



**Diseño de un catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo, con el fin de  
dinamizar la oferta turística del sector.**

---

Ingrid Gabriela Chango Jácome

Director

Luis Humberto Ludeña Villacís

Trabajo de grado para optar por el título de Guía Nacional de Turismo con  
equivalente a Técnico Superior

Instituto Tecnológico Superior Universitario Internacional ITI

Carrera de Guía Nacional de Turismo

D.M. Quito, 08 de enero de 2024

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de investigación se convertirá en un piloto de un mega proyecto a desarrollarse en un futuro cercano. Proyecto que nace en un viaje de estudios a Australia, donde tuve la oportunidad de encontrarme conmigo mismo y visualizar el medio a través del cual podré cumplir con la promesa hecha a mi abuelita Zoila, que en su memoria buscaría como ayudar a personas menos favorecidas en el mundo. Ella, mi fuente de inspiración.

A mi Partner de vida y a Zoe (nuestra cachorra), quienes desde que la inicié, han sido un aliento y compañeros de viaje, investigación y aprendizajes.

A mi familia, por estar y ser parte de cada video relacionado al turismo, trabajo de investigación y apoyarme con su amor incondicional.

A cada uno de ellos, gracias por impulsarme.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por ser mi alfarero, guía y camino.

Al Magister Luis Ludeña, un ser humano extraordinario, el profesor que todo estudiante espera en su vida estudiantil, quien sentó las bases cuando inicié esta carrera y ha entregado un acompañamiento transversal con su transferencia de conocimientos. Gracias por ser un embajador de la carrera que representa y un verdadero maestro y amigo.

## **AUTORÍA**

Yo, Ingrid Gabriela Chango Jácome, autora del presente trabajo de grado, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente,

Ingrid Gabriela Chango Jácome

Quito, 08 de enero de 2024.

**LUIS LUDEÑA**

**DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

**CERTIFICA**

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario “ITI”; por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

**LUIS LUDEÑA**

Quito, 08 de enero de 2024.

## **DECLARACIÓN DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA**

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 07 días del mes de diciembre de 2023, firmo conforme: Conste por el presente documento la cesión de los derechos del trabajo de fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: Yo, Ingrid Gabriela Chango Jácome, bajo la dirección de Luis Humberto Ludeña Villacís, declaro ser la autora del trabajo de fin de carrera con el tema “Diseño de un catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo, con el fin de dinamizar la oferta turística del sector”, como requisito fundamental para optar por el título de Técnico Superior en Guía Nacional de Turismo, a su vez autorizo a la biblioteca del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, para que pueda registrar en el repositorio digital y difunda esta investigación con fines netamente académicos, pues como política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, los trabajos de fin de carrera se aplican, materializan y difunden en beneficio de la comunidad.

SEGUNDA: Los comparecientes Luis Humberto Ludeña Villacís, en calidad de director del trabajo fin de carrera e Ingrid Gabriela Chango Jácome, como autor/a del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos del trabajo fin de carrera y conceden la autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna. El Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

TERCERA: Las partes declaradas aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derechos.

---

Luis Humberto Ludeña Villacís

Tutor

---

Ingrid Gabriela Chango Jácome

Estudiante

Quito, 08 de enero de 2024.

## ÍNDICE

ÍNDICE .....	7
ÍNDICE DE TABLAS .....	9
ÍNDICE DE FIGURAS .....	10
RESUMEN .....	12
INTRODUCCIÓN .....	14
Nombre del proyecto .....	14
Antecedentes .....	14
Marco contextual .....	18
Problema de investigación .....	19
.....	20
Definición del problema .....	21
Idea a defender .....	22
Objeto de estudio y campo de acción .....	22
Justificación .....	22
Objetivos .....	23
Síntesis de la introducción .....	24
CAPÍTULO I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	25
Antecedentes históricos .....	28
Análisis de la zona de estudio .....	30
Fundamentación Conceptual .....	34
Fundamentación Legal .....	36
Fundamentación Técnica y/o Tecnológica .....	41
Síntesis del capítulo .....	42
CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO .....	43
.....	44
Etapa I. Análisis estratégico de la zona de estudio .....	45
Etapa II. Selección de los atractivos. ....	53
Etapa III. Métodos y técnicas investigativas .....	78
Tipos de investigación .....	78
Métodos de investigación: .....	79
Técnicas e instrumentos de investigación .....	80
Universo: .....	82
Muestra: .....	82
Presentación gráfica, análisis e interpretación de resultados obtenidos .....	83
Etapa IV. Análisis de los beneficios e impactos. ....	125

Construcción del FODA.....	125
Síntesis del capítulo .....	129
<b>CAPÍTULO III: PROPUESTA .....</b>	<b>131</b>
Descripción de la propuesta .....	131
Viabilidad (económica, social, ambiental, etc.) .....	131
Impacto.....	132
Desarrollo de la propuesta.....	133
Síntesis del capítulo .....	158
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>160</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>162</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>165</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>172</b>
Anexo N° 1. Encuesta. ....	172
Anexo N° 2. Entrevista. ....	176
Anexo N°3. Informe de Turnitin. ....	180



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 .....	44
Tabla 2 .....	46
Tabla 3 .....	49
Tabla 4 .....	50
Tabla 5 .....	52
Tabla 6 .....	55
Tabla 7 .....	57
Tabla 8 .....	60
Tabla 9 .....	61
Tabla 10 .....	63
Tabla 11 .....	66
Tabla 12 .....	69
Tabla 13 .....	84
Tabla 14 .....	85
Tabla 15 .....	86
Tabla 16 .....	87
Tabla 17 .....	89
Tabla 18 .....	90
Tabla 19 .....	92
Tabla 20 .....	93
Tabla 21 .....	95
Tabla 22 .....	95
Tabla 23 .....	96
Tabla 24 .....	99
Tabla 25 .....	100
Tabla 26 .....	102
Tabla 27 .....	103
Tabla 28 .....	105
Tabla 29 .....	108
Tabla 30 .....	109
Tabla 31 .....	111
Tabla 32 .....	112
Tabla 33 .....	114
Tabla 34 .....	115
Tabla 35 .....	117
Tabla 36 .....	118
Tabla 37 .....	120
Tabla 38 .....	127

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. ....	20
Figura 2. ....	31
Figura 3. ....	33
Figura 4. ....	51
Figura 5. ....	84
Figura 6. ....	85
Figura 7. ....	86
Figura 8. ....	88
Figura 9. ....	89
Figura 10. ....	91
Figura 11. ....	92
Figura 12. ....	94
Figura 13. ....	97
Figura 14. ....	98
Figura 15. ....	98
Figura 16. ....	99
Figura 17. ....	101
Figura 18. ....	102
Figura 19. ....	104
Figura 20. ....	105
Figura 21. ....	106
Figura 22. ....	107
Figura 23. ....	108
Figura 24. ....	110
Figura 25. ....	111
Figura 26. ....	113
Figura 27. ....	114
Figura 28. ....	116
Figura 29. ....	117
Figura 30. ....	119
Figura 31. ....	120
Figura 32. ....	135
Figura 33. ....	137
Figura 34. ....	138
Figura 35. ....	139
Figura 36. ....	140
Figura 37. ....	141
Figura 38. ....	142
Figura 39. ....	142
Figura 40. ....	143
Figura 41. ....	143

Figura 42. ....	144
Figura 43. ....	144
Figura 44. ....	145
Figura 45. ....	145
Figura 46. ....	146
Figura 47. ....	146
Figura 48. ....	147
Figura 49. ....	147
Figura 50. ....	148
Figura 51. ....	148
Figura 52. ....	149
Figura 53. ....	149
Figura 54. ....	150
Figura 55. ....	151
Figura 56. ....	152
Figura 57. ....	153
Figura 58. ....	154
Figura 59. ....	155
Figura 60. ....	156
Figura 61. ....	157
Figura 62. ....	158
Figura 63. ....	172
Figura 64. ....	176
Figura 65. ....	178
Figura 66. ....	180

## RESUMEN

Tema: “Diseño de un catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo, con el fin de dinamizar la oferta turística del sector”.

**Autora:** Ingrid Gabriela Chango Jácome

**Tutor:** Luis Ludeña

**Fecha:** 08 de enero de 2024.

El presente Proyecto Integrado de Grado denominado “Diseño de un catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo, con el fin de dinamizar la oferta turística del sector”, tiene como objetivo dar a conocer 16 atractivos turísticos e información que complemente sus actividades como: lugares de entretenimiento, gastronomía, medios de transporte, hospedaje y agencias de servicios turístico, lugares a los que, actuales o potenciales turistas puedan visitar, teniendo la seguridad que para su efecto, han formado parte de toda una investigación que respalda y recomienda su visita, e inversión en tiempo y dinero.

Para ello, es importante mencionar que la investigación está conformada por cuatro grandes capítulos, donde cada una ha sido crucial para encaminar una investigación de calidad. El primero, ha proporcionado una visión holística del territorio y ha permitido la identificación de la

problemática encontrada, hipótesis planteada y objetivos que encaminen la investigación. El segundo, ha contribuido con la identificación del formato del catálogo y el marco jurídico legal del sector turístico para articular el acceso a la información. El tercero, constituye la columna vertebral del Proyecto Integrador de Grado, por la aplicación de dos metodologías, una para su desarrollo macro y otra para la selección de los atractivos, completando con técnicas investigativas que permitieron obtener validación externa de la investigación. Y, finalmente, el capítulo que le da vida a todo el proyecto, ya que presenta en producto final, el catálogo, sus bondades y hace una invitación directa a explorar el pulmón de la Amazonía, la ciudad de Puyo.

Palabras clave: PROYECTO, TERRITORIO, DISEÑO, CATÁLOGO, ATRACTIVOS Y METODOLOGÍAS.

## INTRODUCCIÓN

### **Nombre del proyecto**

“DISEÑO DE UN CATÁLOGO DIGITAL TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE PUYO, CON EL FIN DE DINAMIZAR LA OFERTA TURÍSTICA DEL SECTOR”.

### **Antecedentes**

En la provincia de Pastaza, específicamente en su capital, la ciudad de Puyo, existe una deficiente promoción turística que integre atractivos turísticos que permitan apreciar especies nativas del cantón, es por esta razón que se hace referencia al investigador Edgar Coronado (2020), quien ha desarrollado su trabajo de investigación en la ciudad de Puyo, en conjunto con la Universidad Estatal Amazónica, previo a titularse de Ingeniero en Turismo, cuyo tema investigado se denomina “Diseño de una guía turística para incorporar a las orquídeas nativas como un elemento atractivo en sitios de interés turístico del cantón Pastaza”, donde el objeto principal fue diseñar una guía turística que integre las especies más representativas del cantón Pastaza, a través de una investigación mixta cualitativa y cuantitativa, la cual permitió identificar que a pesar de que la provincia cuenta con un alto número de especies de orquídeas, el desconocimiento de la población es alto; asimismo, identificar las especies de orquídeas con mayor potencial de aprovechamiento

turístico y su incorporación en la Guía turística para promocionar a la ciudad con este valor agregado.

De la misma manera, Puyo cuenta con varios atractivos turísticos que incluyen una gran cantidad de biodiversidad, desafortunadamente en su mayoría, los turistas no disponen de suficiente información, es por esto que se hace referencia a la investigadora Dayanara Barba (2019), quien ha desarrollado su trabajo de investigación en la ciudad de Puyo, en conjunto con la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, previo a titularse de Ingeniera en Diseño Gráfico, cuyo tema de investigación se denomina “Catálogo virtual para la web, utilizando fotografías 360 de los atractivos más visitados de la ciudad de Puyo”, su objetivo principal fue diseñar un catálogo virtual para la web, de los atractivos turísticos más visitados de la ciudad de Puyo, mediante una investigación inductiva y deductiva, la cual concluye que el catálogo es una herramienta para el fomento, promoción e incentivo para visitar el destino turístico, generando una vista previa de 360° a cada atractivo, catálogo que cuenta con una validación de expertos.

Dando continuidad a la investigación, se hace necesario mencionar que en la ciudad de Puyo, no se ha hecho énfasis en promocionar y comercializar atractivos turísticos, razón por cual, se cita a los investigadores Jenny Quispilema y Juan Villalta (2019), quiénes han desarrollado su trabajo de investigación en la ciudad de Puyo, en conjunto con la Universidad Estatal Amazónica, previo a titularse de Ingenieros en Turismo, cuyo tema se denomina “Manejo de las Redes Sociales para la

promoción y comercialización de los atractivos turísticos del corredor Puyo – Santa Clara”, su objetivo fue proponer estrategias para el manejo de redes y conseguir un mayor alcance en la promoción de los atractivos identificados, a través de una investigación documental y descriptiva, donde las estrategias identificadas se describen a continuación: 1. Diseñar un plan de promoción turística para las redes sociales, 2. Ejecutar campañas de tendencia y cultura turística en la actualidad, 3. Realizar FAM TRIPS con operadores del mismo segmento de mercado, 4. Brindar capacitaciones a los administradores de los atractivos turísticos, sobre el manejo de redes sociales.

