION IN A COUNTRY				days																																		
GENERALLY DO YOU TRAVEL WITH AN AGENCY		YES		☐		NO		☐		WHY?																												
DO YOU RENT A CAR IN THE PLACE YOU'RE VISITING		YES		☐		NO		☐		WHY?																												
WHAT DO YOU DO WHEN YOUR TRAVEL EXPECTATIUNONS HAVEN'T BEEN MET																																						
WHICH MONTHS OF THE YEAR DO YOU GENERALLY TRAVEL FOR TOURIST REASONS		<table border="1"> <tr> <td>JAN</td><td>FEB</td><td>MAR</td><td>APRIL</td><td>MAY</td><td>JUNE</td><td>JULY</td><td>AUG</td><td>SEP</td><td>OCT</td><td>NOV</td><td>DEC</td> </tr> <tr> <td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td> </tr> </table>													JAN	FEB	MAR	APRIL	MAY	JUNE	JULY	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
JAN	FEB	MAR	APRIL	MAY	JUNE	JULY	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC																											
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐																											
WHEN YOU TRAVEL FOR BUSINESS DO YOU TAKE SOME TIME FOR TOURISM		YES		☐		NO		☐		WHY?																												
ESTIMATED AMOUNT OF MONEY THAT YOU SPEND ON A TOURIST TRAVEL PER PERSON																																						
MOTIVATIONS																																						
TICK UP TO THREE REASONS TO GO TO A PLACE																																						
WEATHER		☐		KNOWLEDGE		☐		TO DO SOME SPORT		☐		☐		☐																								
FOOD		☐		CULTURE		☐		TO REST		☐		☐		☐																								
PLEASURE		☐		ENTERTAINMENT		☐		TO GO SHOPPING		☐		☐		☐																								
IF YOU TRAVELED TO THE ECUADORIAN AMAZON REGION WHICH BENEFITS WOULD YOU BE MOST INTERESTED IN																																						
NATURE		☐		HEALTH		☐		CULTURAL INTERCHANGE		☐		RELAXATION		☐																								
		☐		☐		☐		KNOWLEDGE		☐		ANOTHER(SPECIFY)																										
ACTIVITIES YOU WOULD LIKE TO DO IF YOU WENT TO THE AMAZON REGION																																						
HIKING		☐		HORSEBACK RIDING		☐		BIRD WATCHING		☐		☐		☐																								
RAFTING		☐		VISIT THE SHUAR ETHNIC GROUP		☐		ESPELEOLOGIA		☐		☐		☐																								
VISIT MUSEUMS		☐		TRY TYPICAL FOOD		☐		TURISMO VIVENCIAL		☐		☐		☐																								
SPORTS FISHING		☐		ANOTHER(SPECIFY)																																		

ENCUESTA PARA EL MEJORAMIENTO DE SERVICIOS TURÍSTICOS															No. 																										
PERFIL DEL TURISTA																																									
1 SEXO		☐ HOMBRE ☐ MUJER		2 EDAD 		3 NACIONALIDAD 																																			
4 EDUCACIÓN		PRIMARIA ☐		SECUNDARIA ☐		UNIVERSITARIA ☐		POSGRADO ☐																																	
5 ACTIVIDAD PRINCIPAL		EMPLEADO PRIVADO ☐		INDEPENDIENTE ☐		COMERCIANTE ☐		ESTUDIANTE ☐		OTRA 																															
		SERVIDOR PÚBLICO ☐		JUBILADO ☐		AMA DE CASA ☐																																			
COMUNICACIÓN																																									
6 COMO PREFIERE OBTENER INFORMACIÓN ACERCA DE UN DESTINO TURÍSTICO? MARQUE HASTA TRES OPCIONES																																									
E-MAIL		☐		REDES SOCIALES		 ¿CUÁL?																																			
TRIP ADVISOR		☐		LIBROS DE VIAJERO		 ¿CUÁL?																																			
PERIÓDICO		 ¿CUÁL?		ESTACIÓN DE RADIO O TV		 ¿CUÁL?																																			
PAGINA WEB		 ¿CUÁL?		FERIAS Y EXPOSICIONES		 ¿CUÁL?																																			
AGENCIAS DE VIAJES		 ¿CUÁL?		OTRA		 ¿CUÁL?																																			
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR																																									
7 COMIDA PREFERIDA SI VIAJARA A LA REGION AMAZONICA				INTERNACIONAL ☐				VEGETARIANA ☐				ECUATORIANA ☐																													
8 CUANDO REALIZA ACTIVIDAD TURÍSTICA, GENERALMENTE VIAJA CON				FAMILIA ☐				PAREJA ☐				AMIGOS ☐																													
9 SI VIAJARA A LA AMAZONIA ECUATORIANA COMO TURISTA, LO HARIA CON UNA AGENCIA DE VI SI				NO ☐				NO ☐				¿PORQUÉ? 																													
10 SI VIAJARA A LA AMAZONIA ECUATORIANA COMO TURISTA, LE GUSTARIA RENTAR UN VEHICULO SI				NO ☐				NO ☐				¿PORQUÉ? 																													
11 TIEMPO ESTIMADO QUE PERMANECERIA EN LA AMAZONIA ECUATORIANA EN UN VIAJE TURISTICO COMPLETO				 días																																					
12 SI FUERA A LA AMAZONIA ECUATORIANA CUANTO GASTARÍA EN UN VIAJE TURISTICO POR PERSONA				USD 																																					
13 EN QUE MESES DEL AÑO HACE GENERALMENTE SUS VIAJES TURISTICOS?				<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 5%;">ENE</td><td style="width: 5%;">FEB</td><td style="width: 5%;">MAR</td><td style="width: 5%;">ABRIL</td><td style="width: 5%;">MAY</td><td style="width: 5%;">JUNIO</td><td style="width: 5%;">JULIO</td><td style="width: 5%;">AGO</td><td style="width: 5%;">SEP</td><td style="width: 5%;">OCT</td><td style="width: 5%;">NOV</td><td style="width: 5%;">DIC</td><td style="width: 5%;">SIN TIEMPO DEFINIDO</td> </tr> <tr> <td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td><td>☐</td> </tr> </table>												ENE	FEB	MAR	ABRIL	MAY	JUNIO	JULIO	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	SIN TIEMPO DEFINIDO	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
ENE	FEB	MAR	ABRIL	MAY	JUNIO	JULIO	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	SIN TIEMPO DEFINIDO																													
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐																													
MOTIVACIONES																																									
14 EN CASO DE REALIZAR UN VIAJE TURÍSTICO A LA AMAZONIA EN ECUADOR CUÁLES SERÍAN SUS MOTIVOS PRINCIPALES? MARQUE TRES OPCIONES																																									
COMIDA ☐		ENTRETENIMIENTO ☐		CONOCIMIENTO CULTURAL ☐		BIODIVERSIDAD ☐		OTRA ¿CUÁL?																																	
RELAJACIÓN ☐		AVENTURA ☐		CONTACTO CON LA NATURALEZA ☐		DIVERSIDAD ÉTNICA ☐																																			
15 ACTIVIDADES QUE LE GUSTARÍA REALIZAR EN CASO DE IR A LA AMAZONÍA ECUATORIANA																																									
PESCA DEPORTIVA ☐		CAMINATA ☐		VISITA A LA COMUNIDAD SHUAR ☐		VER SHAMANES ☐		OTRA ¿CUÁL?																																	
COMPRAR ARTESANÍAS ☐		VISITA A MUSEOS ☐		AVISTAMIENTO DE FAUNA ☐		RAFTING ☐																																			
TURISMO VIVENCIAL ☐		CABALGATA ☐		DEGUSTAR COMIDAS TÍPICAS ☐		DEPORTES EXTREMOS ☐																																			

TOURIST POLL															No. 		
TOURIST INFORMATION																	
1 GENDER		☐ MALE ☐ FEMALE		2 AGE 		3 NATIONALITY 											
4 EDUCATION				PRIMARY ☐		HIGH SCHOOL ☐		UNIVERSITY ☐		POSTGRADE ☐							
5 WORK THAT YOU DO				PRIVATE EMPLOYEE ☐		SELF EMPLOYED ☐		DEALER ☐		STUDENT ☐		ANOTHER WHICH ONE?					
				PUBLIC EMPLOYEE ☐		RETIRED ☐		HOUSEMAID ☐									
COMMUNICATION																	
6 HOW DO YOU PREFER TO OBTAIN INFORMATION ABOUT A TOURIST DESTINATION? CHOOSE UP TO THREE OPTIONS																	
				E-MAIL ☐		SOCIAL NETWORKS WHICH ONE?											
				TRIP ADVISOR ☐		TRAVELER BOOKS WHICH ONE?											
				NEWSPAPER ☐		TV OR RADIO STATION WHICH ONE?											
				WEB PAGE ☐		FAIRS & EXPO events WHICH ONE?											
				TRAVEL AGENCY ☐		ANOTHER WHICH ONE?											
CONSUMER BEHAVIOR																	
7 PREFERRED FOOD IF YOU TRAVELED TO THE AMAZON REGION										INTERNATIONAL ☐		VEGETARIAN ☐		ECUADORIAN ☐			
8 USUAL COMPANIONS										FAMILY ☐		PARTNER ☐		FRIENDS ☐		ALONE ☐	
9 IF YOU TRAVELED TO THE AMAZON REGION AS A TOURIST WOULD YOU DO IT WITH A TRAVEL AGENCY										YES ☐		NO ☐		WHY? 			
10 IF YOU WERE TO GO TO THE ECUADORIAN AMAZON REGION AS A TOURIST WOULD YOU LIKE TO RENT A CAFÉ										YES ☐		NO ☐		WHY? 			
11 HOW MANY DAYS WOULD YOU SPEND ON A COMPLETE TOURIST TRIP TO THE AMAZON REGION												days					
12 ESTIMATED AMOUNT OF MONEY YOU WOULD SPEND ON A COMPLETE TOURIST TRIP TO THE ECUADORIAN AMAZON REGION PER PERSON										USD							
13 WHICH MONTHS OF THE YEAR DO YOU GENERALLY TRAVEL AS A TOURIST																	
JAN	FEB	MAR	APRIL	MAY	JUNE	JULY	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC	NO SET TIME					
MOTIVATIONS																	
14 IN CASE YOU TRAVELED TO THE ECUADORIAN AMAZON REGION AS A TOURIST WHAT WOULD BE YOUR MAIN MOTIVES ? CHOOSE UP TO THREE OPTIONS																	
FOOD ☐		ENTERTAINMENT ☐		CULTURAL KNOWLEDGE ☐		BIODIVERSITY ☐		ANOTHER WHICH ONE?									
RELAXATION ☐		ADVENTURE ☐		NATURE ☐		ETHNIC DIVERSITY ☐											
15 WHICH ACTIVITIES WOULD YOU LIKE TO DO IN CASE YOU WERE TO GO TO THE AMAZON REGION?																	
SPORTS FISHING ☐		HIKING ☐		VISIT THE SHUAR COMMUNITY ☐		SEE SHAMANS ☐		ANOTHER WHICH ONE?									
BUY HANDICRAFTS ☐		VISIT MUSEUMS ☐		SEE WILDLIFE ☐		RAFTING ☐											
SHARE WITH LOCAL PEOPLE ☐		HORSEBACK RIDING ☐		TRY TYPICAL FOOD ☐		EXTREME SPORTS ☐											

ANEXO N° 5- ENCUESTA PARA EL MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS (DEFINITIVA)

ENCUESTA PARA EL MEJORAMIENTO DE SERVICIOS TURÍSTICOS															No.
PERFIL DEL TURISTA															
1 SEXO		☐ HOMBRE ☐ MUJER		2 EDAD 		3 PROCEDENCIA 									
4 EDUCACIÓN				PRIMARIA ☐		SECUNDARIA ☐		UNIVERSITARIA ☐		POSGRADO ☐					
5 ACTIVIDAD PRINCIPAL				EMPLEADO PRIVADO ☐		INDEPENDIENTE ☐		COMERCIANTE ☐		ESTUDIANTE ☐		OTRA ☐ ¿CUÁL? 			
				SERVIDOR PÚBLICO ☐		JUBILADO ☐		AMA DE CASA ☐							
COMUNICACIÓN															
6 COMO PREFIERE OBTENER INFORMACIÓN ACERCA DE UN DESTINO TURÍSTICO? MARQUE HASTA TRES OPCIONES															
E-MAIL ☐				REDES SOCIALES ☐ ¿CUÁL? 											
TRIP ADVISOR ☐				LIBROS DE VIAJERO ☐ ¿CUÁL? 											
PERIÓDICO ☐ ¿CUÁL? 				ESTACIÓN DE RADIO O TV ☐ ¿CUÁL? 											
PAGINA WEB ☐ ¿CUÁL? 				FERIAS Y EXPOSICIONES ☐ ¿CUÁL? 											
AGENCIAS DE VIAJES ☐ ¿CUÁL? 				OTRA ☐ ¿CUÁL? 											
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR															
7 COMIDA PREFERIDA EN SU VISITA A LA AMAZONÍA															
								INTERNACIONAL ☐		VEGETARIANA ☐				ECUATORIANA ☐	
8 CUANDO REALIZA ACTIVIDAD TURÍSTICA, GENERALMENTE VIAJA CON															
								FAMILIA ☐		PAREJA ☐				AMIGOS ☐	
9 PARA VENIR A LA AMAZONÍA, LO HIZO CON UNA AGENCIA DE VIAJES															
								SI ☐		NO ☐				¿PORQUÉ? 	
10 EN UNA VISITA FUTURA, LE GUSTARÍA RENTAR UN VEHICULO															
								SI ☐		NO ☐				¿PORQUÉ? 	
11 TIEMPO ESTIMADO QUE PERMANECIÓ EN LA AMAZONÍA COMO TURISTA															
								 días							
12 CUÁL FUE EL GASTO APROXIMADO DURANTE SU ESTADÍA POR PERSONA															
								USD 							
13 EN QUE MESES DEL AÑO HACE GENERALMENTE SUS VIAJES TURÍSTICOS?															
ENE		FEB		MAR		ABRIL		MAY		JUNIO		JULIO		AGO	
☐		☐		☐		☐		☐		☐		☐		☐	
SEP		OCT		NOV		DIC		SIN TIEMPO DEFINIDO							
☐		☐		☐		☐		☐							
MOTIVACIONES															
14 MOTIVOS PRINCIPALES PARA VISITAR LA AMAZONÍA ECUATORIANA. MARQUE TRES OPCIONES															
COMIDA ☐				ENTRETENIMIENTO ☐				CONOCIMIENTO CULTURAL ☐				BIODIVERSIDAD ☐			
RELAJACIÓN ☐				AVENTURA ☐				CONTACTO CON LA NATURALEZA ☐				DIVERSIDAD ÉTNICA ☐			
												OTRA ☐ ¿CUÁL? 			
15 ACTIVIDADES QUE LE GUSTARÍA REALIZAR EN UNA VISITA FUTURA A LA AMAZONÍA ECUATORIANA															
PESCA DEPORTIVA ☐				CAMINATA ☐				VISITA A LA COMUNIDAD SHUAR ☐				VER SHAMANES ☐			
COMPRAR ARTESANÍAS ☐				VISITA A MUSEOS ☐				AVISTAMIENTO DE FAUNA ☐				RAFTING ☐			
TURISMO VIVENCIAL ☐				CABALGATA ☐				DEGUSTAR COMIDAS TÍPICAS ☐				DEPORTES EXTREMOS ☐			
												OTRA ☐ ¿CUÁL? 			

TOURIST POLL

No. 1

TOURIST INFORMATION

1 GENDER ☒ MALE ☐ FEMALE

2 AGE 29

3 NATIONALITY U.S.A.

4 EDUCATION PRIMARY ☐ SECONDARY ☐ COLLEGE DEGREE ☒ POSTGRADE ☐

5 WORK THAT YOU DO
 PRIVATE EMPLOYEE ☐ SELF EMPLOYED ☐ DEALER ☐ STUDENT ☒
 PUBLIC EMPLOYEE ☐ RETIRED ☐ HOUSEMAID ☐ ANOTHER ☐ WHICH ONE?