Cabe destacar también, que a pesar del alto potencial turístico de Puyo, se ha identificado la asignación de altos montos del presupuesto del GAD Municipal de Pastaza para su promoción turística, a través de alternativas offline (sin internet); razón por la cual, como alternativa de contraste, se cita a los investigadores Edison Aldaz y Bryan Barroso (2019), quienes han desarrollado su trabajo de investigación en la ciudad de Puyo, en conjunto con la Universidad Estatal Amazónica, previo a titularse de Ingenieros en Turismo, cuyo tema de investigación se denomina “Diseño de una aplicación móvil para la promoción turística del cantón Pastaza”, el cual tuvo como objetivo medir la aceptación, diseñar y crear la aplicación móvil para promocionar a Pastaza, mediante una investigación cuantitativa y cualitativa, que valida su creación, ya que un 95% de los turistas que fueron encuestados prefieren el uso de una App, lo que motivó su creación.



Finalmente, es indispensable conocer la cultura turística de la población que se asienta en Puyo, por lo cual se menciona a la investigación de Nathaly Chango y Jessica Granizo (2019), quienes han desarrollado su trabajo de investigación en la ciudad de Puyo, en conjunto con la Universidad Estatal Amazónica, previo a titularse de Ingenieros en Turismo, cuyo tema se denomina "La cultura turística de los pobladores en la imagen del destino, caso de estudio ciudad de Puyo", su objetivo fue determinar la incidencia de la cultura turística de los población receptora en la imagen de la ciudad, a través de una investigación cualitativa y cuantitativa, donde el 86,1% de turistas que llegan a la ciudad proceden de la ciudad de Quito y el 13,9% del extranjero, el 78,2% prefieren visitar sitios naturales y el 21,8% sitios culturales y que solo el 28,9% de turistas han recibido información para visitar atractivos; por lo expuesto, se concluye que existe una positiva relación entre la cultura turística y la imagen del destino, desafortunadamente el nivel de cultura turística en la población de Puyo no genera un valor agregado, influyendo negativamente en la decisión de retorno de los visitantes, puesto que los mismos pobladores desconocen sus propios atractivos turísticos.

## **Marco contextual**

### ***Análisis macro***

Una revolucionaria alternativa ha sido puesta en marcha por ALBA SUD, asociación de Cataluña que se especializa en la investigación y la comunicación para el desarrollo, misma que ha publicado el primer Catálogo Latinoamericano en Turismo Rural Comunitario, con tour-operadoras de 15 países de América Latina, donde recogen la oferta de diferentes iniciativas comunitarias y propuesta de itinerarios en países como: Chile, Argentina, Uruguay, Bolivia, Perú, Ecuador, Brasil, , Panamá, El Salvador, Costa Rica, Nicaragua, , Honduras, Guatemala, Puerto Rico y México, con el fin de coadyuvar esfuerzos en la mejora de la calidad de vida de las comunidades receptoras de turistas y generar mayor alcance a la promoción de dichos lugares. (SUD, 2015).

En Ecuador, el Ministerio de Turismo mediante una de sus estrategias nacionales “Viaja Ecuador”, ha creado el Catálogo Centros Turísticos Comunitarios, para cada Región de Continente: Costa, Sierra y Amazonía, a través del cual, se ofertan varios Centros de Turismo Comunitario (CTC) con servicios turísticos ofertados por las Comunidades que aprovechan su patrimonio cultural y/o natural (Ministerio de Turismo, 2023)

### ***Análisis meso***

La Prefectura de Pastaza, en alianza con la Agencia de Cooperación Internacional del Japón -JICA, promociona a la Provincia, a través de su catálogo Turístico/ Tourism Brochure, como un destino de “Aventura, Selva y Tradición”, donde expone varias rutas turísticas, como: Geobotánica, Ancestral, Aventura, Plumas y Sabor, las cuales se pueden desarrollar con diversas Tour Operadoras que se encuentran ubicadas dentro de los cuatro cantones que la componen, como son: Pastaza, Mera, Arajuno y Santa Clara. (Prefectura de Pastaza, 2017)



### ***Análisis micro***

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Pastaza, ha elaborado una Guía de Información Turística, mediante la cual se hace una exposición de lugares turísticos de Puyo y sus principales vías de entrada y salida, como son: vía a Baños, vía a Tena, vía a Macas; al igual que, un detalle de las operadoras turísticas que se encuentran dentro del cantón. (GADM Cantón Pastaza, 2019)

### **Problema de investigación**

Se presenta a continuación, el problema de investigación:

**Figura 1.***Problema de la investigación.*

<b>CAUSAS</b> 	<b>DEFINICION DEL PROBLEMA</b>	<b>CONSECUENCIAS</b> 
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Débil articulación entre los organismos seccionales.</li> <li>• Políticas públicas ineficientes.</li> <li>• Escasa asignación presupuestaria.</li> <li>• Escasa cultura turística en la población.</li> <li>• Limitada educación turística.</li> <li>• Deficiente promoción de las actividades turísticas.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>ESCASA OFERTA DIGITAL TURÍSTICA UNIFICADA Y ACTUALIZADA EN LA CIUDAD DE PUYO.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Decremento en la inyección de recursos económicos en favor de la ciudad.</li> <li>• Pérdida de cuota en la demanda turística nacional e internacional.</li> <li>• Aumento de desempleo.</li> <li>• Demanda turística inequitativa.</li> <li>• Desmejora en la calidad de vida de la población.</li> <li>• Migración poblacional.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>INDICADORES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• A nivel nacional, la información de atractivos turísticos de la ciudad de Puyo, se encuentra dispersa, conforme los siguientes medios: internet 32%, amigos 25,3%, televisión 20,5%, radio 11,8%, prensa escrita y centros de información turística el 10,4% (Vela, 2016)</li> <li>• A nivel internacional, la información de atractivos turísticos de la ciudad de Puyo, se encuentra dispersa, conforme los siguientes medios: amigos 30,3%, internet 32,8%, centros de información turística 26% y televisión 10,9%. (Vela, 2016)</li> </ul>		

*Nota.* Problemática de la investigación Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

### **Definición del problema**

Por un lado, es importante partir de información cuantitativa obtenida desde entidades ubicadas en el sector objeto de estudio, por lo cual se puede mencionar que el GAD Provincial de Pastaza destina 50mil dólares anuales para la ejecución y proyectos aprobados dentro de la Mesa Provincial de Turismo y el GAD Municipal de Pastaza destina 30 mil dólares anuales para publicidad en radio y televisión y 25 mil dólares anuales para publicidad impresa. (Aldaz & Barroso, 2019)

Por otro lado, representantes de la Cámara de Turismo de Pastaza mencionan que uno de los más grandes problemas es la falta de articulación entre las entidades públicas y privadas, y que predominan los intereses políticos antes que el desarrollo turístico, en lo que coincide la Oficina Técnica del Ministerio de Turismo quien menciona que la población debe mejorar la cultura turística. (Aldaz & Barroso, 2019)

En este contexto, la débil articulación entre organismos seccionales, la falta de políticas públicas, la escasa asignación presupuestaria para la publicidad digital, y la limitada cultura turística convergen y crean la “Escasa oferta digital turística unificada y actualizada en la ciudad de Puyo”, generado como consecuencia la pérdida de cuota en la demanda turística nacional e internacional, incremento en el desempleo, desmejora en las condiciones de vida de la ciudadanía e incremento de la migración.

**Idea a defender**

La escasa oferta digital turística unificada y actualizada en la ciudad de Puyo, será mitigada mediante el diseño de un catálogo digital turístico que incluya los atractivos de la ciudad, con el fin de dinamizar la oferta del sector.

**Objeto de estudio y campo de acción*****Objeto de estudio:***

Diseño de un catálogo digital turístico.

***Campo de acción:***

El sitio de estudio será la ciudad de Puyo, capital de la Provincia de Pastaza.

**Justificación**

Considerando que un catálogo digital turístico se lo realiza con el fin de presentar la oferta del destino turístico de una forma sencilla, mediante el cual el turista pueda tener una variedad de opciones de los atractivos que podría visitar con cada una de sus características, precios, ubicación y demás información que le agregue valor, sumado al alto potencial turístico compuesto por sus recursos culturales, naturales y capacidad para satisfacer las necesidades del turista, y teniendo en cuenta la escasa oferta digital

turística unificada y actualizada, se ha propuesto como Proyecto Integrador de Grado: el diseño de un Catálogo Digital Turístico de la Ciudad de Puyo.

Dicho catálogo permitirá exponer la oferta turística del sector en una mediana escala; sin embargo, se convertirá en un proyecto piloto que formará parte de un mega proyecto a nivel nacional, a través del desarrollo de una APP, siendo la carta de presentación para la generación de alianzas público – privadas que enfoquen sus esfuerzos en unificar la oferta actualizada de los atractivos turísticos, incentivando a la inversión, donde su efecto multiplicador se verá plasmado en la mejora tanto de la cultura turística de la población receptora, como en su calidad de vida y decremento de los indicadores de la migración.

## **Objetivos**

### ***General***

Diseñar un catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo, a través de inclusión de los atractivos turísticos que forman parte del catastro disponible del Ministerio de Turismo y la identificación de lugares potenciales, a fin de dinamizar la oferta turística del sector.

### ***Específicos***

- Fundamentar los principales conceptos relacionados a los catálogos digitales, a través de fuentes primarias y secundarias, con el objeto de comprender el marco de su desarrollo y focalizar óptimamente la investigación.

- Levantar la información de los atractivos turísticos, mediante la implementación de una metodología eficiente y corta, que permita seleccionar únicamente sitios con alto valor agregado.
- Diseñar un catálogo turístico digital, con la ayuda de herramientas innovadoras que permitan crear un entorno virtual para consideración de los potenciales turistas.

### **Síntesis de la introducción**

El presente capítulo introductorio, ha proporcionado una visión holística de la realidad encontrada en la zona objeto de estudio, a través de varias investigaciones relacionadas con la propuesta del Proyecto Integrador de Grado, lo cual ha permitido tener un diagnóstico inicial de las fortalezas (culturales y naturales), debilidades (falta de iniciativas y descoordinación institucional), así como oportunidades (alianzas estratégicas) y amenazas (potencial turístico cercano – Baños) del entorno, información que ha servido de insumo, para plantear con conocimiento de causa, el problema de investigación, mitigarlo a través de la definición del proyecto y delimitar los objetivos que encaminen el mismo, así como coadyuvar esfuerzos para identificar el contexto conceptual base, el cual se abordará en la siguiente sección.



## CAPÍTULO I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

El presente capítulo, abordará cada una de las variables dependiente e independiente del tema seleccionado, mediante las cuales se tendrá una mejor contextualización del tema a investigar, aterrizado a su delimitación geográfica.

En este sentido, es proponderante mencionar que el objetivo principal de un catálogo es demostrar de forma visual y rápida, la solvencia, ventajas competitivas y características de una empresa que ofrece productos o servicios, que, para el tema en estudio, se enfocará en la promoción de destinos y atractivos turísticos.

En este contexto, a continuación se detallan los tipos de catálogos tradicionales y digitales.

### **Formatos de catálogos tradicionales, conforme lo describe (Galán, 2023):**

**Catálogo en fichas:** Provee información bibliográfica en fichas normalizadas (75x125mm), en cartulina blanca, con perforación con varilla transversal a fin de impedir la descolocación de las fichas.

**Catálogo impreso:** Se presenta en forma de un folleto impreso, lo que permite fotocopiarlo a gran escala, el gran inconveniente es que queda inmediatamente desplazado y para actualizarlo es necesario la reimpresión total o edición de suplementos.

### **Formatos de catálogos digitales, de acuerdo a (Rivera, 2023):**

**Catálogo en Pdf:** Uno de lo más utilizados, permite insertar enlaces que ayudan a la navegación en archivos con múltiples productos y categorías, al igual que enlaces que conectan a tu página web.

**Catálogo en Power Point:** Punto de inicio del diseño, el cual se exporta a pdf, existen varias plantillas diseñadas para el efecto.

**Catálogo en Word:** Así como en Power Point, se puede insertar enlaces a tiendas online y redes sociales, lo que facilita la gestión de este instrumento.

**Catálogo en Publisher:** Software desarrollado para la creación de folletos de impresión, donde dispone de una variedad de plantillas y se lo puede exportar a pdf.

**Catálogo en JPG:** El cual hace uso de imágenes que pueden ser comprimidas al máximo, sin temor de perder calidad, una gran ventaja es que se lo puede visualizar sin abrir ningún otro programa y una desventaja es que no es posible inserta enlaces.

**Catálogo en WhatsApp:** Permite a las personas naturales que han emprendido negocios, ofertar una experiencia con atención directa al cliente, a tan solo un mensaje. Una herramienta que favorece la automatización y optimización del proceso, así como la experiencia de compra.

**Catálogo animado o en video:** Una de las mejores opciones para atraer a un público que prefiere contenido audiovisual, puede ser compartido en redes sociales (YouTube) y al mismo tiempo recibir interacciones en vivo para aumentar la demanda.

**Catálogo de productos en sitio web:** Mediante la creación de una landing page<sup>1</sup> se puede crear un catálogo virtual, para lo cual, se necesita de los conocimientos de un profesional en programación; sin embargo, es más detectable por los motores de búsqueda<sup>2</sup>.

**Catálogo en Facebook e Instagram Shopping:** Estos catálogos hacen que el negocio sea omnicanal y venda más, permite realizar anuncios efectivos y poner en las manos del usuario información necesaria para que realice la compra.

**Catálogo virtual tipo revista:** Llaman total atención del público, ya que recrean la experiencia de lectura en papel, necesitan la ayuda de un profesional en diseño editorial, y se los pueden hacer en Issuu o Flipsnack que los convierten en un archivo.

---

<sup>1</sup> s una página web diseñada para convertir visitantes en clientes o leads, convirtiéndose en una gran estrategia de marketing que también puede ser usada para campañas publicitarias. (WIX Blog, 2022)

<sup>2</sup> Es un sistema informático capaz de encontrar y analizar todos los sitios y archivos presentes en los servidores web. (Crivellaro, 2022)

### **Antecedentes históricos**

El Código Orgánico de Organización Territorial – COOTAD, en su Capítulo III – Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal, Sección Primera – Naturaleza Jurídica, Sede y Funciones, menciona:

Art.54.- Funciones. - Son funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal las siguientes: “g) Regular, controlar y *promover el desarrollo de la actividad turística cantonal* en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo.”

En este contexto, se ha articulado con el GAD Municipal del Cantón Pastaza, exclusivamente con el Director de Turismo (E), Ing. Wilson Ramos, quien ejerce sus funciones en el cargo, desde el 01 de junio de 2023, a fin de conocer cómo ha evolucionado la forma de hacer promoción turística al cantón y por ende a la capital de la Provincia de Pastaza, la ciudad de Puyo, quien ha proporcionado la siguiente información, de manera cronológica:

2018 – Difusión de Cuñas, destinadas a promocionar Campañas de Turismo – 2018 Grupo El Comercio, por USD1.000.

2018 – Difusión de Cuñas, destinadas a promocionar Campañas de Turismo – 2018 Kamaleon Diseño e Impresión, por USD 1.000.

2018 – Difusión de Cuñas, destinadas a promocionar Campañas de Turismo –  
2018 Radio Canela Quito, por USD 5.000.

2018 – Difusión de Cuñas, destinadas a promocionar Campañas de Turismo –  
2018 Televisora Nacional C.A. – Ecuavisa, por USD 15.750.

2019 – Promoción de publicidad de la Oferta Turística del Cantón Pastaza en  
revista impresa con alcance nacional e internacional, por USD 5.000.

2020 – Contrato con un Influencer Nacional, conocido como “El Champ” para  
promocionar a Puyo, con videos como: “Visitando la Amazonía por primera vez, 3  
lugares que no conocías de la Amazonía, Conociendo a los Kichwas Amazónicos y 5  
comidas que deben comer en el Puyo”.

2021 – Suscripción de un contrato por USD 3.750, para: Generación de una  
Landing Page “Puyo Destino Bioseguro” dentro del dominio puyo.gob.ec, generación  
de una campaña de publicidad en redes sociales Facebook, Instagram y You Tube y la  
Generación de 4 videos de promoción turística de Puyo para cargarlos en You Tube  
con mínimo 200mil seguidores.

2022 – Se suscribe un contrato para la “Adquisición de material promocional  
para el Departamento de Turismo” por 14.400, en los que constaban: Bolsas de papel  
Kraft, camisetas hombre y mujer, tomatodo tipo botella, mapas despleables, mokawa  
con caja cilíndrica, guías turísticas, guías de aviturismo, inflables y letras  
tridimensionales metálicas.

Como se puede apreciar en este apartado, desde el año 2018 se ha venido impulsando la promoción turística de la Ciudad de Puyo, a través de prácticas convencionales que inciden directamente en el uso de materiales poco a nada amigables con el medio ambiente y de corta vida útil, lo que permite visualizar la necesidad de emprender acciones de bajo costo y alto impacto, como la temática de la presente investigación, que tiene cero impactos ambientales, mayor alcance y una vida útil de por vida.

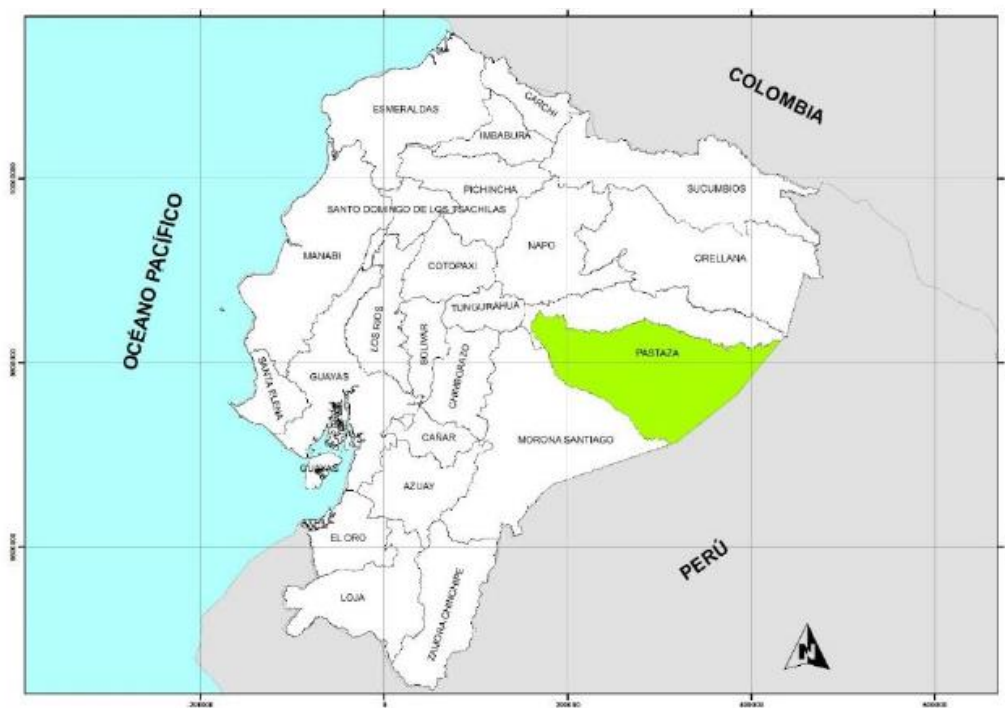
### **Análisis de la zona de estudio**

Con el objeto de conocer la zona de estudio, es imprescindible partir de lo macro a lo micro, por lo tanto, se cita por un lado, que en los rincones naturales que posee Ecuador, se encuentra la provincia de Pastaza, la más grande del país, cuya extensión es de 29.643,33 km<sup>2</sup> (Prefectura de Pastaza, 2019), donde el 85% corresponde a un territorio no intervenido, cuna que conserva la diversidad natural y cultural, además de las potencialidades turísticas que han encaminado el más acelerado crecimiento turístico de la última década. (Reyes María, Ortega Ángel., 2013).

Es importante mencionar también los límites geográficos de la Provincia de Pastaza, así: al norte las Provincias de Napo y Orellana, al sur la Provincia de Morona Santiago, al este la República de Perú y al oeste la Provincia de Tungurahua; dentro de su división político administrativa, se compone por cuatro cantones: Pastaza, Santa Clara, Mera y Arajuno, al igual que 21 parroquias, alcanzando una población total de 83.933 habitantes. (Prefectura de Pastaza, 2019)

**Figura 2.**

*Ubicación del cantón y provincia de Pastaza a nivel nacional*



*Nota. Mapa de Ecuador, tomado de: (Municipio de Pastaza, 2020)*

La Provincia, tiene un rango altitudinal mínimo de 162m.s.n.m. ubicado al extremo Este de la Provincia y máximo de 3.194 m.s.n.m que se ubic en el extremo

Oeste de la Provincia, con una temperatura de 18° y 33°C, un micro clima cálido húmedo tropical y una precipitación anual de entre 2.000 y 4000 mm. (Prefectura de Pastaza, 2019).

Adicionalmente, conforme la Guía I-tur del cantón Pastaza, la Provincia cuenta con 7 nacionalidades indígenas como: Waorani, Shiwiar, Achuar, Shuar, Sápara, Adwa, y Kichwa.

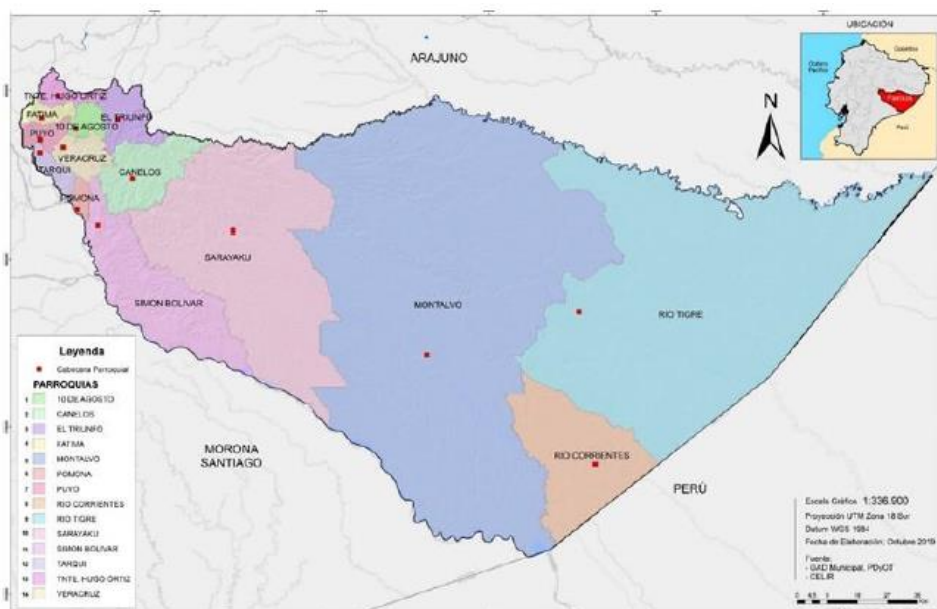
Por otro lado, el Cantón Pastaza describe sus límites geográficos así: al norte el Cantón Arajuno, al sur la Provincia de Morona Santiago, al este la República de Perú y al oeste los cantones Mera y Santa Clara; asimismo dispone de una superficie de 19.944,86 km<sup>2</sup> y 14 parroquias (13 urbanas y 1 rural), la Cabecera cantonal es Puyo que, de acuerdo a proyecciones oficiales del INEC, asciende a 84.377 habitantes para el año 2020, donde 49.877 habitantes (59%) se localiza en la parroquia urbana Puyo, lo cual visibiliza un mayor índice de crecimiento en relación a las otras parroquias rurales. (Municipio de Pastaza, 2020)

A la ciudad de Puyo, antiguamente se la conocía como Nuestra Señora del Rosario de Pompeya de Puyo, la cual se ubica a la orilla izquierda del Río Puyo y al centro occidente de la Región Amazónica, con una altitud de 930 m.s.n.m., y un clima lluvioso tropical de 20°C aproximadamente. (Pastaza, 2023)