COMMUNICATION

6 HOW DO YOU PREFER TO OBTAIN INFORMATION ABOUT A TOURIST DESTINATION CHOOSE UP TO THREE OPTIONS

E-MAIL ☒	SOCIAL NETWORKS WHICH ONE?
TRIP ADVISOR ☐	TRAVELER BOOKS WHICH ONE?
NEWSPAPER ☐	TV OR RADIO STATION WHICH ONE?
WEB PAGE ☒	FAIRS & EXPO events WHICH ONE?
TRAVEL AGENCY ☐	ANOTHER WHICH ONE?

CONSUMER BEHAVIOR

7 PREFERRED FOOD IF YOU TRAVELED TO THE AMAZON REGION
 INTERNATIONAL ☐ VEGETARIAN ☐ ECUADORIAN ☒

8 USUAL COMPANIONS
 FAMILY ☒ PARTNER ☐ FRIENDS ☐ ALONE ☐

9 IF YOU TRAVELED TO THE AMAZON REGION AS A TOURIST WOULD YOU DO IT WITH A TRAVEL AGENCY YES ☐ NO ☒

10 IF YOU WERE TO GO TO THE ECUADORIAN AMAZON REGION AS A TOURIST WOULD YOU LIKE TO RENT A CAR YES ☐ NO ☒

11 ESTIMATED AMOUNT OF MONEY THAT YOU WOULD BE WILLING TO SPEND ON A TOURIST TRIP TO THE ECUADORIAN AMAZON REGION PER PERSON
 USD 400 days 2-10

12 ESTIMATED TIME THAT YOU WOULD SPEND IN THE AMAZON REGION AS A TOURIST

13 WHICH MONTHS OF THE YEAR DO YOU GENERALLY TRAVEL AS A TOURIST

JAN	FEB	MAR	APRIL	MAY	JUNE	JULY	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC	NO SET TIME

MOTIVATIONS

14 IN CASE YOU TRAVELED TO THE ECUADORIAN AMAZON REGION AS A TOURIST WHAT WOULD BE YOUR MAIN MOTIVES ? CHOOSE UP TO THREE OPTIONS

FOOD ☐	ENTERTAINMENT ☐	CULTURAL KNOWLEDGE ☒	BIODIVERSITY ☐	ANOTHER WHICH ONE?
RELAXATION ☒	ADVENTURE ☐	NATURE ☒	ETHNIC DIVERSITY ☐	

15 WHICH ONE? ACTIVITIES WOULD YOU LIKE TO DO IN CASE YOU WERE TO GO TO THE AMAZON REGION?

SPORTS FISHING ☐	HIKING ☒	VISIT THE SHUAR COMMUNITY ☐	SEE SHAMANS ☐	ANOTHER WHICH ONE?
BUY HANDICRAFTS ☒	VISIT MUSEUMS ☐	SEE WILDLIFE ☐	RAFTING ☐	
SHARE WITH LOCAL PEOPLE ☐	HORSEBACK RIDING ☐	TRY TYPICAL FOOD ☒	EXTREME SPORTS ☐	

*WHY? ENTERTAINMENT
WHY? DOESN'T LIKE TO TRAVEL ALONE
- AIRPLANE FARE NOT INCLUDED*

TOURIST POLL

No.

TOURIST INFORMATION

1 GENDER ☐ MALE ☒ FEMALE

2 AGE

3 NATIONALITY

4 EDUCATION PRIMARY ☐ SECONDARY ☐ COLLEGE DEGREE ☒ POSTGRADE ☐

5 WORK THAT YOU DO
 PRIVATE EMPLOYEE ☐ SELF EMPLOYED ☐ DEALER ☐ STUDENT ☐
 PUBLIC EMPLOYEE ☒ RETIRED ☐ HOUSEMAID ☐ ANOTHER

COMMUNICATION

6 HOW DO YOU PREFER TO OBTAIN INFORMATION ABOUT A TOURIST DESTINATION CHOOSE UP TO THREE OPTIONS

E-MAIL	☒	SOCIAL NETWORKS	☒ WHICH ONE?
TRIP ADVISOR	☐	TRAVELER BOOKS	☐ WHICH ONE?
NEWSPAPER	☐	TV OR RADIO STATION	☒ WHICH ONE?
WEB PAGE	☐	FAIRS & EXPO events	☐ WHICH ONE?
TRAVEL AGENCY	☐	ANOTHER	☐ WHICH ONE?

CONSUMER BEHAVIOR

7 PREFERRED FOOD IF YOU TRAVELED TO THE AMAZON REGION INTERNATIONAL ☐ FAMILY ☐

8 USUAL COMPANIONS VEGETARIAN ☐ PARTNER ☒ NO ☒

9 IF YOU TRAVELED TO THE AMAZON REGION AS A TOURIST WOULD YOU DO IT WITH A TRAVEL AGENCY YES ☒ NO ☐

10 IF YOU WERE TO GO TO THE ECUADORIAN AMAZON REGION AS A TOURIST WOULD YOU LIKE TO RENT A CAR YES ☒ NO ☐

11 ESTIMATED AMOUNT OF MONEY THAT YOU WOULD BE WILLING TO SPEND ON A TOURIST TRIP TO THE ECUADORIAN AMAZON REGION PER PERSON USD days

12 ESTIMATED TIME THAT YOU WOULD SPEND IN THE AMAZON REGION AS A TOURIST

13 WHICH MONTHS OF THE YEAR DO YOU GENERALLY TRAVEL AS A TOURIST

JAN	FEB	MAR	APRIL	MAY	JUNE	JULY	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC	NO SET TIME
☒	☒				☒	☒	☒					

MOTIVATIONS

14 IN CASE YOU TRAVELED TO THE ECUADORIAN AMAZON REGION AS A TOURIST WHAT WOULD BE YOUR MAIN MOTIVES ? CHOOSE UP TO THREE OPTIONS

FOOD	☒	ENTERTAINMENT	☒	CULTURAL KNOWLEDGE	☒	BIODIVERSITY	☐	ANOTHER	WHICH ONE?
RELAXATION	☐	ADVENTURE	☒	NATURE	☒	ETHNIC DIVERSITY	☒		

15 WHICH ONE? ACTIVITIES WOULD YOU LIKE TO DO IN CASE YOU WERE TO GO TO THE AMAZON REGION?

SPORTS FISHING	☐	HIKING	☒	VISIT THE SHUAR COMMUNITY	☐	SEE SHAMANS	☒	ANOTHER	WHICH ONE?
BUY HANDICRAFTS	☐	VISIT MUSEUMS	☒	SEE WILDLIFE	☒	RAFTING	☐		
SHARE WITH LOCAL PEOPLE	☒	HORSEBACK RIDING	☐	TRY TYPICAL FOOD	☐	EXTREME SPORTS	☐		

ANEXO N° 6

CATASTRO TURÍSTICO DEL CANTÓN TIWINTZA

N°	RAZON SOCIAL	DIRECCION	CAPAC.	SERVICIOS QUE OFERTAN
	1. ALOJAMIENTO			
	1.1 CABAÑAS (C)			
1	FUNDACION AMARU AMAZONICO	MAYA IK (SANTIAGO)	16	SERVICIO DE TOURS, HOSPEDAJE, DANZA TIPICA SHUAR

Nº	RAZON SOCIAL	DIRECCION	CAPAC.	SERVICIOS QUE OFERTAN
	1.2 HOSTAL (HS)			
2	INTEROCEANICO EL CHINITO	SANTIAGO	30	TV CABLE, BAÑO PRIVADO Y SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS
3	NAPURAK	PTO. KASHPAIM	8	SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS
4	OASIS AMAZONICO	SANTIAGO	20	TV CABLE, BAÑO

Nº	RAZON SOCIAL	DIRECCION	CAPAC.	SERVICIOS QUE OFERTAN
				PRIVADO
	1.3 HOSTAL RECIDENCIA (HSR)			
5	RECIDENCIAL 24 HORAS	SANTIAGO	12	OFRECE SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS
6	RECIDENCIAL EL PUEBLO	SAN JOSE DE MORONA	12	OFRECE SERVICIO DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y

Nº	RAZON SOCIAL	DIRECCION	CAPAC.	SERVICIOS QUE OFERTAN
				TRANSPORTE
7	RECIDENCIAL ORO VERDE	SANTIAGO	18	ESTRUCTURA DE MADERA
8	RECIDENCIAL THALIA	SAN JOSE DE MORONA	13	SERVICIO DE BEBIDA
	1.4 PENSIÓN (P)			
9	DAYANA	SAN JOSE DE MORONA	8	CONSTRUCCION DE MADERA
	1.5 COMPLEJO VACACIONAL			

Nº	RAZON SOCIAL	DIRECCION	CAPAC.	SERVICIOS QUE OFERTAN
10	COMPLEJO TURISTICO EL PARAISO DE MORONA	SAN JOSE DE MORONA	...	RECREACION, DEPORTE, INTERPRETACION AMBIENTAL, BINGOS.
2. ALIMENTOS Y BEBIDAS				
2.1 BAR				
11	BAR RESTAURANT LA CABAÑA	SANTIAGO	50	PLATOS TIPICOS Y VARIADOS, REUNIONES

Nº	RAZON SOCIAL	DIRECCION	CAPAC.	SERVICIOS QUE OFERTAN
				SOCIALES.
	2.2 FUENTES DE SODA			
12	HELADERIA Tiwintza	SANTIAGO	12	OFRECE VARIEDAD DE HELADOS
13	PANADERIA DUGOSH	SANTIAGO	...	SERVICIO DE SODA BAR
14	SODA - TIENDA DANIELITA	SANTIAGO	10	SUMINISTROS ALIMENTICIOS Y BEBIDAS

Nº	RAZON SOCIAL	DIRECCION	CAPAC.	SERVICIOS QUE OFERTAN
	2.3 RESTAURANTE			
15	CASA TIPICA	SANTIAGO	60	COMIDA Y BEBIDA NETAMENTE TIPICA
16	COMEDOR LA CHOZA	SAN JOSE DE MORONA	40	COMIDA TIPICA Y VARIADA
17	COMEDOR OLGUITA	SANTIAGO	30	COMIDA COSTEÑA

Nº	RAZON SOCIAL	DIRECCION	CAPAC.	SERVICIOS QUE OFERTAN
18	COMEDOR PAOLITA	SANTIAGO	20	PLATOS VARIADOS
19	RESTAURAN NUEVO AMANECER	SAN JOSE DE MORONA	20	PLATOS VARIADOS
20	RESTAURANT CAROLINA	SANTIAGO	20	PLATOS VARIADOS
21	RESTAURANT GAVIOTA	SAN JOSE DE MORONA	20	PLATOS VARIADOS
22	RESTAURANT LA CASCADA	SANTIAGO	30	PLATOS

Nº	RAZON SOCIAL	DIRECCION	CAPAC.	SERVICIOS QUE OFERTAN
				VARIADOS
23	SALON JUANITO	SANTIAGO	20	COMIDA TIPICA
3. RECREACION, DIVERSION, ESPARCIMIENTO				
3.1 DISCOTECA				
24	DISCOTE XENON	SANTIAGO	70	ESTRUCTURA SEMI TIPICA
25	EL RINCON DEL KUNKI	SANTIAGO	50	ESTRUCTURA SEMI TIPICA

Nº	RAZON SOCIAL	DIRECCION	CAPAC.	SERVICIOS QUE OFERTAN
	3.2 VILLAR- KARAOKE			
26	VILLAR GOMEZ	SANTIAGO		SERVICIO DE BEBIDA
27	VILLAR LAS COLINAS	SANTIAGO		SERVICIO DE KARAOKE
28	VILLAR MORONA	SAN JOSE DE MORONA		SERVICIO DE BEBIDA
29	VILLAR SHAKIRA	SANTIAGO	12	SERVICIO DE BEBIDA

OTROS SERVICIOS

Nº	RAZON SOCIAL	DIRECCION	CAPAC.	SERVICIOS QUE OFERTAN
	4. SERVICIOS DE APOYO			
	4.1 ARTESANIAS / CULTURA			
30	GRUPO ARTESANAL	VARIAS COMUNIDADES		CONFECCION DE ARTESANIA SHUAR
31	GRUPO ARTESANAL	VARIAS COMUNIDADES		CONFECCION DE ARTESANIA SHUAR
32	GRUPOS CULTURAL DE LA COMUNIDAD KIIM	KIIM – SANTIAGO		PRESENTACIONES DE DANZA Y FOLKLOR

Nº	RAZON SOCIAL	DIRECCION	CAPAC.	SERVICIOS QUE OFERTAN
				AUTOCTONAS
33	GRUPO CULTURAL KUSHAPUK	KUSHAPUK		PRESENTACIONES DE DANZA Y FOLKLOR AUTOCTONAS
	4.2 TELECOMUNICACIONES			
34	CNT Tiwintza	BARRIO NORTE		LLAMADAS LOCALES, PROVINCIALES E INTERNACIONALES
35	SERVICIO DE TELEFONIA	SANTIAGO	1	SERVICIO DE UNA SOLA CABINA

Nº	RAZON SOCIAL	DIRECCION	CAPAC.	SERVICIOS QUE OFERTAN
36	INTERNET CAMPORING	SANTIAGO	8	8 MAQUINAS A DISPOSICION
37	INTERNET Tiwintza	BARRIO CENTRO	8	8 MAQUINAS A DISPOSICION
38	TELECENTRO MUNICIPAL	SANTIAGO	12	12 MAQUINAS A DISPOSICION
	4.3 PRIMEROS AUXILIOS Y SEGURIDAD			
39	COE - DEFENSA CIVIL	SANTIAGO	10	GRUPO DE VOLUNTARIOS

Nº	RAZON SOCIAL	DIRECCION	CAPAC.	SERVICIOS QUE OFERTAN
40	POLICIAL	SANTIAGO	2	POLICIAS NACIONALES
41	SERVICIO MEDICO	SANTIAGO		3 MEDICOS Y 3 AUXILIARES A DISPOSICION
42	SERVICIO MEDICO (DISPENSARIO)	SANTIAGO		2 MEDICOS Y 2 AUXILIARES A DISPOSICION

FUENTE: Inventario de atractivos turísticos del cantón Tiwintza, 2010

REALIZADO POR: Unidad de Turismo del Municipio de Tiwintza, mayo 2011

ANEXO N° 7

TRANSPORTE EN EL CANTÓN TIWINTZA

N o	RAZON SOCIAL	DIRECCION	CAP AC.	SERVICIOS QUE OFERTAN
	4.4 TRANSPORTE			
	4.4.1 TRANSPORTE AEREO (Nacional)			
4 3	COMPAÑÍA AEREA	MACAS, PUYO, SANTIAGO	12	SERVICIO AEREO INTERPROVINCIAL
	4.4.2 TRANSPORTE FLUVIAL			
4 4	BOTE FLUVIAL REINA DE LA NUBE	SAN JOSE DE MORONA	15	RECORRIDO ECUADOR – PERU
4 5	TRANS. FLUVIAL INTERNACIONAL PERU – ECUADOR	SANTIAGO	15	RECORRIDO COMUNIDADES ECUADOR - PERÚ

N o	RAZON SOCIAL	DIRECCION	CAP AC.	SERVICIOS QUE OFERTAN
	4.4.3 TRASPORTE TERRESTRE			
4 6	TRANS. TERRESTRE SENDEROS DE MI Tiwintza	SANTIAGO	40	RECORRIDO CANTONAL
3 4	COOP. TRASNPOTES MACAS LMTDA.	MACAS - PTO.MORONA	60	SERVICIO INTERPROVINCI AL
3 5	COOP. CIUDAD DE SUCUA	MACAS - PTO.MORONA	60	SERVICIO INTERPROVINCI AL
3 6	COOP. ORIENT RUT	MACAS – YAUPI	42	SERVICIO CANTONAL
3 7	COOP. VALLE DEL UPANO	MACAS YAUPI	42	SERVICIO CANTONAL

FUENTE: Inventario de atractivos turísticos del cantón Tiwintza, 2010

ANEXO N° 8
CASCADA DE KUSHIS “MACHO”



Autor: Gobierno Municipal del Cantón Tiwintza. Inventario de atractivos turísticos

ANEXO N° 9
CASCADA DE KUSHIS “HEMBRA”



Autor: Gobierno Municipal del Cantón Tiwintza. Inventario de atractivos turísticos.

ANEXO N° 10
MAPA “CIRCUITO DE CASCADAS”



Elaborado por: Henry Lema

ANEXO N° 11
LAGUNA DE PITIÚ



Autor: Gobierno Municipal del Cantón Tiwintza. Inventario de atractivos turísticos

ANEXO N° 12
LAGUNA DE AYAUCH



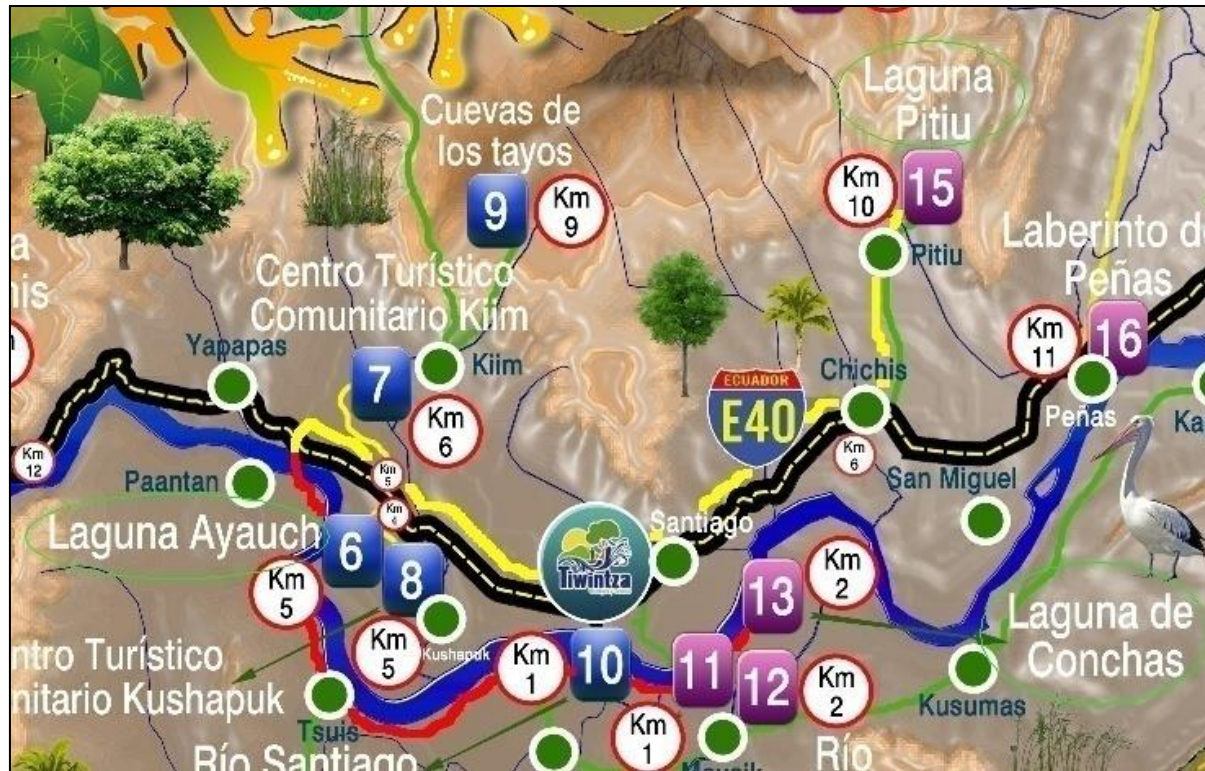
Autor: Gobierno Municipal del Cantón Tiwintza. Inventario de atractivos turísticos

ANEXO N° 13
LAGUNA DE CONCHAS



Autor: Gobierno Municipal del Cantón Tiwintza. Inventario de atractivos turísticos

ANEXO N° 14
MAPA “CIRCUITO DE LAGUNAS”



Elaborado por: Henry Lema

ANEXO N° 15
CUEVAS DE TAYUNTS



Autor Gobierno Municipal del Cantón Tiwintza. Inventario de atractivos turísticos

ANEXO N° 16
CUEVAS DE CHINKIANAS



Autor Gobierno Municipal del Cantón Tiwintza. Inventario de atractivos turísticos

ANEXO N° 17
MAPA “CIRCUITO DE CUEVAS”



Autor: Gobierno Municipal del Cantón Tiwintza. Mapa Turístico Plegable

ANEXO N° 18
FUNDACIÓN AMARU AMAZÓNICO



Autor Gobierno Municipal del Cantón Tiwintza. Mapa Turístico Plegable

ANEXO N° 19
MAPA “TOUR DE LAS AJAS”



Elaborado por: Henry Lema

ANEXO N° 20
TOUR DEL NATEM



Autor www.flickr.com⁶

⁶ <http://www.flickr.com/photos/alejocock/328217598/> (acceso: 5 de febrero del 2013, 18:15)

ANEXO N° 21

PRESENTACIONES DE DANZA Y FOLKLORE SHUAR



Fuente: El Comercio.com

ANEXO N° 22
MAPA “TOUR DEL NATEM”



Elaborado por: Henry Lema

ANEXO N° 23
ARTESANÍAS ELABORADAS POR LOS MIEMBROS DEL PUEBLO
SHUAR



Autor: Gobierno Municipal del Cantón Tiwintza. Inventario de atractivos turísticos

ANEXO N° 24
PLATOS TÍPICOS DEL CANTÓN TIWINTZA
Ayampaco de mukiint



Autor: Gobierno Municipal del Cantón Tiwintza.

ANEXO N° 25

MAPA “RUTA GASTRONÓMICA Y ARTESANAL”



Elaborado por: Henry Lema

ANEXO N° 26

CARNAVAL CULTURAL Y TURÍSTICO



Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza⁷

⁷http://www.municipiodetiwinza.gob.ec/turismo/index.php?view=details&id=1%3ATur%C3%ADstico+Tiwintza+2012&option=com_eventlist&Itemid=41 (acceso: 5 de febrero del 2013, 18:40)

ANEXO N° 27
MAPA “CARNAVAL CULTURAL Y TURÍSTICO”



Elaborado por: Henry Lema

ANEXO N° 28

DISEÑO DE PÁGINA WEB



ANEXO N° 29

TRÍPTICO PROMOCIONAL

Los elementos que se utilizaron para el diseño del tríptico al igual que la página web fueron:

- Marca
- Slogan
- Mensaje promocional
- Subproductos turísticos propuestos

ANEXO N° 30

MARCA PARA LA PROMOCIÓN Y EL POSICIONAMIENTO DEL CANTÓN TIWINTZA



Diseñado por: Henry Lema

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza

ANEXO N° 31

SLOGAN

“Vívelo, conócelo y disfrútalo”

Diseñado por: Henry Lema

ANEXO N° 32

MAPA DE RECURSOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN Tiwintza



Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza

ANEXO N° 33
HOJA DE FLORIPAN



ANEXO N° 34
RÍO SANTIAGO



ANEXO N° 35
CENTRO SHUAR LAS PEÑAS



Fotografía: Henry Lema

ANEXO N° 36
VIVIENDA SHUAR



Fotografía: Henry Lema

ANEXO N° 37

AJA SHUAR



Fotografía: Henry Lema

ANEXO N° 38
CULTIVOS DE LAS AJAS
PIÑA



Fotografía: Henry Lema

CHONTA



Fotografía: Henry Lema

CAÑA DE AZÚCAR



Fotografía: Henry Lema

ACHO



Fotografia: Henry Lema

SANDÍA



Fotografía: Henry Lema

AJENJO



Fotografía: Henry Lema

ANEXO N° 39
LABERINTO DE PEÑAS



Fotografía: Henry Lema

ANEXO N° 40

INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN TIWINTZA

LAGUNA DE AYAUCH

Descripción del atractivo

La laguna de Ayauch, presenta una forma casi circular que ocupa aproximadamente 10 hectáreas, con una circunferencia de 350 metros aproximadamente y una profundidad que oscila entre los 10 y 50 metros, sus aguas se caracterizan por ser claras de un color verde azulado como reflejo de la vegetación existente a su alrededor. Los pobladores del sector cuentan de la existencia de boas; entre otras especies que se puede observar en el lugar son lagartos (*Melanosuchus niger*), nutrias (*Lontra longicaudis*), tortugas de agua (*Dendrobates ventrinaculatus*), garzas (*Bubulcus ibis*), Patos pescadores, entre otras. A su alrededor se puede ver especies florísticas como cedro (*Cedrella odorata*), laurel (*Cordia alliodora*), Palmas (*Iriarteia deltoidea*), heliconias en varias especies, algunas plantas medicinales y más. La valoración de este atractivo de acuerdo a la metodología empleada por el ministerio de turismo es 46 puntos.

LAGUNA DE PITIU

Descripción del atractivo

Esta laguna presenta en forma de media luna, el color de sus aguas son de un poco turbias. La valoración de este atractivo de acuerdo a la metodología empleada por el ministerio de turismo es 45 puntos.

LAGUNA DE CONCHAS

Descripción del atractivo

Esta laguna tiene un ancho aproximado de 10 metros, sus aguas son cristalinas pudiendo fácilmente observar el fondo pedregoso de la laguna, su profundidad es de 3 a 5 metros lleva el nombre de laguna de las conchas debido a que se puede observar gran cantidad de conchas de todos los tamaños, se puede observar gran cantidad de pavas hediondas, además pavas de monte (*Penélope purpurancens*), loros (*Pionopsitta haematotis pulcra*), pájaros carpinteros (*Melanerpes puchenari*), garzas (*Bubulcus ibi*), gallinazos de cabeza negra (*Coragyps atratus*), Cedro (*Cedrella odorata*), Laurel (*Cordia alliodora*), Palmas (*Carludovica palmata*), Caoba, Ceibos (*Ceiba pentandra*), Chonta (*Bactris gasipaes*), Guayacán (*Tabebuia crisantha sp*), entre otros. La valoración de este atractivo de acuerdo a la metodología empleada por el ministerio de turismo es 42 puntos.

LAGUNA NEGRA

Descripción del atractivo

Es una laguna de aguas negras que alberga una gran cantidad de animales propios de este ecosistema, aquí existen animales como lagartos, caimanes, pirañas entre otros, su vegetación es exuberante con especies que son propias de la zona.

Fauna: Saíno (*Tayassu tajacu*), guanta (*Cuniculus paca*), guatusa (*Dasyprocta punctata*), ardilla (*Sciurus granatensis*), armadillo (*Priodontes maximus*), danta (*Tapirus terrestres*), tigrillo (*Leopardos tigrinus*), mono ardilla (*Simiri sciureus*), mono nocturno (*Aotus lemurinus*), perezoso (*Choloepus didactylus*), oso hormiguero (*Tamandua tetradáctila*); aves como: golondrina azul y blanco (*Notiochelidon cyanoleuca*), oropéndola cristata (*Psarocolius demanacus*), cacique (*Cacicus cela*), picaflor (*Cacicus cela*), garrapatero (*Crotophaga ani*), hoatzin (*Opisthocomus hoazin*), tangara azuleja (*Thraupis epicopus*), gavián (*Buteo magnirostris*), loros (*Amazona farinosa*), guacamayos (*Ara ararauna*), (*Ara macao*), pavas de monte (*Pipile cumanenses*), (*Penélope jacquacu*), gallinazos (*Coragyps atratus*), (*Cathartes aura*), etc.

Flora: Guayusa (*Ilex guyusa*), morete (*Mauritia flexuosa*), pambil (*Iriartea deltoídea*), guayacán (*Tabebuia chrysanyha*), laurel (*Cordia alliodora*), ceibo (*Ceiba pentanbra*), guarumo (*Cecropia herthae*), papaya de monte (*Carica microcarpa*), palma (*Wettinia maynensis*), sangre de drago (*Croton lechleri*), canelo (*Ocotea quixos*), ayahuasca (*Banisteriopsis caapi*), cedro (*Cederla odorata*), caoba (*Swietenia sp.*), higuerón (*Picus maxima*), tabaco (*Nicotiana tabacum*), cacao (*Theobroma cacao*), guanto rosado (*Brugmancia suaveolens*), guanto blanco (*Brugmancia Insignis*), etc.

El lugar es apto para realizar un pequeño mirador, a una distancia considerable de la orilla de la laguna. La valoración de este atractivo de acuerdo a la metodología empleada por el ministerio de turismo es 48 puntos.

LAGUNA DE MONGE

Descripción del atractivo

Esta laguna tiene un largo aproximado de 300 metros sus aguas son de color negro, aquí podemos observar especies de fauna como garzas (*Bubulcus ibis*), pavas (*Penélope purpurancens*), carpinteros (*Melanerpes puchenari*), en lo referente a flora tenemos: Cedro (*Cedrella odorata*), Laurel (*Cordia alliodora*), Pambil (*Iriartea deltoidea*), Chonta (*Bactris gasipaes*), Guayacán (*Tabebuia crisantha* sp), Balsa (*Ochroma lagopus*), entre otras.

RÍO YAUPI

Descripción del atractivo.

El río Yaupi tiene un ancho aproximado de 80 metros y en algunos tramos de 20 a 30 metros, sus aguas son de color café oscuro, la gente cercana al sector lo utiliza como medio de navegación, se observa en sus orillas variedad de especies de flora entre los cuales están cedro (*Cedrella odorata*), laurel (*Cordia alliodora*), Palmas (*Carludovica palmata*), Caoba (), además se puede observar especies comestibles y frutales como cacao (*Theobroma cacao*), banano (*Musa paradisiaca*), papaya (*Carica papaya*), naranja (*Citrus aurantium*), toronja (*Citrus giganteum*), entre otros. En lo referente a fauna tenemos: gallinazo de cabeza negra (*Coragyps atratus*), pavas de monte (*Penélope purpurancens*), pájaros carpinteros

(*Melanerpes puchenari*), entre otros. La valoración de este atractivo de acuerdo a la metodología empleada por el ministerio de turismo es 37 puntos.

RÍO MANGOSIZA

Descripción del atractivo.

El río Mangosiza tiene un ancho aproximado de 80 metros y en algunos tramos de 20 a 30 metros, sus aguas son de color café oscuro, la gente cercana al sector lo utiliza como medio de navegación, se observa en sus orillas variedad de especies de flora entre los cuales están cedro (*Cedrella odorata*), laurel (*Cordia alliodora*), Palmas (*Carludovica palmata*), Caoba (), además se puede observar especies comestibles y frutales como cacao (*Theobroma cacao*), banano (*Musa paradisiaca*), papaya (*Carica papaya*), naranja (*Citrus auratium*), toronja (*Citrus giganteum*), entre otros. En lo referente a fauna tenemos: gallinazo de cabeza negra (*Coragyps atratus*), pavas de monte (*Penélope purpurancens*), pájaros carpinteros (*Melanerpes puchenari*), entre otros. La valoración de este atractivo de acuerdo a la metodología empleada por el ministerio de turismo es 37 puntos.

RÍO MAYALICO

Descripción del atractivo

El río Mayalico tiene un ancho aproximado de 20 a 30 metros, sus aguas son cristalinas pudiendo fácilmente observar el fondo del río, su profundidad es de 5 metros aproximadamente, en el sector que corresponde al río , se puede observar gran variedad de especies de fauna como son: pavas de monte (*Penélope purpurancens*), loros (*Pionopsitta haematotis pulcra*), pájaros carpinteros (*Melanerpes puchenari*), garzas (), gallinazos de

cabeza negra(*Coragyps atratus*) , en especies de flora: Cedro (*Cedrella odorata*), Laurel (*Cordia alliodora*), Chontas (*Bactris gasipaes*), Caoba (), Ceibos (), Guayacán (*Tabebuia crisantha* sp), especies comestibles y frutales como cacao (*Theobroma cacao*), banano (*Musa paradisiaca*) , papaya (*Carica papaya*), naranja (*Citrus aurantium*), toronja (*Citrus giganteum*), entre otros. La valoración de este atractivo de acuerdo a la metodología empleada por el ministerio de turismo es 45 puntos.