**Figura 3.**

*Mapa de la división política del cantón Pastaza.*



*Nota. División política, tomado de: (Municipio de Pastaza, 2020)*

Actualmente se le conoce a Puyo como el corazón de la Amazonía y se caracteriza por potencializar la productividad para diversificar la oferta turística en el circuito vial de tres corredores que contempla su conexión interprovincial (Puyo-Baños, Puyo-Tena y Puyo-Macas) (Reyes María, Ortega Ángel., 2013), considerando su estratégica ubicación; al mismo tiempo que, se ha transformado en un destino de gran interés para viajeros, ya que posee una oferta turística en contacto con la naturaleza y al aire libre, compuesta por cascadas, columpios gigantes, se puede caminar con el sonido de la selva, observar animales en su hábitat, practicar kayak, rafting, canyoning, tubing, y navegar por ríos cristalinos. Oferta que se complementa

con una variada gastronomía que destaca la comida típica como el ceviche volquetero, chontacuros, entre otros platos. (Ministerio de Turismo, 2020)

En relación a los asentamientos humanos, Puyo se ha constituido en el polo de desarrollo de la población, donde gran parte de los procesos productivos, económicos, y sociales se desarrollan; por lo cual, Puyo tiene una fuerte presión, al poseer la mayor cantidad y calidad de equipamiento y servicios administrativos, de salud, educación, recreativos y al ser la sede de la Universidad Estatal Amazónica. (Municipio de Pastaza, 2020)

## **Fundamentación Conceptual**

### ***Diseño de catálogo***

El diseño de catálogos de servicios, radica en la elaboración de un producto de diseño gráfico que enseña productos o servicios a clientes potenciales, donde lo más importante es establecer una armonía entre las imágenes, el texto y los colores. (Empiezapori, 2023)

### ***Catálogo digital turístico***

Un catálogo está conformado por una lista de productos o servicios con una organización sistemática. Sea ésta con imágenes de producto, dibujos técnicos, esquemas, tablas de características técnicas, o cualquier dato esencial sobre los productos o servicios que se quieren dar a conocer de forma simple. (Mompart, 2019)

Un catálogo digital turístico, conforme lo define (Brande Comunicación, 2021) comprende una serie de elementos y tecnologías que brindan una gran experiencia al usuario, asegurando que será perfectamente visitables desde cualquier dispositivo, tanto PC's de escritorio, portátiles, tablets y teléfonos inteligentes.

En la actualidad, el catálogo digital turístico, acorde a la apreciación de (Econexia, 2023) es una herramienta crítica para las empresas del sector turismo, ya que permite las empresas presentar sus destinos, hoteles, actividades y servicios, con una cantidad inmensurable de beneficios, como:

- Accesibilidad global, alcanzando clientes potenciales en todo el mundo.
- Interactividad y experiencia inmersiva, proporcionándoles una idea clara, que genere confianza y aumente la conversión para el cierre de negocios.
- Ahorro de costos, como impresión, almacenamiento y logística de envío, al igual que contribuye al medio ambiente.

### ***Dinamización oferta turística***

Para la explicación de este concepto, es importante iniciar respondiendo dos preguntas:

### 1. ¿Qué es la oferta turística?

Consiste en la articulación de todos los recursos disponibles como: clima, paisajes, hoteles, instalaciones de entretenimiento, restaurantes, entre otros, que son ofertados para satisfacer la demanda turística. (Hernández, 2022)

### 2. ¿Qué es la dinamización turística?

Es la articulación de todos los recursos, servicios y oferta turística de un territorio como producto y su integración para crear un destino turístico y promoverlo. (Hernández, 2022)

En este contexto, se puede definir que, “la dinamización de la oferta turística” es una estrategia que permiten agilizar, activar y fortalecer el desarrollo turístico de un lugar, haciendo uso de sus recursos disponibles, para promocionarlos y satisfacer la demanda.

## **Fundamentación Legal**

En este apartado se detalla el marco normativo legal donde convergen varias leyes y reglamentos que facultan al Estado, Empresas Privadas y Mixtas, a desarrollar actividades cuyo objetivo principal es consolidar la imagen e identidad turística de Ecuador a nivel nacional e internacional, para posicionarlo como destino turístico; así como, los actores turísticos y

permisos principales con los que deben contar para que forme parte del catálogo. En este sentido, se hace referencia a:

**Ley de 2015, Emisión de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones.**

**18 de febrero de 2015. Última modificación, 29 de marzo de 2023. R.O. N° 439.**

En su título X – Sociedad de la Información y Prestación del Servicio Universal, Capítulo Único – Promoción de la Sociedad de la Información y del Conocimiento, que contiene al Art. 88.1.- De la sociedad de la Información y el Conocimiento, menciona lo siguiente:

“La Sociedad de la Información es aquella que a través de *la transformación digital* usa y se apropia de las telecomunicaciones y de las TIC, para *mejorar la calidad de vida, la competitividad y el crecimiento económico*.

El acceso y uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación, el desarrollo de aplicaciones y contenidos digitales, la apropiación de nuevas tecnologías, *el desarrollo de la cultura digital, la apropiación de nuevas tecnologías, el desarrollo de una cultura digital y proporcionar formación en tecnologías, son pilares de la consolidación de la Sociedad de la Información.*”

**Ley de 2002, Emisión de la Ley de Turismo. 27 de diciembre de 2022.**

**Última modificación, 16 de mayo de 2023. R.O. N° 733.**

En su Capítulo I – Generalidades, menciona para el sector público y privado:

Art 3.- Son principios de la actividad turística los siguientes: “a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector, con su contribución mediante la inversión directa, la generación de *empleo y promoción nacional e internacional.*”

Art 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir con los siguientes objetivos: “a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada, comunitaria o de autogestión, y *al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo.* Y f) *Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto* con otros organismos del sector público y con el sector privado.”

Al mismo tiempo que, en su Capítulo II – de las Actividades Turísticas y de quienes las ejercen, cita:

Art.5.- “Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

*Alojamiento;*

*Servicio de alimentos y bebidas;*

*Transportación*, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;

*Operación*, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

*La intermediación*, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,

Casinos, salas de juego (bingo-mecanismos) hipódromos y parques de atracciones estables.”

**Reglamento de 2004, Emisión del Reglamento a la Ley de Turismo. 05 de enero de 2004. Última modificación, 22 de enero de 2015. R.O. N° 244.**

Por un lado, en su Capítulo I – del Ministerio de Turismo, menciona: Art.4.-  
Funciones y atribuciones del Ministerio de Turismo:

“2. Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la *promoción internacional del país (...)* y 9. *Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional* de conformidad con los procedimientos de consulta y coordinación previstos en este reglamento.”

Por otro lado, en su Capítulo II – Del Registro Único de Turismo, detalla: Art.47. Obligación del Registro Único de Turismo. - (...) *consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo* (...) y Art.48.- Pago por concepto de registro. - El valor por concepto de registro se hará una sola vez (...).

Adicionalmente, en su Capítulo IV – de la Licencia única Anual de Funcionamiento, expone: Art.55. (...) *constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar y tendrán vigencia durante el año que se otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente* (...) y Art.60. Pago de licencia. - El valor que deberá pagarse es igual al valor que se paga por registro (...).

Finalmente, en su Título Cuarto – El Fondo de Promoción Turística, manifiesta de manera sinérgica: Art.76.- De la promoción. – (...) *“Los medios de la promoción turística del Ecuador, sin que sean un limitante serán canales convencionales como ferias, talleres, viajes de familiarización, viajes de periodistas, congresos, exposiciones, entre otros no convencionales como servicios de información turística, internet y material promocional, etc. La ejecución de la promoción turística del Ecuador se realizará con estricta sujeción al Plan Estratégico de Desarrollo Sectorial, políticas sectoriales, Plan de Competitividad Turística y Plan Nacional de Mercadeo, los mismos*



*que serán utilizados como herramientas fundamentales y el Sistema de Inteligencia de Mercados.”*

### **Fundamentación Técnica y/o Tecnológica**

Como se ha podido apreciar en el desarrollo del presente capítulo, se ha conseguido partir de una línea base, donde la principal institución que promueve la promoción del turismo de la ciudad de Puyo es la Municipalidad del Cantón Pastaza, institución que no ha ejecutado una variada promoción turística, más que la convencional con materiales impresos y de poco alcance; acciones que permiten concluir que la alternativa más viable para la promoción de la ciudad como destino turístico comprendido por varios de sus atractivos, es a través de un catálogo digital.

Si bien es cierto, que un catálogo digital genera costos de creación y mantenimiento, éstos resultan mucho menores comparados con las cifras destinadas para actividades de promoción de la ciudad; que por el contrario, consiguen una mayor exposición, ya que no existen restricciones de distribución, por tanto, cualquier persona puede acceder a la información digital desde cualquier lugar del mundo, provocando el efecto boca-oreja (actividad de entretenimiento), se convierte en una promoción gratuita (usuarios lo comparten en sus redes sociales), no tiene límite de espacio y recursos, y finalmente, aporta a la interactividad al ofrecer a los turistas actuales y potenciales, la oportunidad de demandar los productos y servicios de manera directa.

En este sentido, se ha pasado de un análisis de las practicas convencionales y sus resultados, al análisis del uso de medios digitales con sus ventajas competitivas, apoyados en una tecnología de constante cambio e impacto directo en todo tipo de turista que podría generar mayor flujo de turistas hacia el destino objetivo.

### **Síntesis del capítulo**

El presente capítulo, ha permitido conocer las desventajas de trabajar con prácticas tradicionales, versus las ventajas y el impacto de hacerlo con prácticas vigentes y digitales, mediante el uso de un catálogo para promocionar turísticamente un destino y atractivos que lo complementan; tener un contexto conceptual y conocer de primera mano las actividades implementadas en la zona de estudio, así como sus ventajas diferenciadoras del resto de destinos, las cuales permitirán, dentro de marco jurídico legal abordado, triangular acciones para encaminar el presente proyecto de investigación.

## **CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO**

Considerando la importancia de trazar una hoja de ruta que permita tener un diagnóstico real y claro del objeto de estudio, se ha identificado la necesidad de consolidar una metodología que converja las mejores prácticas de varios autores y pueda ser materializada durante el desarrollo del presente capítulo.

Para ello, se parte de la identificación y aristas desarrolladas por varios autores con tesis e investigaciones similares al presente Proyecto Integrador de Grado, como: (Cedeño, 2022), (Salazar, 2023) y (Ministerio de Turismo, 2018).

La siguiente tabla presenta un esquema de la metodología propuesta a ser desarrollada:

**Tabla 1***Metodología Propuesta*

AUTOR	TÍTULO	ESTRUCTURA METODOLÓGICA/ ETAPAS	ACTIVIDADES	MÉTODOS Y TÉCNICAS	HERRAMIENTAS
Salazar, 2023	Elaboración de una Guía Informativa Turística Digital para la Isla San Cristóbal, provincia de Galápagos.	1. Análisis estratégico de la zona de estudio.	g	a. Revisión documental b. Observación directa	a. Bibliografía b. Reuniones telemáticas.
Ministerio de Turismo, 2018	Manual de Atractivos Turísticos	2. Selección de atractivos turísticos para la propuesta.	a. Estructuración del listado de atractivos de la propuesta. b. Ponderación y jerarquización	a. Revisión documental b. Observación directa c. Vídeo conferencias	a. Bibliografía b. Inventario de atractivos turísticos
Salazar, 2023	Elaboración de una Guía Informativa Turística Digital para la Isla San Cristóbal, provincia de Galápagos.	3. Métodos y técnicas investigativas	a. Uso de métodos y técnicas de investigación.	a. Análisis Estadístico	a. Encuestas Tabulación y gráfica de resultados.
Cedeño, 2022	Catálogo digital para la gestión de promoción de atractivos turísticos naturales y culturales del cantón Jipijapa, Provincia de Manabí, Ecuador.	4. Análisis de los beneficios e impactos.	a. Desagregar factores externos e internos	a. Análisis cualitativo	a. Matriz FODA
Salazar, 2023	Elaboración de una Guía Informativa Turística Digital para la Isla San Cristóbal, provincia de Galápagos.	5. Propuesta.	a. Diseño y estructura del catálogo digital.	a. Análisis Estadístico	a. Encuestas Tabulación y gráfica de resultados.

*Nota.* La tabla describe la metodología para el desarrollo de las variables que permitirán los insumos para el diseño del catálogo. Elaboración propia.

Previo a poner en operación el desarrollo de cada una de las etapas delimitadas dentro de la metodología, es importante señalar que la información insumo a utilizarse, parte de investigaciones, consultorías, tesis y data proporcionada por:

Universidad Estatal Amazónica – UEA: a través de la MSc. Tania Cevallos, Coordinadora de la Unidad de Grupos de Investigación y líder del Programa permanente de análisis de la demanda turística de Puyo, Observatorio Turístico de la UEA.