RÍO SANTIAGO

Descripción del atractivo

El río Santiago tiene un ancho de 120 metros en las partes más anchas y 80 metros en las partes más angostas, es navegable, sus aguas son de color café oscuro no se puede observar con facilidad especies de fauna pero tenemos gallinazos de cabeza negra (*Coragyps atratus*), loros (*Pionopsitta haematotis pulchra*), en lo referente a flora tenemos: Cedro (*Cedrella odorata*), Laurel (*Cordia alliodora*), Palmas (*Carludovica palmata*), Chonta (*Bactris gasipaes*), cacao (*Theobroma cacao*), banano (*Musa paradisiaca*), papaya (*Carica papaya*), naranja (*Citrus aurantium*), toronja (*Citrus giganteum*), entre otros. La valoración de este atractivo de acuerdo a la metodología empleada por el ministerio de turismo es 41 puntos.

RÍO MORONA

Descripción del atractivo

El río Santiago tiene un ancho de 100 metros es navegable, sus aguas son de color café oscuro en especies de fauna tenemos gallinazos de cabeza negra (*Coragyps atratus*), loros (*Pionopsitta haematotis pulchra*), en flora tenemos: Cedro (*Cedrella odorata*), Laurel (*Cordia*

alliodora), Palmas (*Carludovica palmata*), Chonta (*Bactris gasipaes*), entre otras. La valoración de este atractivo de acuerdo a la metodología empleada por el ministerio de turismo es 46 puntos.

RÍO KANGAIM

Descripción del atractivo.

El río Kangaimi tiene un ancho de 80 metros es navegable, sus aguas son de color café oscuro, en especies de fauna tenemos garzas (*Bubulcus ibis*), pavas (*Penélope purpurancens*), tórtolas (*Zenaida sp.*), de cabeza negra (*Coragyps atratus*), carpinteros (*Melanerpes puchenari*), en lo referente a flora tenemos: Cedro (*Cedrella odorata*), Laurel (*Cordia alliodora*), Palmas (*Iriarte deltoidea*), Chonta (*Bactris gasipaes*), Ceibos (*Ceiba pentandra*), Guayacán (*Tabebuia crisantha sp*), Balsa (*Ochroma lagopus*), entre otras. La valoración de este atractivo de acuerdo a la metodología empleada por el ministerio de turismo es 42 puntos.

RÍO KUSHIS

Descripción del atractivo.

Es un río de aguas cristalinas que tiene un alto riesgo de peligrosidad ya que su formación rocosa es poco predecible, unas rocas son fiables pero otras son resbalosas; en varios lugares se pueden observar piscinas naturales y pequeñas caídas de agua. En su cabecera se puede apreciar una cascada que da origen a este río, esta se la observa desde la carretera pero su llegada requiere de un día al menos.

Fauna: Loros (*Amazona farinosa*), guacamayos (*Ara ararauna*), (*Ara macao*), pavas de monte (*Pipile cumanenses*), (*Penélope jacquacu*), gallinazos (*Coragyps atratus*), (*Cathartes aura*), cacique (*Cacicus cela*), picaflor (*Cacicus cela*), garrapatero (*Crotophaga ani*), hoatzin (*Opisthocomus hoazin*), tangara azuleja (*Thraupis epicopus*), gavilán (*Buteo magnirostris*); y animales como: armadillo (*Priodontes maximus*), danta (*Tapirus terrestres*), tigrillo (*Leopardos tigrinus*), mono ardilla (*Simiri sciureus*), mono nocturno (*Aotus lemurinus*), perezoso (*Choloepus didactylus*), oso hormiguero (*Tamandua tetradáctila*), saíno (*Tayassu tajacu*), guanta (*Cuniculus paca*), guatusa (*Dasyprocta punctata*), ardilla (*Sciurus granatensis*), etc.

Flora: Guanto blanco (*Brugmancia Insignis*), guarumo (*Cecropia herthae*), canelo (*Ocotea quixos*), caoba (*Swietenia sp.*), ceibo (*Ceiba pentanbra*), caimito (*Pounteria caimito*), naranjilla (*Solanum Quitoense*), uña de gato (*Uncaria tomentosa*), tagua (*Phytelephas tenuicaullis*), palmito (*Euterpe predatoria*), mate (*Crescentia kujete*), achiote (*Bixa orellana*), zapote (*Matisia cordata*), bromelia (*Aechmea Penduliflora*), ayahuasca (*Banisteriopsis caapi*), cacao (*Theobroma cacao*), pambil (*Iriartea deltóidea*), morete (*Mauritia flexuosa*), guayacán (*Tabebuia chrysanyha*), laurel (*Cordia alliodora*), etc. La valoración de este atractivo de acuerdo a la metodología empleada por el ministerio de turismo es 40 puntos.

FUNDACIÓN AMARÚ AMAZÓNICO

Descripción del atractivo.

Esta fundación se ubica sobre una explanada en la parte alta junto al río Santiago, se halla conformada por la Familia Antich, quienes son los promotores de difundir su cultura a los visitantes y con ellos se encuentran otros socios que quieren hacer turismo en este lugar.

Descripción del pueblo Shuar

El pueblo Shuar está ubicado al sureste y norte de la región amazónica ecuatoriana, específicamente, en las provincias de Nueva Loja, Pastaza, Morona Santiago y Zamora Chinchipe, territorios en los cuales vive ancestralmente. Este pueblo desarrolló su propia cultura la cual empezó a ser violentamente alterada con la conquista española en América. El afán de la conquista fue la explotación de las riquezas auríferas y plantas de valor, como la canela, el caucho y la cascarilla.

Fauna: Anaconda (*Eunectes murinus*), serpiente X (*Bothrops atrox*), venado (*Manzana gouazoubira*), ardilla pequeña (*Microsciurus flaviventer*), perezoso (*Choloepus didactylus*), mono nocturno (*Aotus lemurinus*), tapir (*Tapirus terrestres*), saíno (*Tayassu tajacu*), guanta (*Cuniculus paca*), guatusa (*Dasyprocta punctata*), ardilla (*Sciurus granatensis*), armadillo (*Priodontes maximus*); y aves como: picaflor (*Cacicus cela*), garrapatero (*Crotophaga ani*), hoatzin (*Opisthocomus hoazin*), tangara azuleja (*Thraupis episcopus*), gavián (*Buteo magnirostris*), loros (*Amazona farinosa*), guacamayos (*Ara ararauna*), (*Ara macao*), pavas de monte (*Pipile cumanenses*), (*Penélope jacquacu*), gallinazos (*Coragyps atratus*), (*Cathartes aura*), cacique (*Cacicus cela*),etc.

Flora: Caoba (*Swietenia sp.*), ceibo (*Ceiba pentanbra*), caimito (*Pouteria caimito*), naranjilla (*Solanum Quitoense*), uña de gato (*Uncaria tomentosa*), tagua (*Phytelephas tenuicaullis*), palmito (*Euterpe predatoria*), mate (*Crescentia cujete*), higuierón (*Picus maxima*), tabaco (*Nicotiana tabacum*), cacao (*Theobroma cacao*), guanto rosado (*Brugmancia suaveolens*), guanto blanco (*Brugmancia Insignis*), guayusa (*Ilex guyusa*), morete (*Mauritia flexuosa*), pambil (*Iriartea deltóidea*), guayacán (*Tabebuia chrysanyha*), laurel (*Cordia alliodora*), etc. La valoración de este atractivo de acuerdo a la metodología empleada por el ministerio de turismo es 48 puntos.

CASCADA DE KUSHIS

Descripción del atractivo

Son dos cascadas que se encuentran en el curso del río Kushis, a 15 minutos de distancia entre sí; la primera denominada hembra tiene una altura de aproximadamente 5 metros, sus aguas se caracterizan por ser claras y limpias, la segunda cascada denominada Macho tiene una altura de 70 metros aproximadamente y en su base se forma una amplia piscina natural muy buena para natación; las dos cascadas se encuentran en medio de la selva que se encuentra en un estado natural.

Fauna: Durante el recorrido por el río se puede observar con poca frecuencia las siguientes especies: Oso hormiguero (*Tamandua tetradáctila*), armadillo (*Priodontes maximus*), danta (*Tapirus terrestres*), tigrillo (*Leopardos tigrinus*), mono ardilla (*Simiri sciureus*), mono nocturno (*Aotus lemurinus*), perezoso (*Choloepus didactylus*), guatusa (*Dasyprocta punctata*), aves como: garrapatero (*Crotophaga ani*), hoatzin (*Opisthocomus hoazin*), tangara azuleja (*Thraupis epicopus*), gavilán (*Buteo magnirostris*), loros (*Amazona farinosa*), oropéndola cristata (*Psarocolius demanacus*), cacique (*Cacicus cela*), picaflor (*Cacicus cela*), (*Ara macao*), pavas de monte (*Pipile cumanenses*), (*Penélope jacquacu*), gallinazos (*Coragyps atratus*), (*Cathartes aura*) y además podemos observar: serpientes X (*Bothrops atrox*), lagartijas (*Leposoma apriétale*), mayones (*Rynchophorus palmarum*), salamandras (*Bolitoglossa ecuatoriana*), y algunas especies de peces. etc.

Flora: Ceibo (*Ceiba pentanbra*), papaya del monte (*Carica microcarpa*), canelo (*Ocotea quixos*), cedro (*Cederla odorata*), guayacán (*Tabebuia chrysanyha*), guarumo (*Cecropia herthae*), sangre de drago (*Croton lechleri*), tabaco (*Nicotiana tabacum*), guanto blanco (*Brugmancia Insignis*), ungurahua (*Oenocarpus bataua*), balsa (*Ochoroma pyramidale*), palo

amarillo (*Phyllostylon rhamnoides*), caña (*Sacharum officinarum*), caoba (*Swietenia sp.*), caimito (*Pouteria caimito*), uña de gato (*Uncaria tomentosa*), guanto rosado (*Brugmancia suaveolens*), etc. La valoración de este atractivo de acuerdo a la metodología empleada por el ministerio de turismo es 47 puntos.

CASCADA DE CHINKIANÁS

Descripción del atractivo.

Las cascadas se hallan muy cerca una de otra, su espesa vegetación hace de este lugar un paisaje impresionante; y dan origen al río Chinkianás que pasa por su comunidad, la cascada Macho tiene una caída de agua de aproximadamente unos 100 m y la cascada Hembra de unos 70 m.

Fauna: Oso hormiguero (*Tamandua tetradáctila*), armadillo (*Priodontes maximus*), danta (*Tapirus terrestres*), tigrillo (*Leopardos tigrinus*), mono ardilla (*Simiri sciureus*), mono nocturno (*Aotus lemurinus*), perezoso (*Choloepus didactylus*), guanta (*Cuniculus paca*), guatusa (*Dasyprocta punctata*), aves como:), garrapatero (*Crotophaga ani*), hoatzin (*Opisthocomus hoazin*), tangara azuleja (*Thraupis epicopus*), gavilán (*Buteo magnirostris*), loros (*Amazona farinosa*), oropéndola cristata (*Psarocolius demanacus*), cacique (*Cacicus cela*), picaflor (*Cacicus cela*), guacamayos (*Ara ararauna*), (*Ara macao*), pavas de monte (*Pipile cumanenses*), (*Penélope jacquacu*), gallinazos (*Coragyps atratus*), (*Cathartes aura*) y además podemos observar: serpientes X (*Bothrops atrox*), lagartijas (*Leposoma apriétale*), mayones (*Rynchophorus palmarum*), salamandras (*Bolitoglossa ecuatoriana*), etc.

Flora: Ceibo (*Ceiba pentanbra*), papaya de monte (*Carica microcarpa*), canelo (*Ocotea quixos*), cedro (*Cederla odorata*), cacao (*Theobroma cacao*), guayusa (*Ilex guyusa*), guayacán

(*Tabebuia chrysantha*), guarumo (*Cecropia herthae*), sangre de drago (*Croton lechleri*), tabaco (*Nicotiana tabacum*), guanto blanco (*Brugmancia Insignis*), ungurahua (*Oenocarpus bataua*), balsa (*Ochoroma pyramidale*), palo amarillo (*Phyllostylon rhamnoides*), caña (*Sacharum officinarum*), menta (*Mentha viridis*), caoba (*Swietenia sp.*), caimito (*Pouteria caimito*), naranjilla (*Solanum Quitoense*), uña de gato (*Uncaria tomentosa*), guanto rosado (*Brugmancia suaveolens*), tagua (*Phytelephas tenuicaullis*), etc. La valoración de este atractivo de acuerdo a la metodología empleada por el ministerio de turismo es 51 puntos.

CUEVA DE TAYUNTS

Descripción del atractivo.

El ingreso de la cueva se caracteriza por tener una altura de aproximadamente 15 metros y un ancho de 10 metros; el ingreso es de fácil acceso, en su interior se puede observar los tayos (aves de las cuevas), murciélagos, formaciones geológicas como estalactitas y estalagmitas que llama mucho la atención de quienes recorren esta cueva, por su interior recorre un pequeño riachuelo llamado Tayunts, que da en sí el nombre al atractivo, la profundidad de la cueva es aún desconocida por falta de investigación, aventureros han recorrido por un tiempo de 2 horas sin llegar a un final. La valoración de este atractivo de acuerdo a la metodología empleada por el ministerio de turismo es 45 puntos.

CUEVA DE LORAS Y GOLONDRINAS

Descripción del atractivo

Es una formación de gran tamaño que consta de dos peñas que caen verticalmente, sus aguas son cristalinas y cuando llueve sube el nivel del río y la corriente es muy fuerte, propicio las personas que gustan de la adrenalina.

Fauna: Peces como: palometa (*Mylossoma sp.*), boca chico (*Prochilodus nigricans*), pez eléctrico (*Electrophorus electricus*), bagre (*Sorubim lima*), piraña (*Serrasalmus serraltus*), guanchichi (*Hoplias malabaricus*), barbudo (*Pimelodella sp.*), paco (*Colossoma bidens*); aves como: gavián (*Buteo magnirostris*), loros (*Amazona farinosa*), guacamayos (*Ara ararauna*), (*Ara macao*), pavas de monte (*Pipile cumanenses*), (*Penélope jacquacu*), gallinazos (*Coragyps atratus*), (*Cathartes aura*), tangara azuleja (*Thraupis epicopus*), golondrina azul y blanco (*Notiochelidon cyanoleuca*), oropéndola cristata (*Psarocolius demanacus*), garrapatero (*Crotophaga ani*), hoatzin (*Opisthocomus hoazin*), picaflor (*Cacicus cela*), cacique (*Cacicus cela*), y mamíferos como: tigrillo (*Leopardos tigrinus*), mono ardilla (*Simiri sciureus*), mono nocturno (*Aotus lemurinus*), perezoso (*Choloepus didactylus*), oso hormiguero (*Tamandua tetradáctila*), saíno (*Tayassu tajacu*), guanta (*Cuniculus paca*), guatusa (*Dasyprocta punctata*), ardilla (*Sciurus granatensis*), etc.

Flora: Pambil (*Iriartea deltoídea*), laurel (*Cordia alliodora*), guarumo (*Cecropia herthae*), sangre de drago (*Croton lechleri*), caoba (*Swietenia sp.*), cacao (*Theobroma cacao*), guanto blanco (*Brugmancia Insignis*), guayusa (*Ilex guyusa*), pambil (*Iriartea deltoídea*), canelo (*Ocotea quixos*), caimito (*Pouteria caimito*), naranjilla (*Solanum Quitoense*), uña de gato (*Uncaria tomentosa*), tagua (*Phytelephas tenuicaullis*), palmito (*Euterpe predatoria*), mate (*Crescentia cujete*), morete (*Mauritia flexuosa*), guayacán (*Tabebuia chrysanyha*), laurel

(*Cordia alliodora*), achiote (*Bixa orellana*), etc. La valoración de este atractivo de acuerdo a la metodología empleada por el ministerio de turismo es 45 puntos.

(Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tiwintza, Inventario de atractivos turísticos del Cantón Tiwintza, 2011)

ANEXO N° 41

FICHA DE INFORMACIÓN DE TRABAJO DE CAMPO

LO QUE BUSCA EL TURISTA	OBJETIVOS	VALORACIÓN				
		5	4	3	2	1
		Excelente	Bueno	Regular	Malo	Pésimo
SEGURIDAD	Determinar si los vehículos en que se desplazan los turistas son seguros, los conductores de dichos vehículos están capacitados a fin de evitar accidentes o percances, el equipaje de los turistas está protegido contra robo o daño, los lugares que se visitan son seguros, se cumplen con todas las normas de seguridad en el desarrollo de las actividades turísticas.			X		
ACCESIBILIDAD	Determinar si las vías están en buen estado, si existen pistas de aterrizaje		X			
TRANSPORTE	Determinar si los vehículos en que se desplazan los turistas son amplios, tienen todas las facilidades tales como aire acondicionado, comodidad en los asientos y limpieza. Los viajes deben ser lo menos cansados posibles.		X			
TIEMPO DE VIAJE	Determinar si el tiempo de viaje no excede al que ofrecen los prestadores de servicios turísticos.		X			

I NFORMACIÓN	Determinar si los turistas reciben toda la información que requiere acerca de la oferta turística existente.					X
ALOJAMIENTO	Determinar si los establecimientos hoteleros cuentan con todos los servicios básicos tales como agua caliente, luz, agua potable, teléfono, inodoros, si están totalmente equipados y limpios, si cuentan con seguridades.			X		
ALIMENTACIÓN	Determinar si existen restaurantes que ofrezcan una amplia variedad de comida nacional, vegetariana e internacional que cumpla con todas las expectativas de los clientes.					X
OTROS SERVICIOS	Determinar si existen servicios tales como agencias de viaje, rentadoras de autos, internet, telefonía, servicio de bar, juegos, piscina, transporte, entre otros dentro de los establecimientos hoteleros y fuera de ellos				X	

ATRATIVOS	Se debe determinar si existen atractivos que pueden llenar las expectativas de los turistas, si existen las facilidades de acceso y señalética, si los guías están bien capacitados e informados)		X			
ACTIVIDADES	Debe haber una variada oferta de actividades que satisfagan los gustos y preferencias de todos los turistas y se debe cumplir con todas las normas de seguridad establecidas para el desarrollo de las mismas.				X	
DIFUSIÓN	Determinar si existen medios de difusión del cantón tales como páginas web, libros de viajero, Trip Advisor, trípticos, afiches, videos promocionales etc., etc.) Investigar lo que se está haciendo y lo que se podría hacer para que las personas conozcan este cantón si se han creado y difundido nuevos productos turísticos en el cantón.			X		
CAPACITACIÓN	¿Están las personas debidamente preparadas para brindar servicios de calidad a los turistas en todas las aéreas?				X	

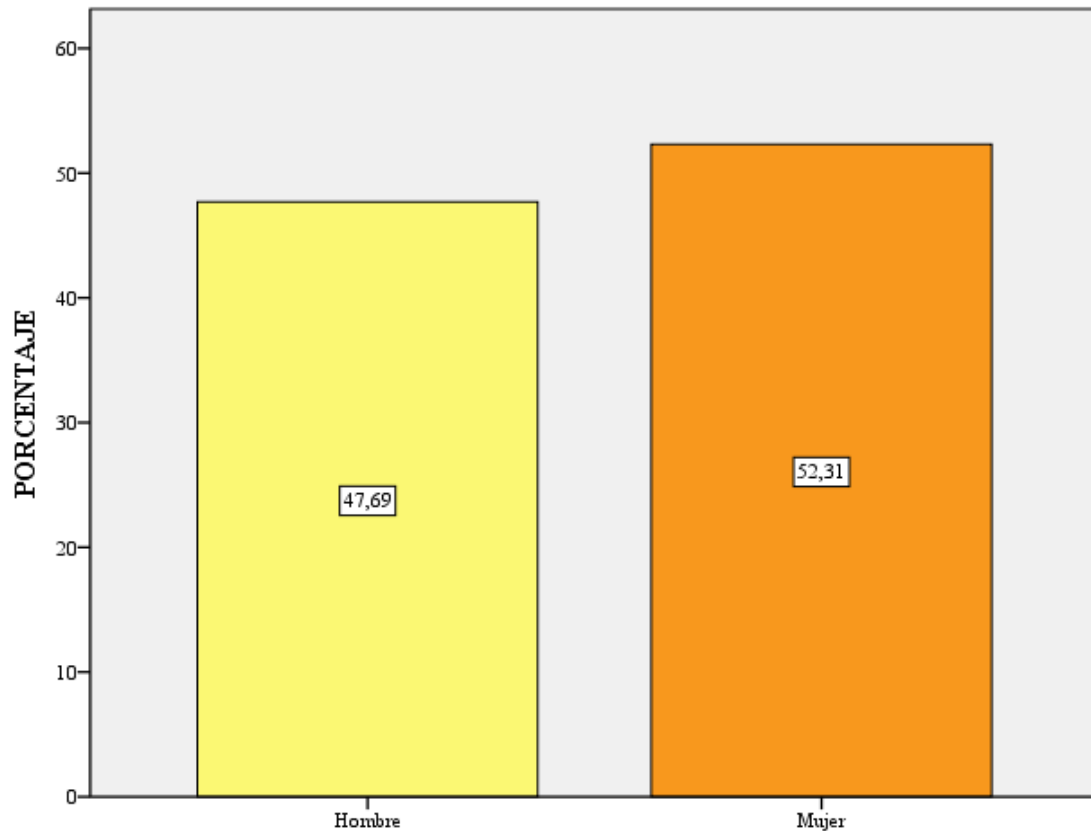
INTEGRACIÓN	Determinar si existe integración del cantón Tiwintza a la actual promoción que realiza el gobierno provincial de Morona Santiago y el MINTUR y cómo funciona.				X	
COOPERACIÓN	Determinar si existe cooperación o alianzas entre los gobiernos municipal y provincial con agencias de viajes, tour operadoras, ONG's y el MINTUR para promocionar el Cantón Tiwintza.					X
PROMOCIÓN	Determinar si existe promoción del cantón en revistas y prensa especializada en turismo tanto a nivel nacional como internacional , a través del trabajo de voluntarios y de la generación de documentales escritos y visuales				X	
MESES DE VIAJE	Determinar en qué meses del año existe la mayor oferta y demanda turística en el Cantón.					
COMUNICACIÓN	Determinar cómo se está comunicando actualmente: accesibilidad a la información, actualidad de la información, confiabilidad, cantidad, calidad.				X	

Elaborado por: Henry Lema

Fuente: Investigación realizada

ANEXO N° 42
RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS PARA EL MEJORAMIENTO DE
LOS SERVICIOS TURÍSTICOS EN EL CANTÓN TIWINTZA

GRÁFICO 1. Género

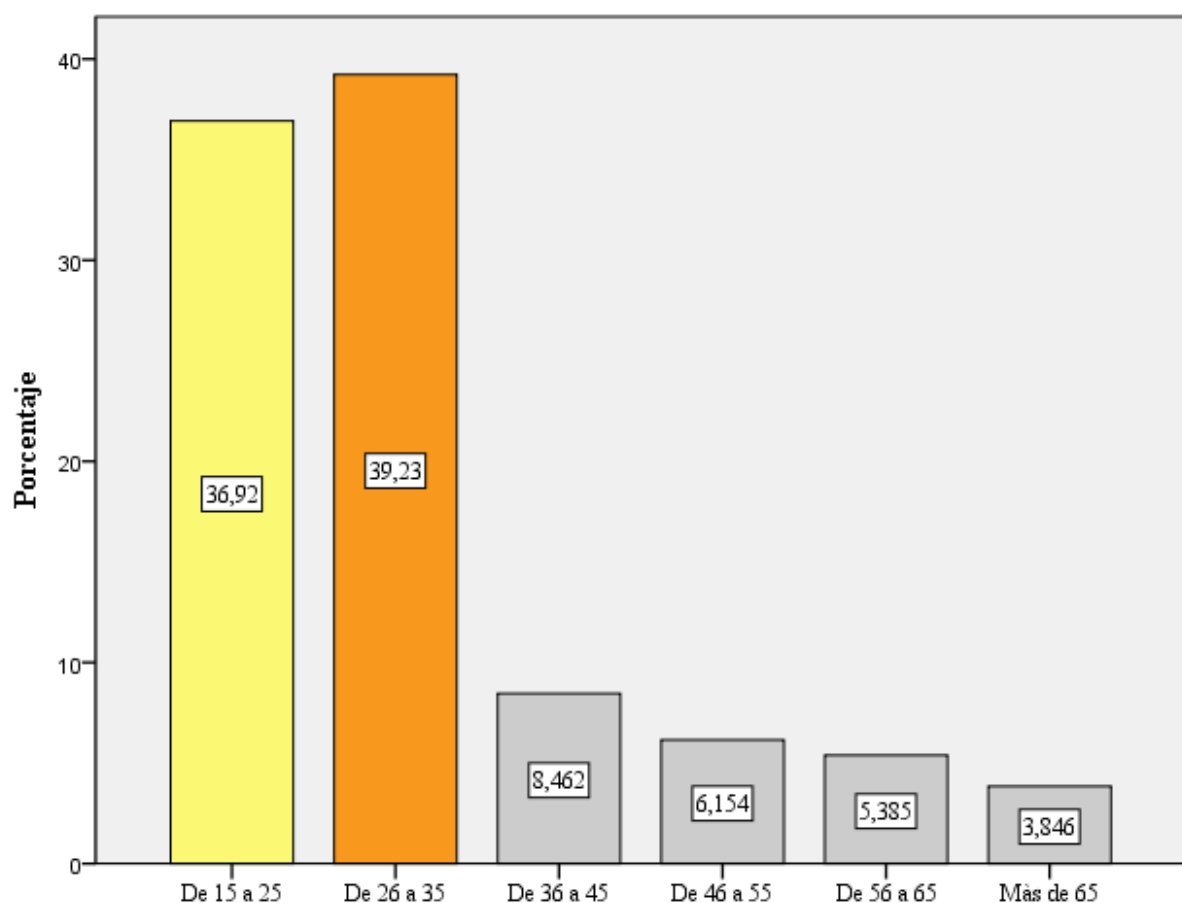


Elaborado por: Henry Lema

Fuente: encuesta en terminales (salida de visitantes)

En relación a la encuesta el 47% es hombre y el 52% es mujer.

GRÁFICO 2. Edad por intervalos

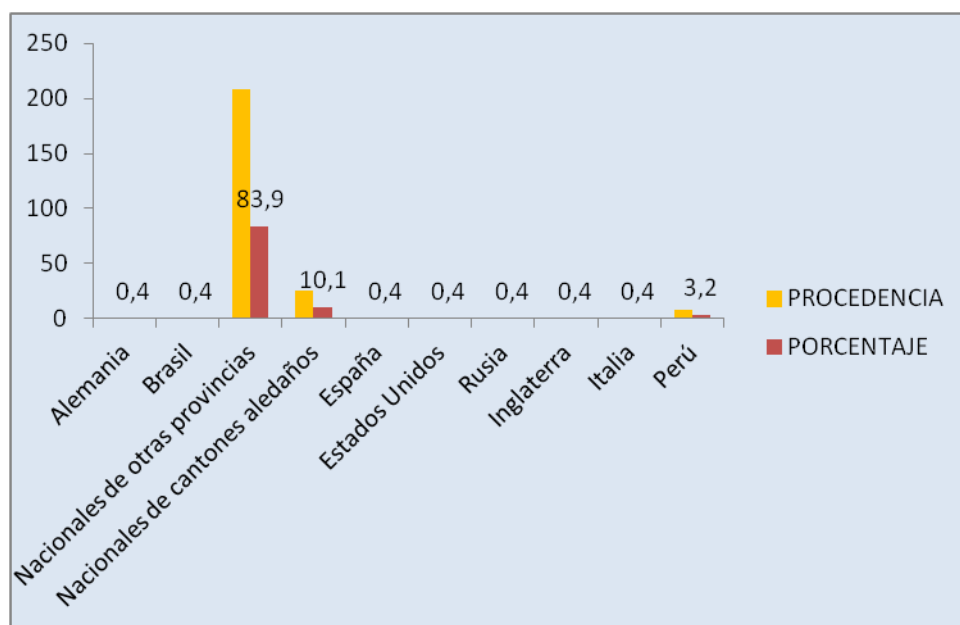


Elaborado por: Henry Lema

Fuente: encuesta en terminales (salida de visitantes)

El mayor número de turistas encuestados está entre 15 y 35 años de edad. Mientras que el 22% restante está entre 36 hasta 65 o más años de edad. Eso significa que existe un alto porcentaje de turistas jóvenes que pueden visitar el cantón Tiwintza. 15 a 35 años representan el 76 % de los turistas encuestados.

GRÁFICO 3. Procedencia de los turistas

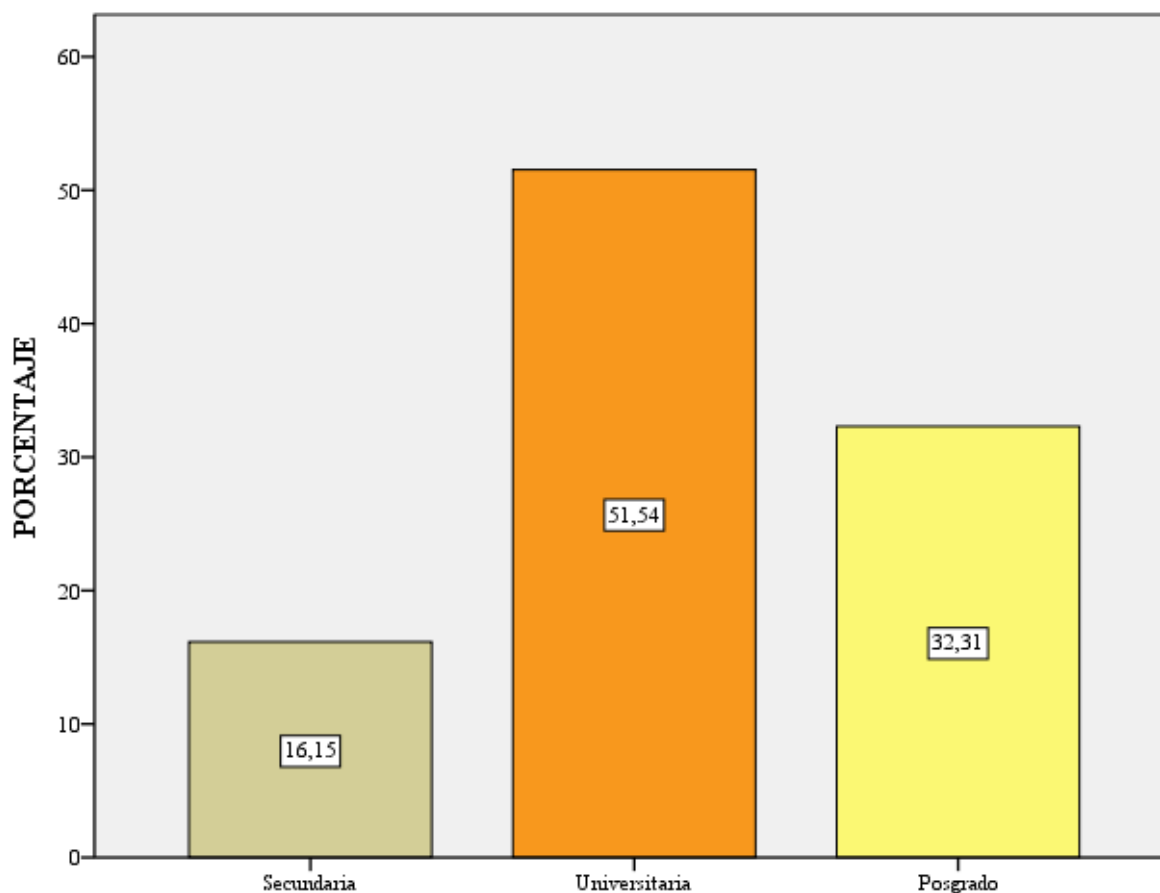


Elaborado por: Henry Lema

Fuente: encuesta en terminales (salida de visitantes)

El 94 % de los turistas encuestados es nacional. De estos el 84% llegó a Morona Santiago principalmente de ciudades como Quito, Guayaquil Cuenca, Riobamba, Ambato y Puyo. El 10 % realizó sus desplazamientos desde cantones adyacentes a Tiwintza. El número de turistas extranjeros fue reducido. Esto representó aproximadamente el 6 %.