Gobierno Municipal del Cantón Pastaza - Puyo: a través del Ing. Wilson Ramos, Director de Turismo.

Ministerio de Turismo - Oficina Técnica Pastaza

Bajo esta premisa, se detalla a continuación cada una de las etapas metodológicas:

### **Etapas I. Análisis estratégico de la zona de estudio.**

Existe información que ha sido ya citada en el Capítulo I. Fundamentación teórica, sección: Análisis de la zona de estudio; sin embargo, con el objetivo de generar un análisis estratégico del sitio, se extrae una de las más grandes fortalezas que tiene la ciudad, y permite diversificar su oferta turística, al tener una ubicación

estratégica con tres corredores que contemplan su conexión interprovincial:

Puyo – Baños, Puyo – Tena y Puyo – Macas. (Reyes María, Ortega Ángel., 2013)

Puyo, es la capital de la provincia de Pastaza, la más grande Ecuador, con alta diversidad natural y cultural, se presenta una línea de tiempo sucinta para apreciar su historia y evolución:

**Tabla 2**

*Historia de la Provincia y su Capital.*

AÑO	HITOS HISTÓRICOS
1797	Presidencia de la Real Audiencia de Quito, formó el corregimiento de Ambato, al cual pertenecía la Región Canelos, actual Provincia de Pastaza.
1861	En la etapa Republicana de Ecuador, la Convención Nacional formó la Provincia del Oriente, que incluía a Napo y Canelos.
1897	La provincia de Tungurahua contenía al cantón Canelos.
1911	Se instauró el cantón Pastaza.
1921	La Región Oriente fue dividida políticamente en las provincias de Napo - Pastaza (comprendía las parroquias de Mera y Puyo) y Santiago - Zamora.
1959	El 10 de noviembre, se crea la Provincia de Pastaza y designa a Puyo como capital provincial.

*Nota.* La tabla describe como se llega a Puyo, como capital provincial.  
Fuente: (El Observador, 2022). Elaboración propia.

### **Aspectos socioeconómicos**

Un gran porcentaje de los bosques del cantón Pastaza constituyen un reservorio en términos de carbono (568MM tC). Sin embargo, existe la latente amenaza de la

deforestación, avance de la frontera agrícola, degradación de bosques, crecimiento de centros poblados.

Seis de las catorce nacionalidades que forman parte del país, se encuentran en este cantón (Sápara, Andwa, Shiwiar, Achuar, Shuar y Kichwa), sumado a que el territorio está conformado por un extenso bosque y red hidrográfica, los cuales permiten la supervivencia de las comunidades, donde el medio de comunicación principal es el transporte aéreo, el cual es sumamente costoso.

Los sistemas agroproductivos funcionan de la siguiente manera: 1. Están relacionados con el sistema ancestral denominado chakra/aja – Shuar (enfoque agrológico y sostenible, depende de la mano de obra familiar) y, 2. Bajo el sistema agroproductivo convencional (relacionado con el comercio con áreas cerca de la cabeceras parroquiales, contemplan asociaciones de productores que les han generado la oportunidad de tener poder de negociación, que han podido posicionar sus productos en 6 mercados municipales).

Gracias a la extensa biodiversidad que posee el cantón, se han desarrollado otros tipos de actividades productivas, entre ellas: actividades turísticas, biocomercio, el cual necesita mayor fortalecimiento en su concepción y enfoque de cadenas de valor. (Municipio de Pastaza, 2020).

## **Análisis de la demanda turística**

### *Demanda Real*

De acuerdo a la información proporcionada por el GAD Municipal del cantón Pastaza, conforme a su “Plan Estratégico para el Desarrollo Turístico 2022 – 2027”, se ha podido evidenciar el siguiente comportamiento de la demanda hacia el cantón Pastaza:



**Tabla 3.***Demanda turística al Cantón Pastaza*

AÑO	VISITAS	NACIONALES	EXTRANJEROS	PERÍODOS	PROCEDENCIA-NACIONAL
2017	1.048.439,00	N/D	N/D	Feriados anuales: Año nuevo, Carnaval, Viernes santo, Día del trabajo, Batalla de Pichincha, Primer Grito de Independencia, Independencia de Guayaquil, Día de difuntos, Independencia de Cuenca, Navidad.	Quito, Ambato, Pelileo, Baños, Riobamba, Mera, Palora, Santa Clara, Tena, Guayaquil y Cuenca
2018	1.056.061,00	N/D	N/D	Feriados anuales: Todos	Similar al 2017
2019	15.655,00	15.169,70	485,31	Feriados: Carnaval, Semana Santa, Difuntos y Fin de año.	N/D
2020	4.365,00	4.282,07	82,94	Feriado: Difuntos.	N/D
2021	4.196,00	4.154,04	41,96	Feriado: Carnaval.	N/D
2022	40.827,00	N/D	N/D	Los 365 días del año, ingresos turistas en el Malecón Boayaku Puyu Todos los días de enero a julio, ingreso de turistas al Malecón Boayaku Puyu.	N/D
2023	36.696,00	N/D	N/D	1.366 turistas en el "Feriado del 24 de mayo", que se trasladó al día viernes 26 de mayo de 2023 y se une con el sábado 27 y domingo 28 de mayo de 2023.	N/D

*Nota.* La tabla describe el flujo de turistas hacia el cantón Pastaza. Fuente: (GAD Municipal Pastaza, 2021). Elaboración propia.

*Demanda Potencial:*

Adicionalmente, se menciona que la demanda potencial podría ser:

- Nacional: Mera, Baños, Tena y Macas
- Internacional: América del Norte: Estados Unidos; Europa: Francia, Alemania, Inglaterra, y
- América del Sur: Brasil, Venezuela y Perú.

*Perfil del Turista*

A continuación, las variables estudiadas en el período 2017 – 2021:

**Tabla 4.**

*Perfil del Turista*

VARIABLES	DESCRIPCIÓN
1. Lugar de procedencia	Pichincha: 36%, Azuay: 11%, Guayas: 10% Cotopaxi: 6%
2. ¿Con quién viaja?	Familiares: 50% Amigos: 28% Pareja: 14% Solos: 8%
3. ¿Qué medio utiliza para enterarse de la oferta turística del cantón?	Amigos y familiares: 66% Internet: 22%
4. Gasto diario en el destino.	Rango: USD 30 a USD 50
5. ¿Qué le motiva a seleccionar el destino?	Contacto con la naturaleza: 62% Aventura: 36% Cultura: 18%
6. Tiempo de permanencia en el destino	1 día: 36% 2 días: 37%

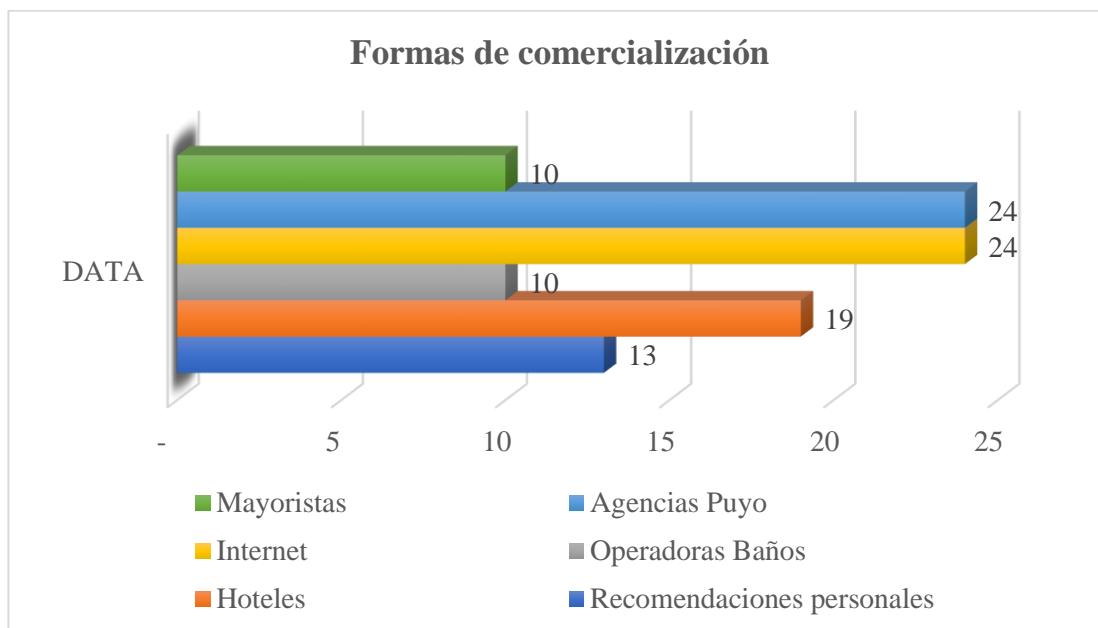
*Nota.* La tabla describe el perfil del turista que visita el cantón Pastaza  
Fuente: (GAD Municipal Pastaza, 2021). Elaboración propia.

### *Formas de comercialización:*

Como se puede apreciar en el siguiente gráfico, la forma de comercialización de productos y servicios turísticos, se la hace en su mayoría a través de internet y/o Agencias que encuentra en Puyo, seguido de Hoteles, recomendaciones personales y finalmente Operadoras en Baños y Mayoristas:

**Figura 4.**

### *Comercialización turística*



*Nota.* La gráfica describe las formas de comercializar el turismo en el cantón Pastaza: (GAD Municipal Pastaza, 2021). Elaboración propia.

### **Oferta Turística existente**

El cantón Pastaza – Puyo, presenta a continuación su oferta turística:

**Tabla 5***Productos / Servicios turísticos*

<b>MODALIDADES DE TURISMO</b>	<b>ACTIVIDADES TURÍSTICAS</b>
Naturaleza	Senderismo hacia cascadas - miradores Fotografía Avistamiento de flora y fauna Visita a balnearios Barroterapia
Aventura	Senderismo/ Trekking - Paseo turístico Puyo Cicloturismo - Organizado por GADS Rafting Kayaking Tubbing - Río Puyo Canyoning
Cultural	Gastronomía típica Visita a museos Monumentos Artes plásticas Elaboración de artesanías Eventos culturales y deportivos Festividades locales y nacionales
Rural - comunitario	Visita a comunidades Alojamiento Gastronomía típica Danzas Artesanías Shamanismo y purificación

*Nota.* La tabla describe las actividades turísticas que se pueden ejecutar en el cantón Pastaza: (GAD Municipal Pastaza, 2021). Elaboración propia.

## **Etapas II. Selección de los atractivos.**

El Ministerio de Turismo – Oficina Técnica Pastaza, ha proporcionado el único documento oficial y actualizado que forma parte de sus activos, documento denominado “Actualización del inventario de atractivos turísticos urbanos y rurales de la Provincia de Pastaza y su Georreferenciación”, el cual fue elaborado con corte al año 2007: Considerando su período de elaboración, se ha tomado la decisión de no incorporar su información dentro del presente Proyecto Integrador de Grado al no tener información actualizada que agregue valor.

La Universidad Estatal Amazónica, a través de sus carreras relacionadas con el Turismo, enfocan sus esfuerzos en la contribución al desarrollo económico del cantón y la provincia de Pastaza, a través del aporte estudiantil y docente en la realización de sus proyectos; en este contexto, se ha desarrollado el “Proyecto de fortalecimiento de la gestión del turismo en la Amazonía Ecuatoriana” – “Proyecto de Vinculación UEA – GADPP 2018”, el cual contempló dos componentes:

1. Levantamiento de información turística, en lo referente a: Investigación sobre necesidades de capacitación de los emprendimientos y prestadores de servicios turísticos, con el fin de elaborar una propuesta de capacitación que se enfoque en satisfacer las necesidades identificadas.

2. Levantamiento de información con fichas para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos, de acuerdo a la metodología de inventarios del

MINTUR 2018. Para cuyo efecto, se realizó el levantamiento de información primaria, consecutivamente se visitó el emprendimiento, a fin de verificar que la información sea real y conocer el estado actual de la actividad turística, finalmente se ejecutaron entrevistas con por lo menos un miembro de cada comunidad, emprendimiento o atractivo turístico.

En este sentido, y en sintonía con el desarrollo de la metodología para el desarrollo de este Proyecto Integrador de Grado, se describe a continuación la PONDERACIÓN Y JERAQUIZACIÓN citada por el MINISTERIO DE TURISMO en su MANUAL DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS, 2018:

Esta fase se considera clave ya que mediante la calificación que se asigne, se pueden identificar los atractivos que mejor condición presenten en el desarrollo de los productos turísticos.

*Definición de criterios de evaluación:*

Con el objeto de evaluar el atractivo turístico, se han definido varios criterios relacionados con los atributos mínimos que debe poseer el atractivo, a fin de que pueda desarrollarse como producto, dichos criterios tienen sustento en los Índices de Competitividad Turística publicado por el Foro Económico Mundial, los cuales se describen:

**Tabla 6.***Criterios de evaluación de atractivos turísticos.*

<b>CRITERIOS RELACIONADOS CON EL ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA</b>	<b>CRITERIOS RELACIONADOS CON LA DEMANDA</b>
1. Accesibilidad y conectividad	7. Difusión
2. Planta turística /Servicios	8. Registro de visitante y afluencia
3. Estado de conservación e integración atractivo/ entorno	9. Recurso humano.
4. Higiene y seguridad turística	
5. Políticas y regulaciones	
6. Actividades que se practican (opciones recreacionales)	

*Nota.* La tabla describe los criterios de evaluación de los atractivos turísticos: (Ministerio de Turismo, 2018). Elaboración propia.

*Ponderación de criterios:*

Se han asignado factores de ponderación, con el fin de automatizar los resultados de la aplicación de cada uno de los criterios antes expuestos. Cada factor de ponderación, da respuesta a la capacidad institucional, conforme competencias, para incidir en la mejora de los atractivos.

En concordancia con lo anterior, la ponderación con mayor peso recae sobre los criterios que son competencia de otras Carteras de Estado o Gobiernos Seccionales, lo que, por el contrario, los de menor ponderación se han asignado a los que la autoridad nacional de turismo tiene incidencia directa.

Se detalla de manera seguida la ponderación de criterios en base a la herramienta Matriz de Priorización o Matriz Holmes:



**Tabla 7.***Ponderación de criterios - Atractivos Naturales y Culturales*

<b>Nº</b>	<b>CRITERIOS DE VALORACIÓN</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN</b>
1	ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD	Hace referencia a las condiciones de accesibilidad al atractivo, ciudad o poblado más cercano, además de la existencia de vías de acceso, servicios de transporte y señalización.	18
2	PLANTA TURÍSTICA/ COMPLEMENTARIOS	Hace referencia a la existencia de servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, agencias de viaje, guía, transporte o movilización interna, facilidades turísticas y servicios complementarios a la actividad turística.	18
3	ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO / ENTORNO	Estimación de la integridad de los atributos físico-ambientales y socioculturales, en particular de las condiciones del atractivo y su entorno.	14
4	HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	Hace referencia a la disponibilidad de servicios básicos, gestión ambiental, señalética, establecimientos de atención ciudadana en temas de salud, seguridad, comunicación y amenazas naturales.	14
5	POLÍTICAS Y REGULACIONES	Consideración del atractivo dentro de la planificación territorial turística y cumplimiento de regulaciones para las actividades que se realizan en el atractivo.	10
6	ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	Actividades de agua, aire, tierra que se practican en atractivos naturales y actividades que se practican en atractivo culturales.	9

Nº	CRITERIOS DE VALORACIÓN	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN
7	DIFUSIÓN, MEDIOS DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO	Hace referencia a la mención del atractivo en publicaciones en revistas especializadas nacionales o internacionales, así como páginas web, redes sociales, prensa, televisión, entre otros.	7
8	REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA	Hace referencia al registro de visitantes realizado por el administrador del atractivo, temporalidad de visita, procedencia del visitante, frecuencia de visitantes.	5
9	RECURSOS HUMANOS	Hace referencia al número de personas y nivel de instrucción académica del personal que labora en el atractivo.	5
	<b>TOTAL</b>		<b>100</b>

*Nota.* La tabla describe la ponderación de criterios de los Atractivos: (Ministerio de Turismo, 2018). Elaboración propia.

*Jerarquización de Atractivos Turísticos:*

Las jerarquías obedecen a un proceso de revisión de los criterios propuestos por la OEA en la Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos del MINTUR 2004 y se han adaptado a los criterios aquí expuestos; para su ejecución, es imprescindible considerar los siguientes aspectos:

1. Las jerarquías pueden ser asignadas a atractivos en oferta real (reciben flujos de turismo cuantificables), como a los que no se encuentran en operación (atractivos con atributos constatables y demanda potencial, que debido a carencias como infraestructura no han podido ser puestos en valor).
2. Para su jerarquización, la demanda ha sido considerada como: receptora, interna y ocal considerando visitantes nacionales o extranjeros.
3. Los atractivos que no alcanzan una calificación mínima, se los considerará como recurso turístico.

En este sentido, una vez que se ha levantado la información del atractivo turístico, se lo pone en valor numérico, mismo que representa un puntaje alcanzado sobre 100, que a su vez, se enmarca en un nivel de jerarquía que va en una escala de I a IV como se puede apreciar:

**Tabla 8.***Jerarquización de atractivos turísticos.*

<b>RANGOS</b>	<b>JERARQUÍA</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
86 - 100	JERARQUÍA IV	Atractivo excepcional y de alta significación para el mercado turístico internacional capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial) y presenta las condiciones óptimas para el desarrollo de productos turísticos relevantes enfocados al mercado nacional e internacional.
61 - 85	JERARQUÍA III	Atractivo con rasgos excepcionales capaz de motivar por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros y presenta las condiciones adecuadas para el desarrollo de productos turísticos enfocados al mercado nacional e internacional.
36 - 60	JERARQUÍA II	Atractivo con algún rasgo llamativo que presente condiciones básicas para la generación de productos turísticos capaz de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas o de motivar corrientes turísticas nacionales.
nov-35	JERARQUÍA I	Atractivo que presenta condiciones mínimas para generar productos, como elementos que complementen a otros de mayor jerarquía.
0 - 10	RECURSO	Es un elemento natural o cultural que pueden motivar el desplazamiento, pero no se encuentran todavía incorporados en la dinámica turística, ni cuenta con ningún tipo de infraestructura de apoyo.

*Nota.* La tabla describe la jerarquización de los Atractivos: (Ministerio de Turismo, 2018).  
Elaboración propia.

*Atractivos turísticos del cantón Pastaza y la ciudad de Puyo.*

Con lo antes expuesto, se detalla a continuación el listado de atractivos y sitios de visita del cantón Pastaza levantado por el Universidad Estatal Amazónica (Universidad Estatal Amazónica, 2018):

**Tabla 9.***Listado de atractivos Cantón Pastaza*

Nº	ATRACTIVO - SITIO DE VISITA	CANTÓN	PARROQUIA	COMUNIDAD
1	Emprendimiento Lisan Wasi	Pastaza	Tarqui	Lisan Wasi
2	Emprendimiento Kuri Warmi	Pastaza	Tarqui	Vencedores
3	Emprendimiento Wayuri	Pastaza	Veracruz	Vencedores
4	Emprendimiento Sacha Wasi	Pastaza	Veracruz	Vencedores
5	Emprendimiento Ayamtai Jea	Pastaza	Veracruz	Vencedores
6	Emprendimiento Auca Puerto Canelos	Pastaza	Canelos	Auca Puerto
7	Emprendimiento Gringo Yaku	Pastaza	Tarqui	Nuevo Mundo
8	Emprendimiento Yaku Runa	Pastaza	Tarqui	Cotococha
9	Emprendimiento Ukuy Wasi	Pastaza	Tarqui	Cotococha
10	Emprendimiento Iwia	Pastaza	Tarqui	N/D
11	Emprendimiento Kishuar Amazanga	Pastaza	Tarqui	N/D
12	Comunidad Campo Alegre	Pastaza	Tarqui	N/D
13	Mirador Chupapunda Puyupungo	Pastaza	Madre Tierra	Puyupungo
14	Finca Piedra Negra	Pastaza	Veracruz	Cabeceras del Río Bobonaza
15	Cavernas del Río Anzu	Pastaza	Mera	N/D
16	Pesca Deportiva Galarza	Pastaza	Mera	Parroquia: Moravia
17	Complejo Río Tigre	Pastaza	Mera	Barrio: Las Orquídeas
18	Dique de Murialdo	Pastaza	Fátima	N/D
19	Mariposario Dedalma	Pastaza	Mera	N/D
20	Jardín Etnobotánico Shuar de medicina ancestral Jintim	Pastaza	Simón Bolívar	Sector: Chuwitayo
21	Parque Central de Mera	Pastaza	Mera	N/D
22	Cavernas Mayai Jee	Pastaza	Simón Bolívar	N/D
23	Cueva de los Tayos	Pastaza	Simón Bolívar	N/D
24	Boque Protector Arutam	Pastaza	Simón Bolívar	Arutam
25	Parque Central de Shell	Pastaza	Mera	Shell

Nº	ATRACTIVO - SITIO DE VISITA	CANTÓN	PARROQUIA	COMUNIDAD
26	Dique de Fátima	Pastaza	Fátima	N/D
27	Centro Cultural Entzaya Ainz Jea de Pastaza	Pastaza	Puyo	N/D
28	Jardín Botánico las Orquídeas	Pastaza	Puyo	Sector: Los Ángeles
29	Jardín Botánico las Yapas	Pastaza	Fátima	N/D
30	Casa del Árbol	Pastaza	Mera	Shell - Puyo
31	Zoo Refugio Tarqui	Pastaza	Fátima	Cerca de Puyo
32	Centro de Rescate Yanacocha	Pastaza	Puyo	N/D
33	Monumento Jesús Obrero	Pastaza	Puyo	Barrio: Obrero
34	Parque Real Aves Exóticas	Pastaza	Puyo	N/D
35	Acuario Finca Sarahí	Pastaza	Madre Tierra	Cerca de Puyo
36	Dique del Río Pambay	Pastaza	Puyo	N/D
37	Dique de Veracruz	Pastaza	Veracruz	Cerca de Puyo
38	Parque Etnobotánico Omaere	Pastaza	Puyo	Barrio: Obrero
39	Paseo Turístico del Río Puyo	Pastaza	Puyo	Barrio: Obrero
40	Malecón Boayaku Puyo	Pastaza	Puyo	Barrio: Obrero
41	Parque de la guadúa - Hostería Finca El Pigual	Pastaza	Puyo	Barrio: Obrero
42	Museo Etnoarqueológico municipal de Pastaza	Pastaza	Puyo	Centro de Puyo
43	Parque Acuático Morete Puyu	Pastaza	Puyo	Barrio Intipungo
44	Artesanía Kichwa La Mokawa	Pastaza	Puyo	Centro de Puyo
45	Tienda Artesanal de las Mujeres Waorani	Pastaza	Puyo	Centro de Puyo
46	Parque Central 12 de Mayo	Pastaza	Puyo	Centro de Puyo
47	Dique las Palmas	Pastaza	Puyo	Barrio El Dorado
48	Parque de la Mujer	Pastaza	Puyo	Barrio Libertad
49	Tienda Artesanal Amautas del Ecuador	Pastaza	Puyo	Barrio Libertad
50	Venta de caña y sus derivados	Pastaza	Puyo	Barrio El Dorado
51	Tienda Artesanal Casa de la Balsa	Pastaza	Puyo	Barrio El Dorado

Nota. La tabla describe todos los sitios y atractivos turísticos del cantón Pastaza, identificados por la UEA (Universidad Estatal Amazónica, 2018).  
Elaboración propia.

Considerando el alcance del presente Proyecto Integrado de Grado, el cual abarca el “Diseño de un catálogo digital Turístico de la Ciudad de Puyo”, se enlista a continuación únicamente los atractivos y sitios turísticos que se encuentran dentro del lugar objeto de estudio *y cumplen con los criterios de evaluación relacionados con el Índice de Competitividad y con la demanda* detallados anteriormente:

**Tabla 10.**

*Sitios y Atractivos turísticos con aplicación de criterios de evaluación.*

LISTADO		CRITERIOS DE EVALUACIÓN									CUMPLIDOS
Nº	ATRACTIVO - SITIO DE VISITA	ACCESIBILIDAD	PLANTA TURÍSTICA/SERVICIOS	ESTADO DE CONSERVACIÓN	HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	POLÍTICAS Y REGULACIONES	ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN	DIFUSIÓN	REGISTRO DE VISITANTE Y AFLUENCIA	RECURSO HUMANO	
1	Centro Cultural Entzaya Ainz Jea de Pastaza	8	3	8	5	6	0	7	7	0	44
2	Jardín Botánico las Orquídeas	7	7	7	5	4	5	5	5	4	49
3	Casa del Árbol	7	6	6	4	4	6	5	6	3	47
4	Zoo Refugio Tarqui	9	6	5	4	4	5	5	6	4	48
5	Centro de Rescate Yanacocha	8	5	6	5	5	5	5	6	4	49
6	Monumento Jesús Obrero	9	1	8	5	8	4	0	0	2	37





Nº	ATRACTIVO - SITIO DE VISITA	ACCESIBILIDAD	PLANTA TURÍSTICA/SERVICIOS	ESTADO DE CONSERVACIÓN	HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	POLÍTICAS Y REGULACIONES	ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN	DIFUSIÓN	REGISTRO DE VISITANTE Y AFLUENCIA	RECURSO HUMANO	CUMPLIDOS
21	Parque de la Mujer	11	2	2	8	2	2	3	4	1	35
22	Tienda Artesanal Amautas del Ecuador	11	2	1	6	4	0	4	4	1	33
23	Venta de caña y sus derivados	10	0	0	8	4	0	4	4	2	32
24	Tienda Artesanal Casa de la Balsa	11	0	3	6	6	0	2	5	2	35

*Nota.* La tabla describe todos los sitios y atractivos turísticos que se encuentra cerca y en la ciudad de Puyo, identificados por la UEA (Universidad Estatal Amazónica, 2018). Elaboración propia.