GRÁFICO 4. Nivel de educación

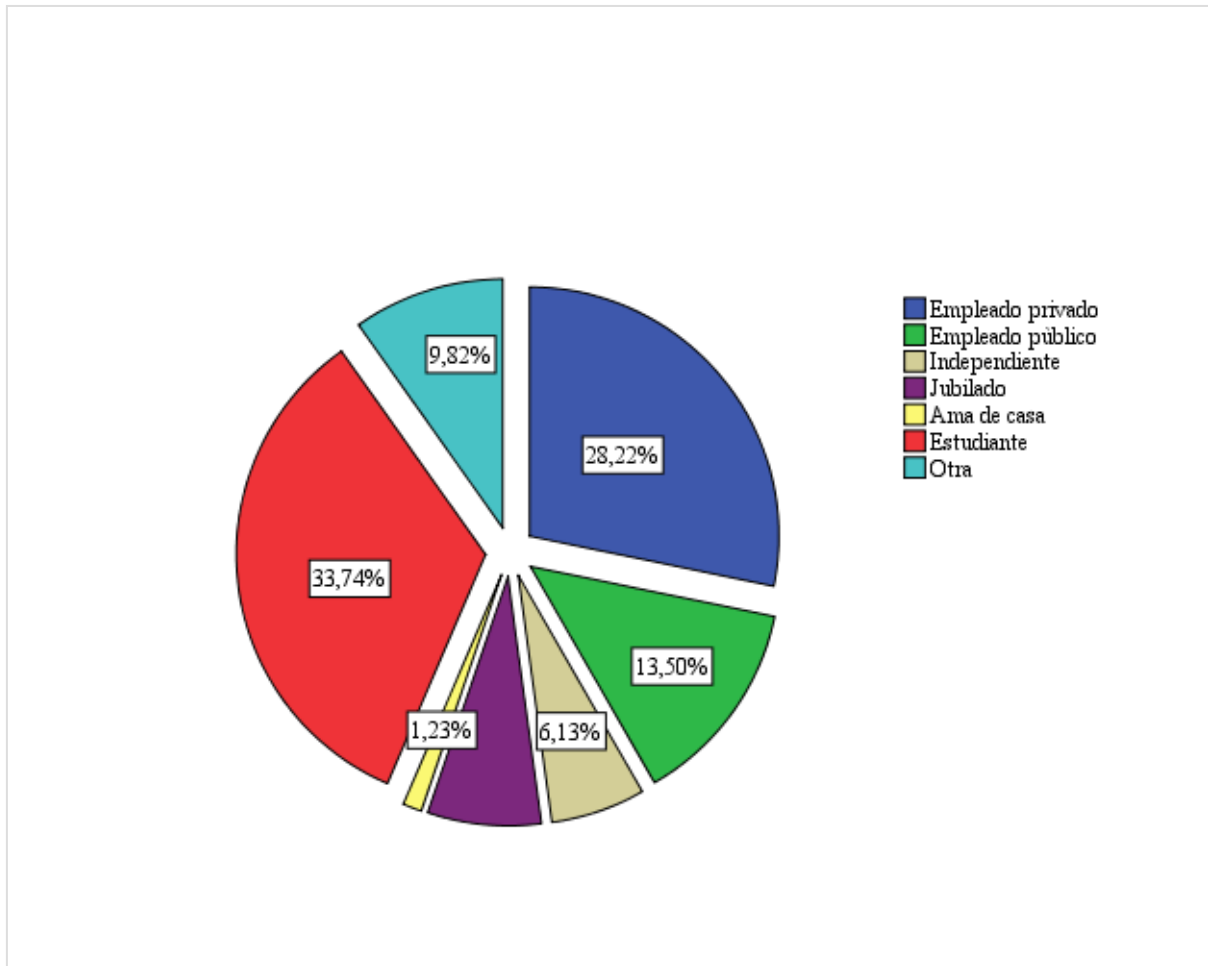


Elaborado por: Henry Lema

Fuente: encuesta en terminales (salida de visitantes)

El mayor número de turistas encuestados tiene educación universitaria. Por lo tanto sería importante promover eventos que contribuyan a enriquecer el conocimiento cultural de los visitantes.

GRÁFICO 5. Actividad económica

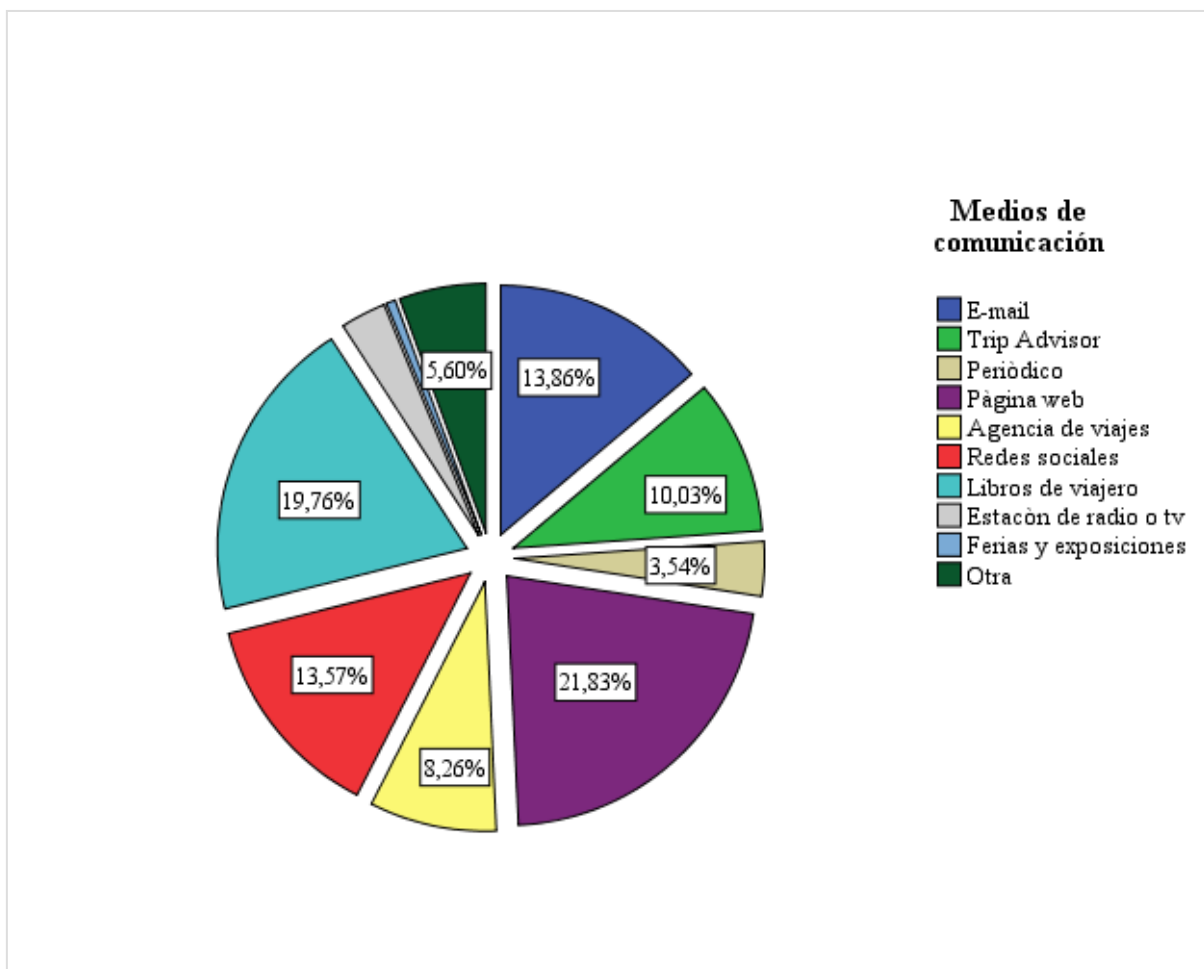


Elaborado por: Henry Lema

Fuente: encuesta en terminales (salida de visitantes)

El 33 % de los turistas encuestados son estudiantes. El 28 % corresponden a empleado privado. El 13 % de los encuestados corresponde a empleado público. Esto representa aproximadamente el 74 % de los encuestados. El resto se distribuyen en otra actividad, jubilado, independiente y ama de casa.

GRÁFICO 6. ¿Cómo prefiere obtener información acerca de un destino turístico?

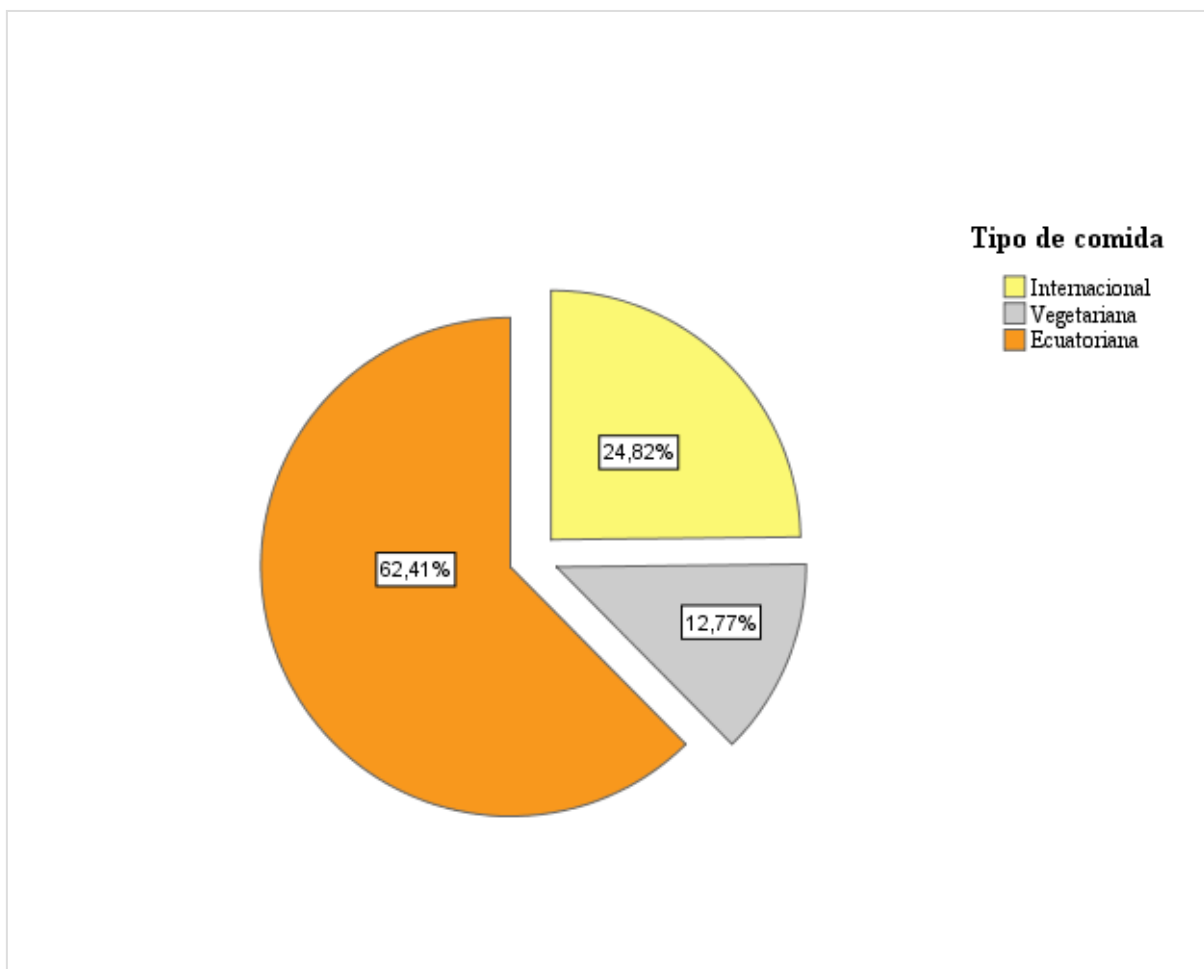


Elaborado por: Henry Lema

Fuente: encuesta en terminales (salida de visitantes)

La mayor parte de turistas prefiere obtener información turística sobre un destino a través de Internet. Esto representa aproximadamente un 60 % distribuidos entre página web, e-mail, redes sociales y Trip Advisor. Sin embargo un gran número de turistas prefiere obtener información a través de libros de viajero tales como Lonely Planet.

GRÁFICO 7. Comida preferida en su visita a la Amazonía

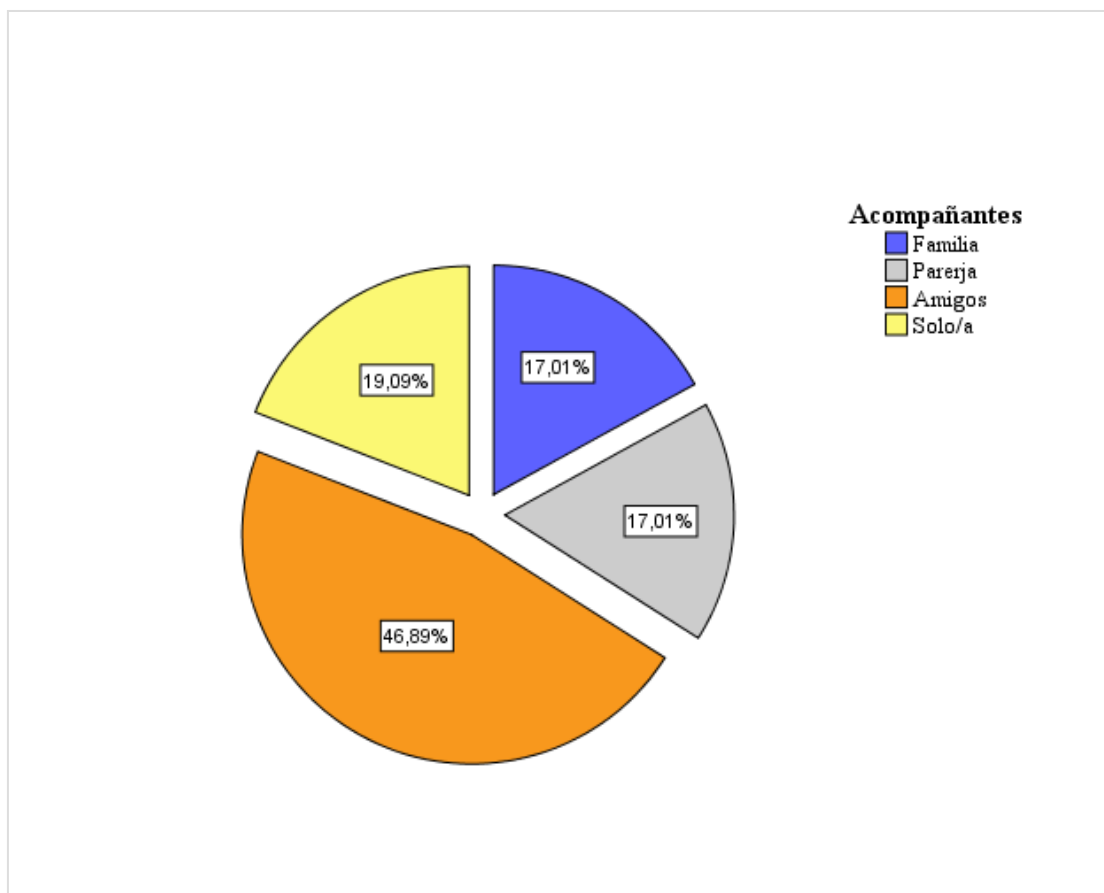


Elaborado por: Henry Lema

Fuente: encuesta en terminales (salida de visitantes)

El 62% de turistas encuestados preferiría consumir comida ecuatoriana lo cual significa que se tiene que mejorar los servicios e incrementar la oferta gastronómica en el cantón Tiwintza.