*Selección de atractivos para el catálogo digital turístico.*

De manera posterior a haber obtenido el cumplimiento de los criterios de evaluación, se han identificado con color plomo, los atractivos que en uno o varios tienen una asignación de “cero” o no cumplimiento y se ha decidido separarlos, a fin de garantizar que la demanda potencial de turistas pueda tener acceso únicamente a espacios que cumplan con todos los parámetros de evaluación determinados; en consecuencia, se detallan a continuación los sitios y atractivos que han sido pintados con color amarillo, que cumplen con todos los criterios de evaluación y se excepcionan a los pintados con verde, por ser espacios icónicos de la ciudad:

**Tabla 11.**

*Sitios y atractivos turísticos que han cumplido con los criterios de evaluación y son icónicos en la ciudad de Puyo.*

LISTADO			CLASIFICACIÓN				ACTIVIDADES
Nº	ATRACTIVO - SITIO DE VISITA	CRITERIOS CUMPLIDOS	JERARQUÍA	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN - DESCRIPCIÓN
1	Jardín Botánico las Orquídeas	49	II	Atractivo Cultural	Realización técnica y científica	Centro de exhibición de flora y fauna	Caminata en senderos Apreciación de Orquídeas
2	Casa del Árbol	47	II	Atractivo Natural	Montañas	Baja montaña	Caminatas Observación del paisaje Observación e flora y fauna Piscinas
3	Zoo Refugio Tarqui	48	II	Atractivo Cultural	Realizaciones Técnicas y científicas	Centro de exhibición de flora y fauna	Observación de animales
4	Centro de Rescate Yanacocha	49	II	Atractivo Cultural	Realizaciones Técnicas y científicas	Centro de exhibición de flora y fauna	Senderismo Observación de flora y Fauna Fotografía Educación e interpretación ambiental.
5	Monumento Jesús Obrero	37	II	Atractivo Cultural	Arquitectura	Monumento	Lectura de la historia Fotografías
6	Parque Real Aves Exóticas	50	III	Atractivo Cultural	Realizaciones Técnicas y científicas	Centro de exhibición de flora y fauna	Observación de flora y fauna Senderismo Fotografía

LISTADO			CLASIFICACIÓN				ACTIVIDADES
Nº	ATRACTIVO - SITIO DE VISITA	CRITERIOS CUMPLIDOS	JERARQUÍA	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN - DESCRIPCIÓN
7	Parque Etnobotánico Omaere	49	II	Atractivo Cultural	Realizaciones Técnicas y científicas	Centros de exhibición de flora y fauna	Senderos Apreciación de flora y fauna Fotografía Recorridos auto guiados
8	Paseo Turístico del Río Puyo	35	I	Atractivo Cultural	Arquitectura	Espacio Público	Fotografía Senderismo Caminata Observación de flora y fauna Venta de artesanías
9	Malecón Boayaku Puyo	38	II	Atractivo Cultural	Arquitectura	Espacio Público	Fotografía Senderismo Caminata Observación de flora y fauna Venta de artesanías de la localidad Canchas deportivas Juegos niños
10	Parque de la guadúa - Hostería Finca El Pigual	64	III	Atractivo Cultural	Realización técnica y científica	Centros de exhibición de flora y fauna	Senderos peatonales y carrozables Formaciones naturales que simulan grandes caminos Fotografía Observación de Flora y Fauna Piscina, sauna y turco Alimentación Hospedaje Arquitectura de bamboo Plantaciones de bamboo

LISTADO			CLASIFICACIÓN				ACTIVIDADES
Nº	ATRACTIVO - SITIO DE VISITA	CRITERIOS CUMPLIDOS	JERARQUÍA	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN - DESCRIPCIÓN
11	Museo Etnoarqueológico municipal de Pastaza	42	II	Atractivo Cultural	Arquitectura	Infraestructura Cultural	Interpretación cultural y ambiental
12	Parque Acuático Morete Puyu	50	II	Atractivo Cultural	Arquitectura	Infraestructura recreativa	Natación Deportes acuáticos Sauna Turco Hidromasaje Actividades deportivas Alimentación
13	Parque Central 12 de Mayo	44	II	Atractivo Cultural	Arquitectura	Espacio Público	Caminatas Observación de flora y fauna Fotografía
14	Dique las Palmas	37	II	Atractivo Cultural	Realizaciones Técnicas y científicas	Obras de Ingeniería	Natación
15	Parque de la Mujer	35	I	Atractivo Cultural	Arquitectura	Espacio Público	Patinaje Juegos infantiles
16	Tienda Artesanal Casa de la Balsa	35	I	Atractivo Cultural	Acervo Cultural y Popular	Artesanías y Artes	Apreciación y compra de artesanías

*Nota.* La tabla describe todos los sitios y atractivos turísticos que se encuentra cerca y en la ciudad de Puyo, que han sido priorizados conforme criterios e importancia. Identificados por la UEA (Universidad Estatal Amazónica, 2018). Elaboración propia.



#### *Ficha descriptiva resumen de los atractivos seleccionados*

A continuación, se detalla una ficha resumen de cada uno de los atractivos seleccionados, como se detalla:

*Tabla 12.*

*Ficha resumen descriptiva de cada atractivo turístico de Puyo*

N°	ATRACTIVO - SITIO DE VISITA	FOTOGRAFÍA	DESCRIPCIÓN RELEVANTE
1	Jardín Botánico las Orquídeas		<p><b>Descripción:</b> En operaciones desde 1980, permite conocer más de 300 especies de orquídeas, hace que este recorrido de 3 horas incentive el espíritu conservacionista, con sus 50 especies de bromelias, 38 heliconias, 111 maderables y 60 medicinales, y su enriquecedor museo interpretativo.</p> <p><b>Actividades:</b> Caminata en senderos y Apreciación de Orquídeas.</p> <p><b>¿Cómo llegar?:</b> El acceso, es desde la ciudad de Puyo km 1 ½ vía a Macas, esta vía es de primer orden a mano derecha por el sector de los Ángeles esta vía es de primer orden en parte y después continua con una vía de tercer orden.</p> <p><b>Horario de atención:</b> 8am a 4pm</p> <p><b>Precio:</b> USD 5 por persona</p> <p><b>Teléfonos de contacto:</b> 032530305 - 0981275281</p>
2	Casa del Árbol		<p><b>Descripción:</b> Cuenta con árbol de 11 pisos y una altura aproximada de 30 metros, que ha sido adaptada para ser utilizada como mirador y apreciar la vista panorámica de la selva amazónica. Es posible realizar un recorrido por las cuevas que ha implementado el sitio, con el propósito de que los visitantes venzan sus temores a la oscuridad y disfruten del arte en los diferentes servicios que ofrece este lugar.</p> <p><b>Actividades:</b> Caminatas, observación del paisaje, observación e flora y fauna y piscinas.</p> <p><b>¿Cómo llegar?:</b> El acceso al establecimiento desde la ciudad de Puyo hasta la entrada Té Zulay es de primer orden (asfaltado), desde la entrada de Té Zulay hasta el establecimiento es de tercer orden (lastrado) y se encuentra en malas condiciones.</p> <p><b>Horario de atención:</b> 8am a 6:30pm</p> <p><b>Precio:</b> Adultos USD 3, Niños USD 1,50.</p> <p><b>Teléfonos de contacto:</b> 0998040379</p>


N°	ATRACTIVO - SITIO DE VISITA	FOTOGRAFÍA	DESCRIPCIÓN RELEVANTE
3	Zoo Refugio Tarqui		<p><b>Descripción:</b> El Zoo Refugio Tarqui se encuentra en la parroquia rural Tarqui, muy cercana a la ciudad de Puyo, tiene de una amplia variedad de animales de la zona, entre los que se destacan aves, mamíferos, reptiles, anfibios, que se encuentran bajo la regulación de la normativa del Ministerio del Ambiente, dispone de forma complementaria de servicios de guianza dentro del sitio, alimentación y recreación.</p> <p><b>Actividades:</b> Observación de animales.</p> <p><b>¿Cómo llegar?:</b> La vía de acceso al Zoo refugio Tarqui desde la ciudad de Puyo hasta el establecimiento es de primer orden (asfaltado) y las condiciones de la vía son relativamente buenas hasta el establecimiento Zoo refugio.</p> <p><b>Horario de atención:</b> 8am a 5pm</p> <p><b>Precio:</b> USD 3 por persona</p> <p><b>Teléfonos de contacto:</b> 03 2535193 - 0997414892</p>
4	Centro de Rescate Yanacocha		<p><b>Descripción:</b> El Centro de Rescate Yanacocha dispone de una amplia variedad de animales de la zona, entre los que se destacan aves, mamíferos, reptiles, anfibios, que se encuentran bajo la regulación de la normativa del Ministerio del Ambiente, dispone de forma complementaria de servicios de guianza dentro del sitio y venta de artesanía.</p> <p><b>Actividades:</b> Senderismo, observación de fauna y flora, fotografía, educación e interpretación ambiental.</p> <p><b>¿Cómo llegar?:</b> El acceso al sitio desde la ciudad de Puyo hasta el 3 km de la vía Tena, que está el acceso principal al lugar es de primer orden (asfaltado) y se toma una vía secundaria para llegar al atractivo que está con lastre, sus condiciones son regulares.</p> <p><b>Horario de atención:</b> 8am a 5pm</p> <p><b>Precio:</b> Adultos USD 4, Niños y personas de la tercera edad USD 3 y Extranjeros USD 5.</p> <p><b>Teléfonos de contacto:</b> 03 2533027 - 0987123029</p>

N°	ATRACTIVO - SITIO DE VISITA	FOTOGRAFÍA	DESCRIPCIÓN RELEVANTE
5	Monumento Jesús Obrero		<p><b>Descripción:</b> Don Jesús Escobar fue un acérrimo defensor de la clase obrera, de la clase proletaria, un hombre revolucionario que siempre empuñó la bandera roja del socialismo. Don Jesús fue pieza clave para el desarrollo de la ciudad con la creación de lo que hoy es el uno de los barrios más extensos y populosos de la ciudad como es el barrio Obrero.</p> <p><b>Actividades:</b> Lectura de la historia y fotografías</p> <p><b>¿Cómo llegar?:</b> El acceso para llegar al atractivo es de primer orden, ya que el monumento queda cerca del barrio obrero, a 10 metros de la gasolinera Coka, zona rosa de la ciudad de Puyo.</p> <p><b>Horario de atención:</b> Abierto</p> <p><b>Precio:</b> Gratuito</p>
6	Parque Real Aves Exóticas		<p><b>Descripción:</b> Atractivo turístico creado para la observación y reproducción de diferentes especies de aves de hermosos col y tamaños. En su mayoría, éstas aves son originarias de otros continentes. Su recorrido tiene una duración de una hora.</p> <p><b>Actividades:</b> Observación de fauna y flora, fotografía y senderismo.</p> <p><b>¿Cómo llegar?:</b> Desde Puyo vía a Macas, desvío en la Unión Base, en el barrio Los Ángeles.</p> <p><b>Horario de atención:</b> 8am a 5pm</p> <p><b>Precio:</b> Adultos USD 2 y Niños de 5 a 10 años: USD 1</p> <p><b>Teléfonos de contacto:</b> 03 2530156 - 0995591397</p>