GRÁFICO 8. Acompañantes en su visita a la Amazonía

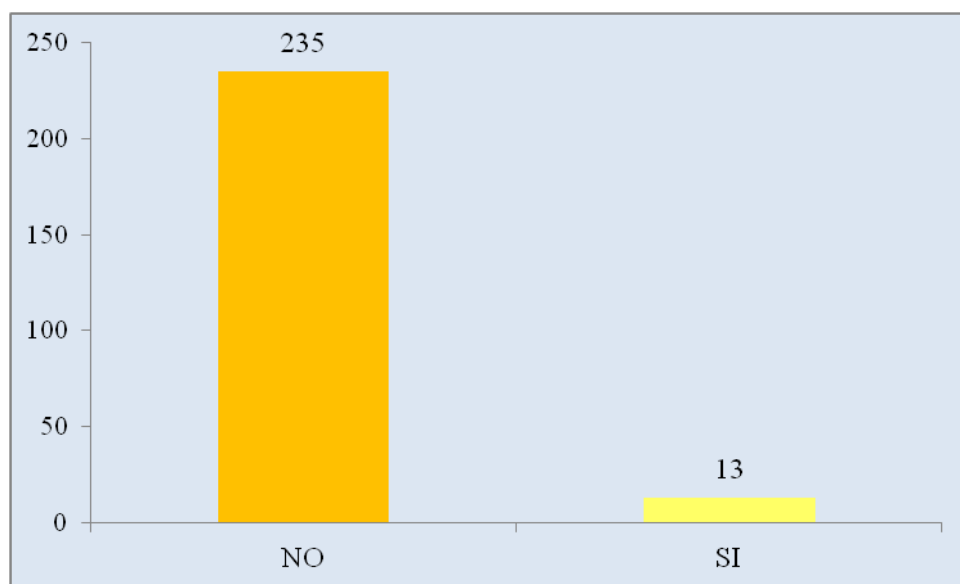


Elaborado por: Henry Lema

Fuente: encuesta en terminales (salida de visitantes)

De cada 10 turistas encuestados aproximadamente la mitad viajó con amigos.

GRÁFICO 9. ¿Para venir a la Amazonía, lo hizo con una agencia de viajes?

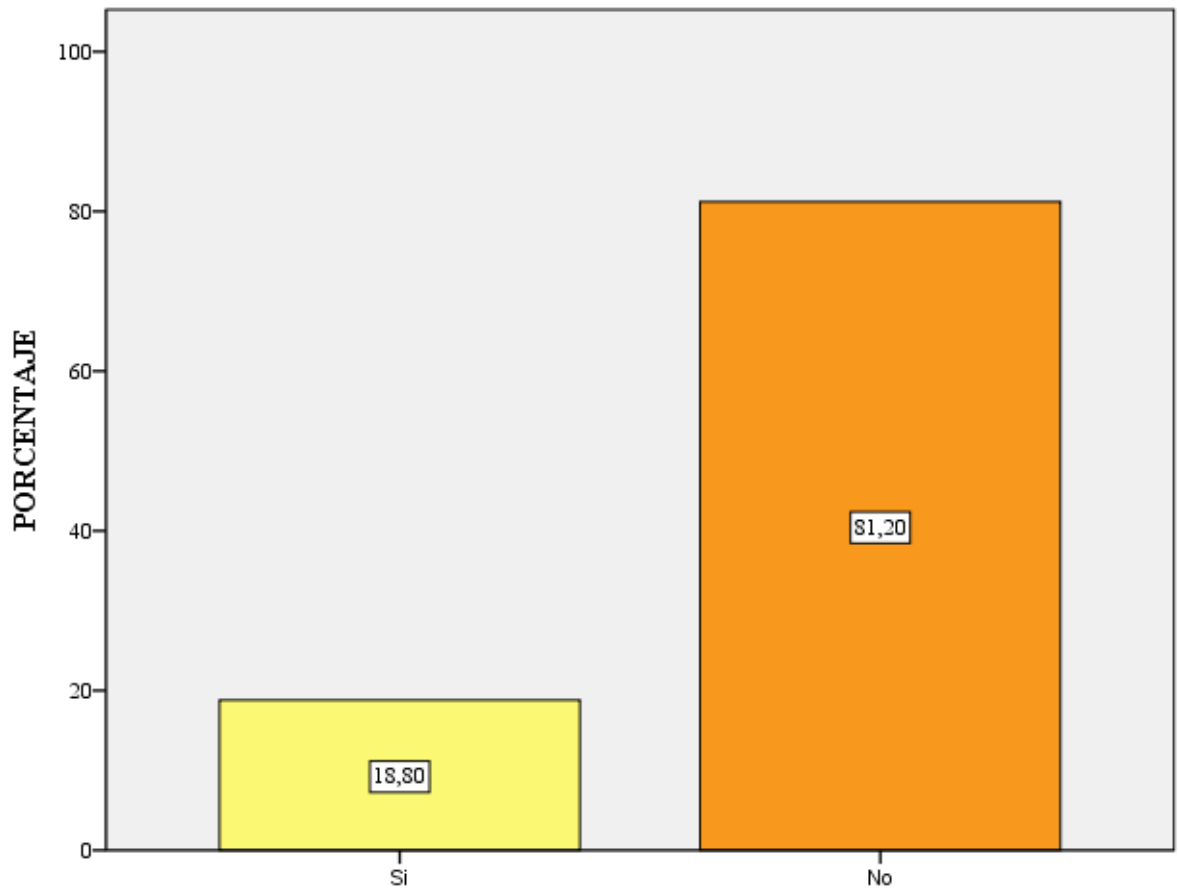


Elaborado por: Henry Lema

Fuente: encuesta en terminales (salida de visitantes)

El 5% de los turistas encuestados utilizó los servicios de una agencia de viajes para visitar la Amazonía.

GRÁFICO 10. ¿En una visita futura a la Amazonía, le gustaría rentar un vehículo?

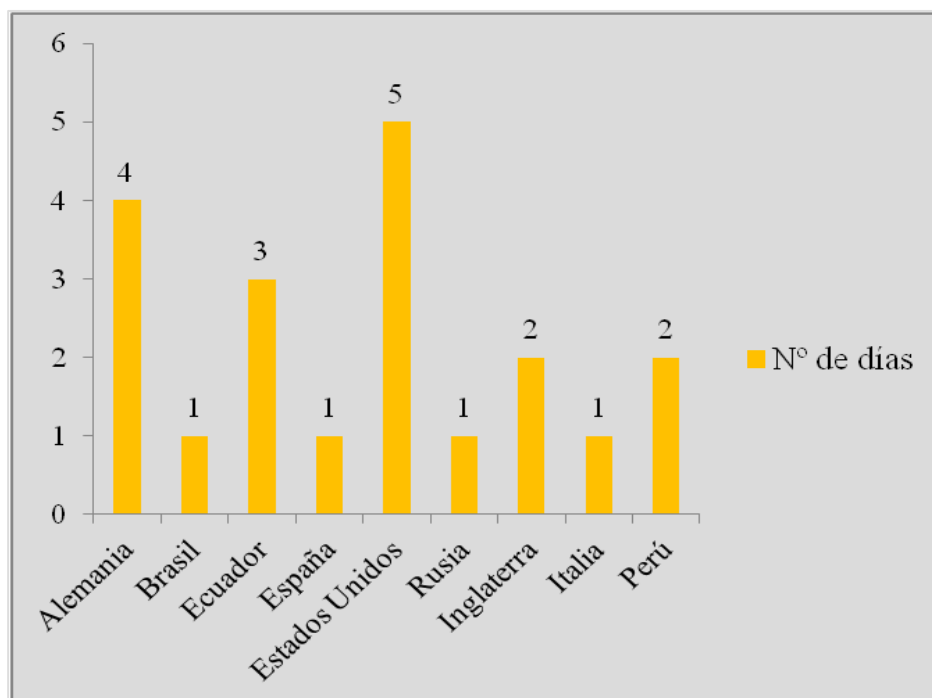


Elaborado por: Henry Lema

Fuente: encuesta en terminales (salida de visitantes)

Claramente se puede evidenciar que de cada 10 turistas encuestados a 8 no le gustaría viajar con vehículo propio por lo que es muy importante contar con medios y sistemas de transporte adecuados que brinden seguridad y comodidad al turista.

GRÁFICO 11. Tiempo estimado que permaneció en la Amazonía como turista

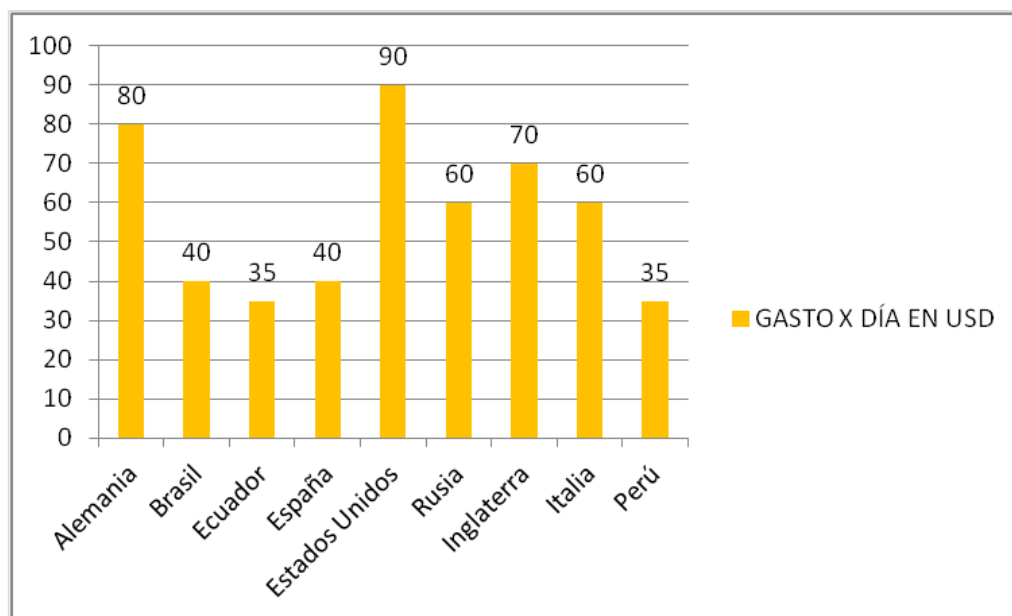


Elaborado por: Henry Lema

Fuente: encuesta en terminales (salida de visitantes)

En promedio los turistas nacionales permanecieron 3 días en la Amazonía como turistas. Los turistas extranjeros permanecieron por un período de entre 1 y 5 días.

GRÁFICO 12. ¿Cuál fue el gasto aproximado durante su estadía como turista?

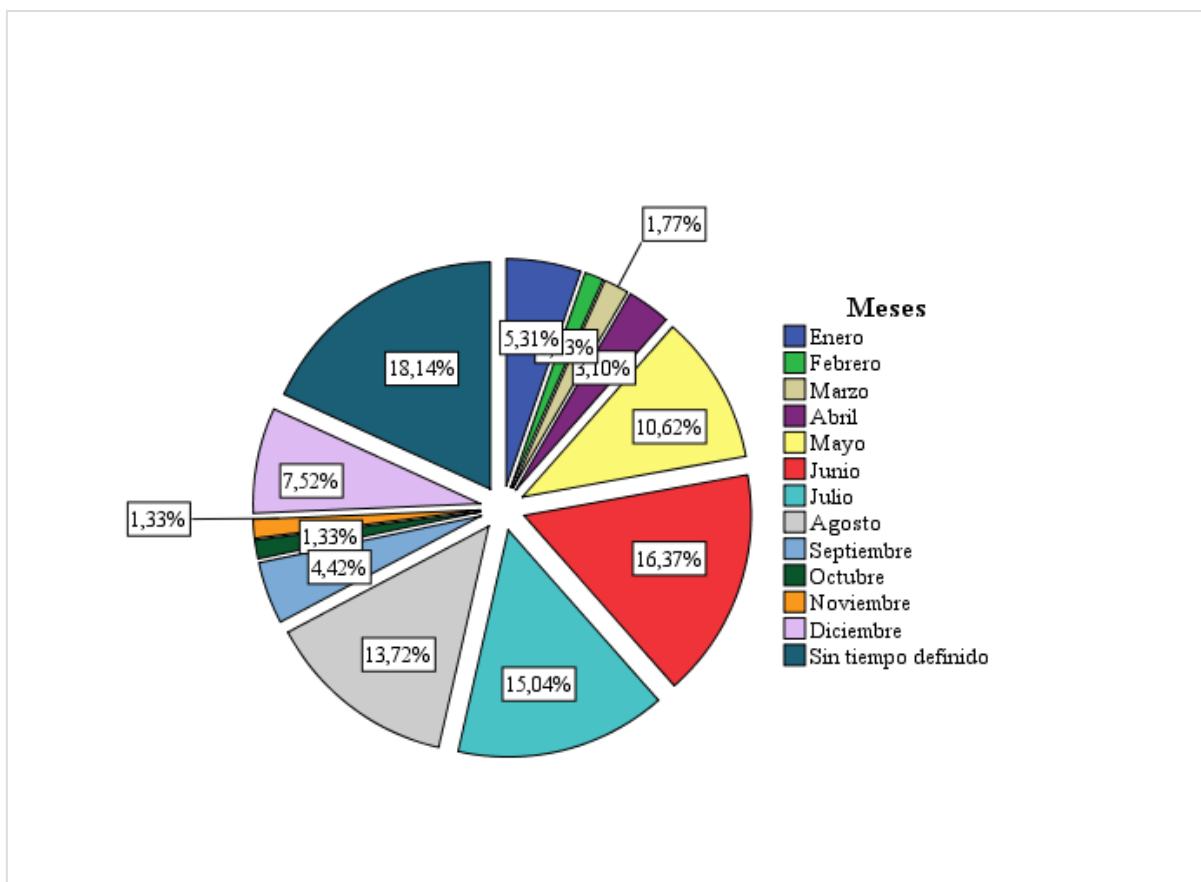


Elaborado por: Henry Lema

Fuente: encuesta en terminales (salida de visitantes)

Los turistas nacionales gastaron en promedio 35 dólares diarios por persona en su visita a la Amazonía. Los turistas extranjeros gastaron entre 35 y 90 dólares diarios por persona.

GRÁFICO 13. ¿En qué meses del año hace generalmente sus viajes turísticos?

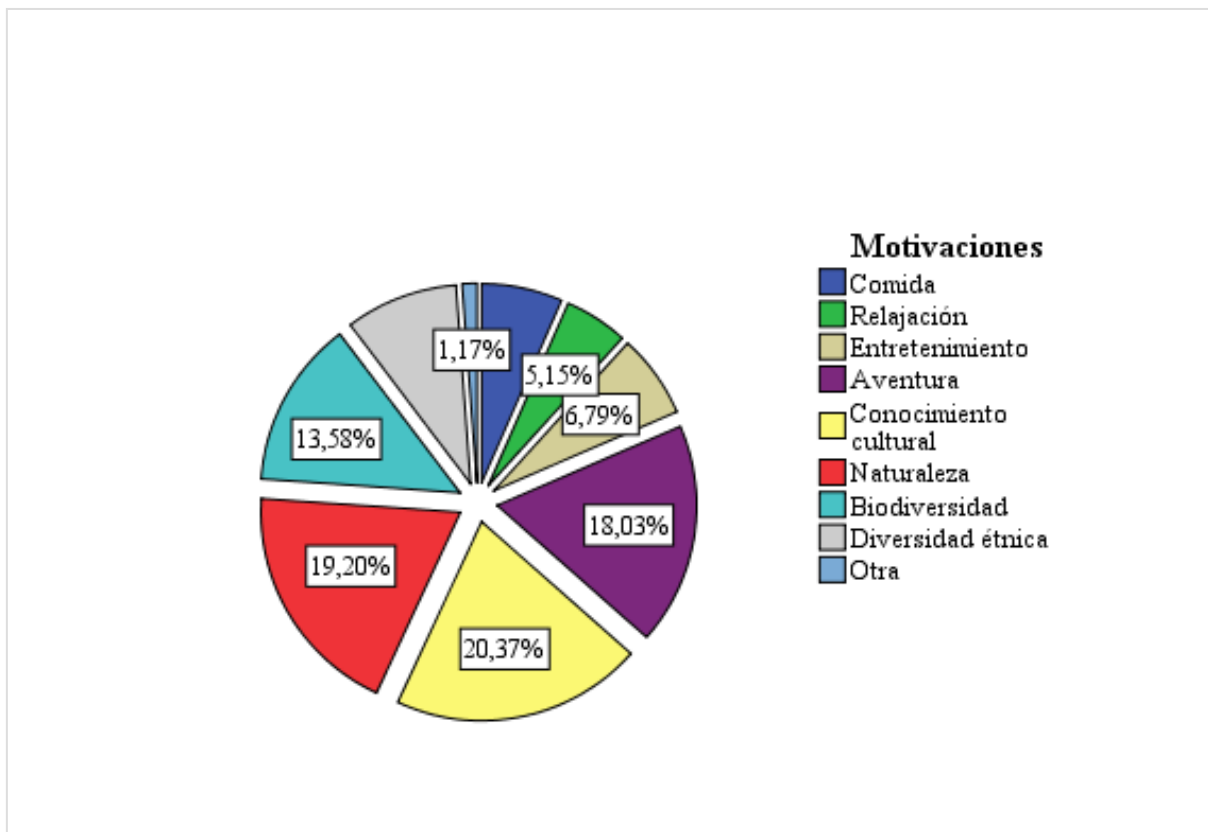


Elaborado por: Henry Lema

Fuente: encuesta en terminales (salida de visitantes)

Mayo, Junio, Julio y Agosto son los meses en que aproximadamente el 55% de los turistas encuestados realizarían sus viajes.

GRÁFICO 14. Motivos principales para visitar la Amazonía ecuatoriana

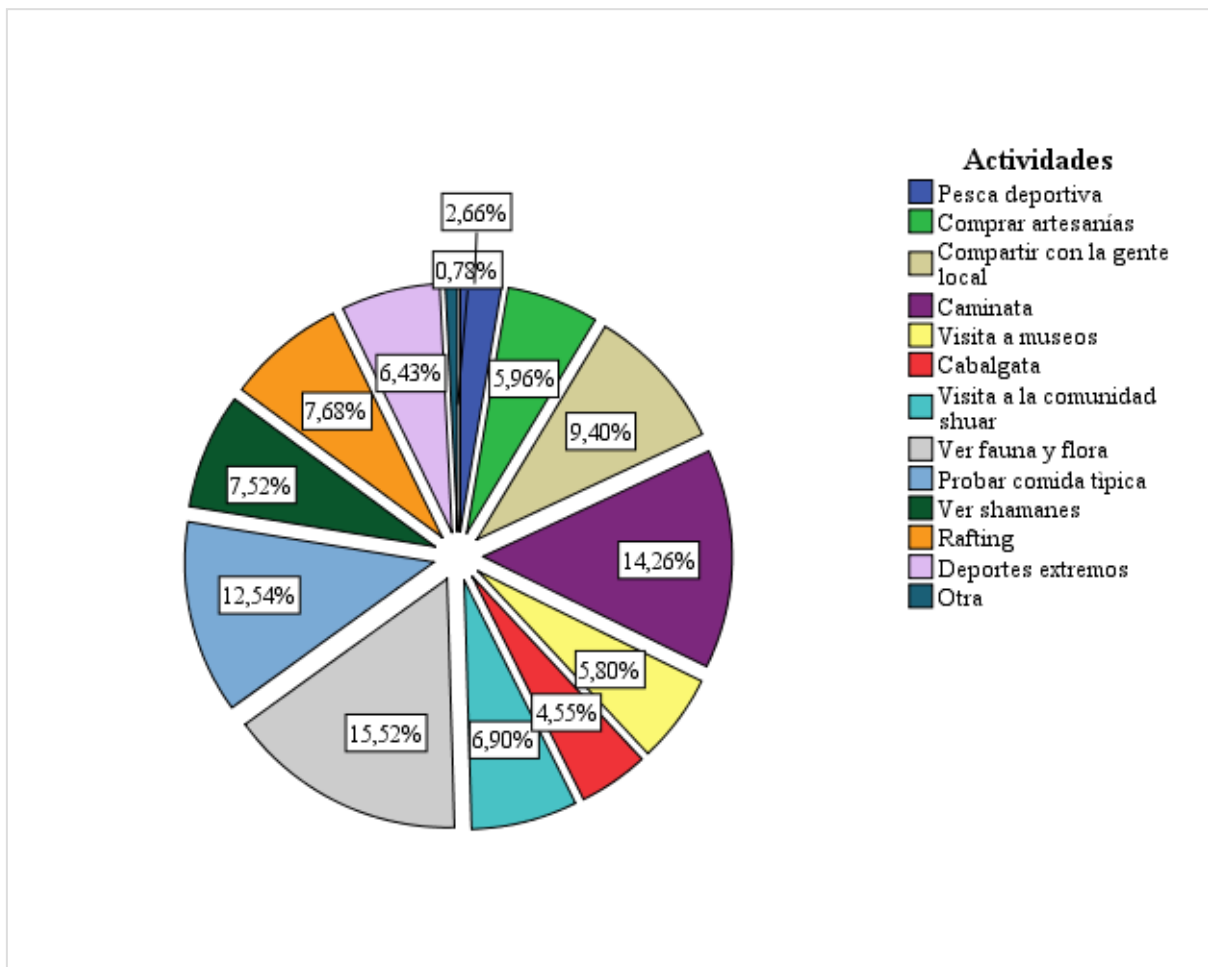


Elaborado por: Henry Lema

Fuente: encuesta en terminales (salida de visitantes)

Aproximadamente el 60 % de turistas que visitó la Amazonía lo hizo por conocimiento cultural, naturaleza y aventura. En segundo lugar tenemos biodiversidad y diversidad étnica con un 22% de turistas.

GRÁFICO 15. Actividades que le gustaría realizar en una visita futura a la Amazonía ecuatoriana

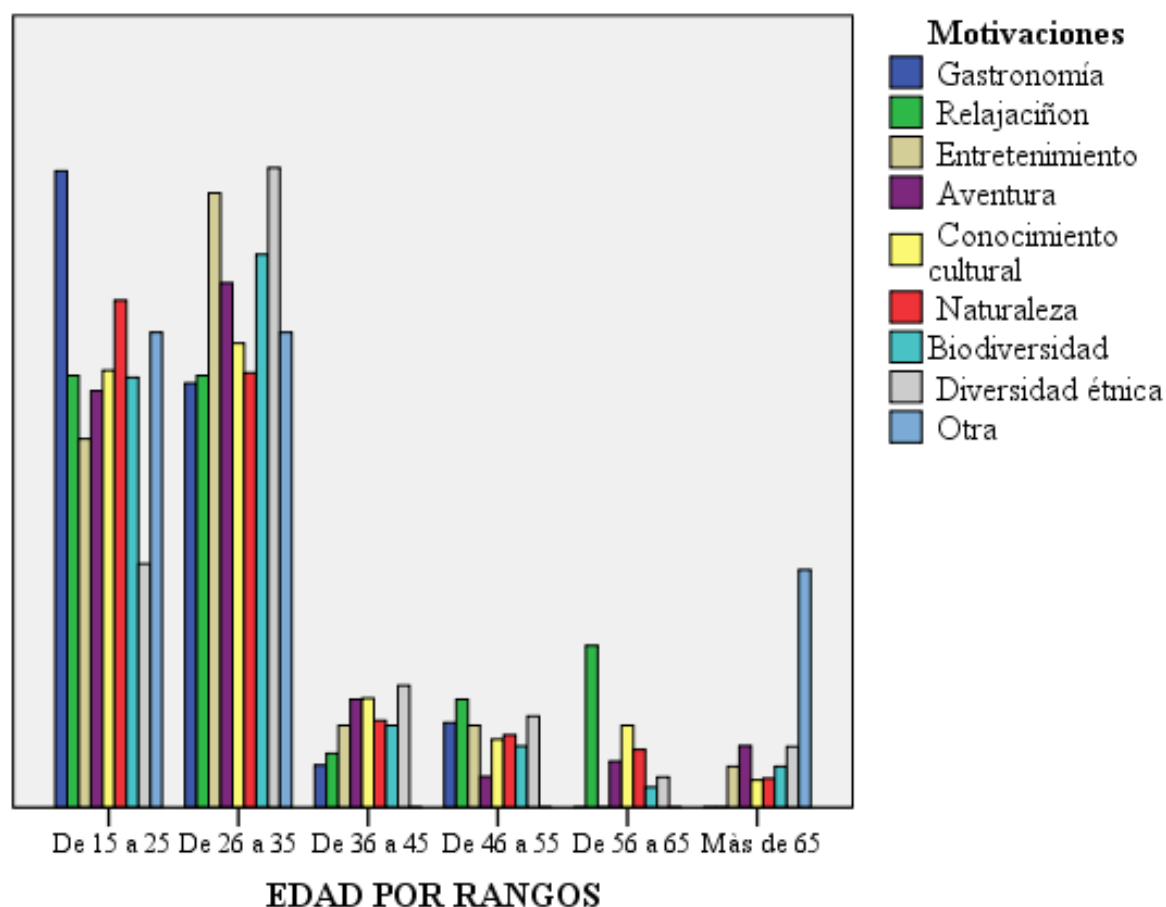


Elaborado por: Henry Lema

Fuente: encuesta en terminales (salida de visitantes)

La principal actividad que les gustaría realizar es ver fauna y flora seguido de caminata. Probar comida típica ocupa un tercer lugar seguido de compartir con la gente local

GRÁFICO 16. Edad por intervalos vs. Motivaciones

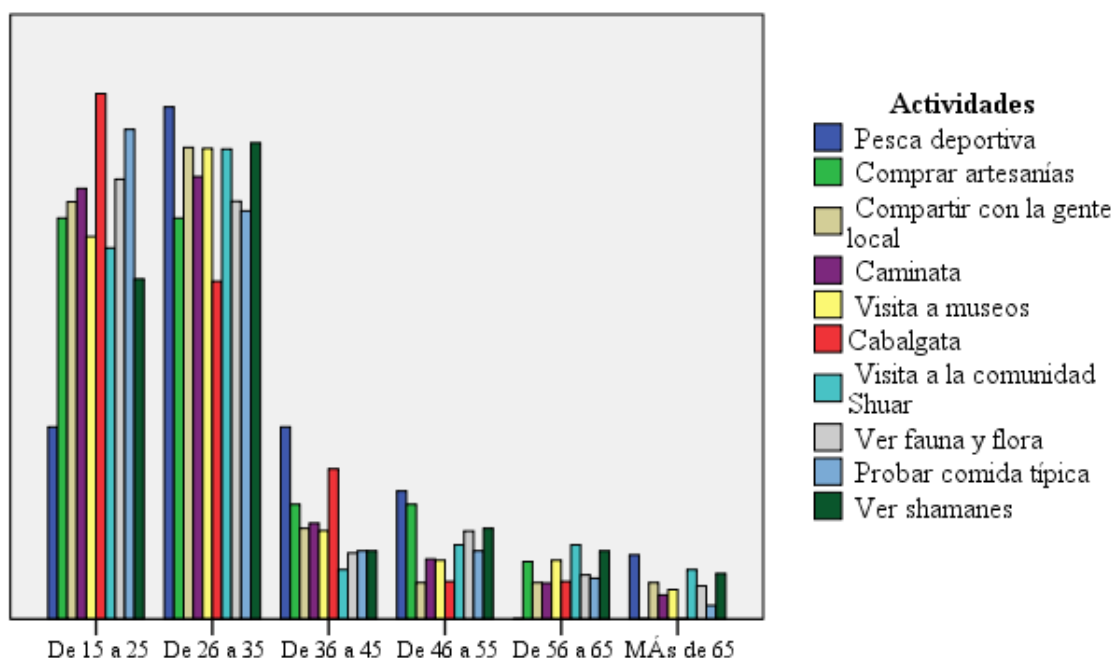


Elaborado por: Henry Lema

Fuente: encuesta en terminales (salida de visitantes)

La principal motivación de los más jóvenes es comida seguida de naturaleza y biodiversidad. La principal motivación de los turistas de 26 a 45 años de edad es diversidad étnica. En el grupo de 46 a 65 años la principal motivación es relajación. Para las personas mayores a 65 años las principales motivaciones son otras tales como ciclismo. Se puede ver también que comida no aparece como una motivación para los turistas encuestados de 56 años y más años de edad.

GRÁFICO 17. Edad por intervalos vs. Actividades turísticas



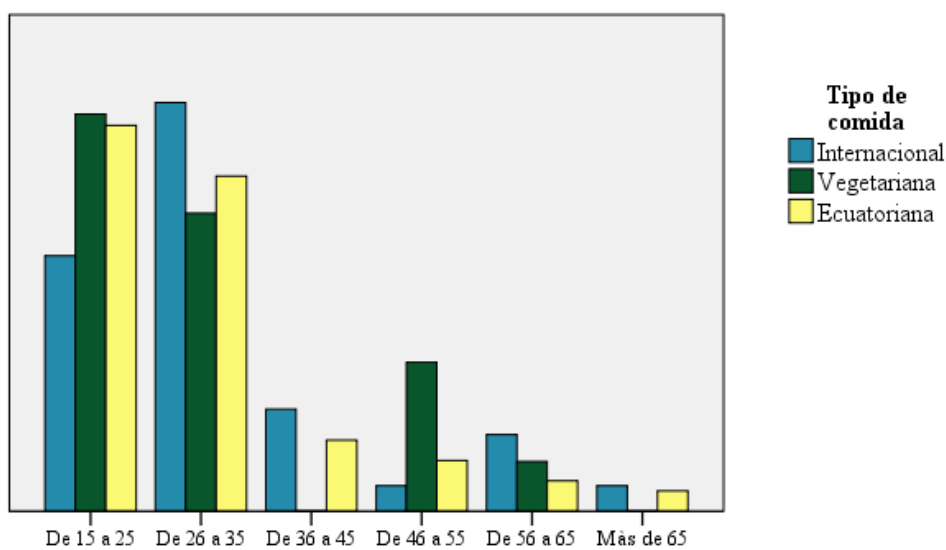
Elaborado por: Henry Lema

Fuente: encuesta en terminales (salida de visitantes)

La principal actividad dentro de los turistas encuestados de 15 a 25 años de edad es cabalgata. Pesca deportiva aparece como la principal actividad dentro del grupo de edad de 26 a 35 años. Así también en los grupos de edad de 36 a 45 años, 46 a 55 años y de más de 65 años. Cabalgata aparece como una actividad muy preferida en la mayoría de los grupos de edad excepto en el grupo de edad de más de 65 años. Comprar artesanías también aparece como una actividad muy preferida en todos los grupos de edad excepto en el último grupo. Caminata

es una actividad preferida en todos los grupos de edad principalmente hasta los 55 años de edad.

GRÁFICO 18. Edad por intervalos vs. Tipo de comida



Elaborado por: Henry Lema

Fuente: encuesta en terminales (salida de visitantes)

La comida preferida por el grupo de edad de 15 a 25 años es vegetariana. En el grupo de edad de 26 a 35 años la comida que el mayor número de turistas prefieren es internacional al igual que en el grupo de edad de 36 a 45 años. En el grupo de edad 46 a 55 años la comida que el mayor número de turistas encuestados prefiere es vegetariana. Cabe notar que la comida ecuatoriana es preferida en todos los grupos de edad. Comida vegetariana no aparece en todos

los grupos de edad; sin embargo, dentro de los grupos en los que aparece un alto porcentaje de turistas la prefiere. Comida internacional aparece como preferida por un alto porcentaje de turistas en todos y cada uno de los grupos de edad.