N°	ATRACTIVO - SITIO DE VISITA	FOTOGRAFÍA	DESCRIPCIÓN RELEVANTE
7	Parque Etnobotánico Omaere		<p><b>Descripción:</b> En operaciones desde 1993, Omaere significa naturaleza de la selva. Se caracteriza por la reserva de fauna y flora en especial de orquídeas propia de la zona, dispone de inodoros ecológicos secos. En lo que se refiere a la flora hay gran variedad de plantas medicinales, que son aprovechadas para productos elaborados que se comercializan en el mismo lugar.</p> <p><b>Actividades:</b> Senderos, Apreciación de flora y fauna, fotografía y recorridos auto guiados</p> <p><b>¿Cómo llegar?:</b> Ubicado en el sector del paseo turístico del río Puyo, barrio Obrero.</p> <p><b>Horario de atención:</b> 8am a 5pm</p> <p><b>Precio:</b> Adultos USD 3, Niños USD 1,50 y Estudiantes de primaria: 0,50</p> <p><b>Teléfonos de contacto:</b> 03 2883174 - 0985250864</p>
8	Paseo Turístico del Río Puyo		<p><b>Descripción:</b> Se caracteriza por la reserva de flora y fauna propia de la zona, se encuentra localizada en el barrio Obrero. Es uno de los lugares icónicos de Puyo. Dispone en su entrada con el monumento a las mujeres de las siete nacionalidades, un mirador que da una vista panorámica de la ciudad Volcán Sangay y Los Altares.</p> <p><b>Actividades:</b> Fotografía caminata, senderismo, , observación de flora y fauna y venta de artesanías.</p> <p><b>¿Cómo llegar?:</b> Desde el centro de la ciudad de Puyo, su camino es de primer orden “asfaltado” hasta ingresar al paseo turístico del río Puyo, en el barrio obrero.</p> <p><b>Horario de atención:</b> 5am a 5pm</p> <p><b>Precio:</b> Gratis</p>


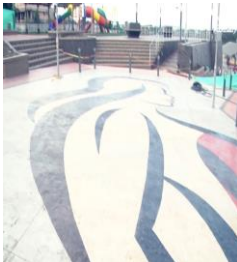



ATRACTIVO N° - SITIO DE VISITA	FOTOGRAFÍA	DESCRIPCIÓN RELEVANTE
9 Malecón Boayaku Puyo		<p><b>Descripción:</b> Es un parque que forma parte del complejo, donde se realizan ferias gastronómicas y festivales. En este sector existe una gran variedad de atractivos turísticos, así como actividades pensadas para los visitantes.</p> <p><b>Actividades:</b> Caminar, trotar o montar bicicleta (2 kilómetros y medio). Dispone de pequeñas cabañas para parrilladas, mini eventos, canchas cerca de las casetas. Cuenta con restaurantes, bares, terrazas, un mirador, fuentes de zonas y lugares para disfrutar de la ciudad de Puyo.</p> <p><b>¿Cómo llegar?:</b> Se encuentra en la calle principal entre la Manabí y Chimborazo, ubicado en el barrio Obrero cerca de la población urbana de la ciudad de Puyo.</p> <p><b>Horario de atención:</b> Libre</p> <p><b>Precio:</b> Gratis</p>

N°	ATRACTIVO - SITIO DE VISITA	FOTOGRAFÍA	DESCRIPCIÓN RELEVANTE
10	Parque de la guadúa - Hostería Finca El Pigual		<p><b>Descripción:</b> Parque temático de 33 hectáreas de superficie, cuyo acceso es únicamente a pie desde Hostería Finca El Pigual. En el parque se protege bosques secundarios nativos, para que se conviertan en selva primaria. Esta zona posee una extensa biodiversidad en vegetación endémica (palmeras tales como pambiles, chontas patudas, arboles pigues, guarumos, etc.) y en fauna silvestre como guatusas, pequeños monos, aves, mariposas y armadillos.</p> <p><b>Actividades:</b> Senderos peatonales y carrozables, formaciones naturales que simulan grandes caminos, fotografía, observación de Flora y Fauna, piscina, sauna y turco, alimentación, hospedaje, arquitectura de bamboo y plantaciones de bamboo</p> <p><b>¿Cómo llegar?:</b> Desde el centro de la ciudad de Puyo es de primer orden “asfaltado” hasta ingresar a la hostería, que es el principal acceso al Parque de la Guadúa, en el barrio obrero.</p> <p><b>Horario de atención:</b> 5am a 5pm</p> <p><b>Precio:</b> Depende del servicio demandado.</p> <p><b>Teléfonos de contacto:</b> 03 2892408 - 03 2892412 - 0983505753</p>

Nº	ATRACTIVO - SITIO DE VISITA	FOTOGRAFÍA	DESCRIPCIÓN RELEVANTE
11	Museo Etnoarqueológico municipal de Pastaza		<p><b>Descripción:</b> El museo es muy valioso y rico en su contenido. En su sala de exhibición presenta una colección que permite conocer los periodos arqueológicos de Ecuador. Empezando en el Periodo formativo temprano, pasando por el Periodo de Integración y llegando al de Desarrollo Regional. Este Museo ha contribuido e el descubrimiento y reconocimiento de varias nacionalidades y culturas indígenas de la selva amazónica. Entre sus piezas más valiosas se encuentran, las vasijas funerarias hechas de barro amazónico, piezas de piedra y herramientas manuales usadas por los aborígenes de Pastaza. Algunas de estas piezas datan de más de 2.000 años A.C.</p> <p><b>Actividades:</b> Interpretación cultural y ambiental.</p> <p><b>¿Cómo llegar?:</b> Ubicado en el centro de Puyo, a media cuadra del edificio de la Gobernación de la provincia, frente a un parque, en el segundo piso.</p> <p><b>Horario de atención:</b> 8am a 4pm</p> <p><b>Precio:</b> Gratis</p> <p><b>Teléfonos de contacto:</b> 03 2 885122</p>

N°	ATRACTIVO - SITIO DE VISITA	FOTOGRAFÍA	DESCRIPCIÓN RELEVANTE
12	Parque Acuático Morete Puyu		<p><b>Descripción:</b> El parque dispone de una capacidad para 3.000 personas. Entre sus principales atractivos se encuentran: la piscina de olas y los toboganes más altos de Ecuador, fuente de diversión para grandes y pequeños. Turistas y familias visitan el atractivo en gran número durante todo el año. Este parque acuático cuenta con sauna, turco, hidromasaje, piscina semi olímpica, piscina de clavados, bar de snacks, cambiadores, áreas verdes y servicio de salvavidas. El parque ofrece un moderno centro de recepciones para eventos y congresos con capacidad para alrededor de 300 personas. Existe un complejo adjunto donde se pueden usar gratuitamente las modernas instalaciones deportivas, canchas de tenis, basquetbol, fútbol, y voleibol. Únicamente el acceso a las piscinas es pago, el resto del complejo es de libre acceso.</p> <p><b>Actividades:</b> Natación, deportes acuáticos (piscinas con olas), sauna, turco, hidromasaje, actividades deportivas, y alimentación.</p> <p><b>¿Cómo llegar?:</b> El acceso es por la entrada a la ciudad, detrás del terminal terrestre, en la calle Teniente Hugo Ortiz.</p> <p><b>Horario de atención:</b> 9am a 5pm</p> <p><b>Precio:</b> Adultos USD 4, niños y tercera edad USD 2.</p> <p><b>Teléfonos de contacto:</b> 03 2994240 ext. 285</p>
13	Parque Central 12 de mayo		<p><b>Descripción:</b> Lugar icónico de la ciudad, aquí Fray Álvaro Valladares conjuntamente con Kichwas y colonos, fundó Puyo en el año 1899. En su honor, se ha levantado una estatua frente a la pileta de varios colores. Se encuentra frente a la Catedral donde reposa la Patrona de la ciudad "La Virgen del Rosario de Pompeya".</p> <p><b>Actividades:</b> Caminatas, observación de fauna y flora y fotografía.</p> <p><b>¿Cómo llegar?:</b> Ubicado en el centro de la ciudad de Puyo, en la calle sucre y 9 de octubre, frente a la catedral.</p> <p><b>Horario de atención:</b> Libre</p> <p><b>Precio:</b> Gratis</p>

N°	ATRACTIVO - SITIO DE VISITA	FOTOGRAFÍA	DESCRIPCIÓN RELEVANTE
14	Dique las Palmas		<p><b>Descripción:</b> La construcción de estas obras "arquitectura urbana" en forma de represas pequeñas, denominada "Diques", se han convertido en "piscinas naturales" donde turistas locales y visitantes pueden disfrutar del agua cristalina, ambiente cálido y familiar.</p> <p><b>Actividades:</b> Natación, kayak de río.</p> <p><b>¿Cómo llegar?:</b> El acceso al atractivo desde la ciudad de Puyo hasta el Dique Las Palmas es de primer orden (asfaltada), ubicado en el barrio el Dorado, a la salida a Baños, en el sector del monumento al Balseiro.</p> <p><b>Horario de atención:</b> Libre</p> <p><b>Precio:</b> Gratis</p>
15	Parque de la Mujer		<p><b>Descripción:</b> La construcción de estas obras "arquitectura urbana" es un reconocimiento a la labor femenina histórica, tiene un diseño de una mujer, permite tener una vista espectacular hacia el volcán Sangay y el nevado El Altar.</p> <p><b>Actividades:</b> Patinaje (skateboard), juegos infantiles, canchas de fútbol, básquet, paseos en bici y con macotas.</p> <p><b>¿Cómo llegar?:</b> El acceso al atractivo desde la ciudad de Puyo, se encuentra ubicado en el barrio Libertad, cerca del terminal terrestre.</p> <p><b>Horario de atención:</b> Libre</p> <p><b>Precio:</b> Gratis</p>
16	Tienda Artesanal Casa de la Balsa		<p><b>Descripción:</b> La casa de la balsa, es una microempresa comercial que vende artesanías de las diferentes culturas amazónicas y ecuatorianas; entre sus productos principales tienen la elaboración y comercialización de artesanías en balsa, producto preferido por sus clientes.</p> <p><b>Actividades:</b> Apreciación y compra de artesanías</p> <p><b>¿Cómo llegar?:</b> El acceso al atractivo en la entrada la ciudad, desde Shell, en la Av. Alberto Zambrano, Barrio el Recreo.</p> <p><b>Horario de atención:</b> 8am- 8pm</p> <p><b>Precio:</b> Gratis. Compra de artesanías.</p> <p><b>Teléfonos de contacto:</b> 0995389898</p>

Nota. La tabla describe las fichas resumen de cada atractivo seleccionado. Identificados por la UEA (Universidad Estatal Amazónica, 2018). Elaboración propia.

### **Etapa III. Métodos y técnicas investigativas.**

Dando continuidad al cumplimiento de la metodología, una vez que se ha ejecutado en la Etapa I. El análisis estratégico de la zona de estudio y en la Etapa II. La selección de los atractivos turísticos de la ciudad de Puyo, se inicia la Etapa que permitirá conocer los gustos y preferencias de los turistas y expertos que agregarán valor en el diseño del Catálogo turístico Digital, objeto de del presente Proyecto Integrador de Grado. Para el efecto, más adelante, se detallan los tipos, métodos y técnicas de investigación a ser implementadas:

#### **Tipos de investigación**

Se ha decidido optar por dos tipos de investigación que con seguridad agregaran valor para poner en marcha una investigación que guarde parámetros de calidad, como se detalla:

##### ***Documental:***

Es realizada mediante la consulta de información constante en libros, memorias, revistas, registros (Grajales, 2000), como en este caso con información proporcionada por el GAD Municipal del Cantón Pastaza y la Universidad Estatal Amazónica.

***De campo:***

Se la ejecuta en el lugar y en el tiempo en que ocurren los acontecimientos investigados (Grajales, 2000), para este efecto, se ha coordinado con los representantes de los atractivos, quienes pondrán en marcha la encuesta con los turistas.

**Métodos de investigación:**

Se han seleccionado dos métodos de investigación que aporten en la investigación, como se describe a continuación:

***Método inductivo***

Su objetivo es observar, conocer y estudiar las características generales que se aprecian en una diversidad de realidades para formular, a partir de esta base, una propuesta de carácter general (Calduch, 2018). En este sentido, los resultados de la encuesta encaminarán la forma en la que se definirá el diseño del catálogo acorde a los gustos de los turistas, a fin de generar mayor impacto.

***Método Descriptivo***

Su fin es contar de un conocimiento de la realidad que se obtiene de la observación directa y a través de material bibliográfico (Calduch, 2018). Que complementan con los tipos de investigación escogidos, y aportarán en un mejor análisis y conclusión de los resultados de la encuesta y entrevista.

## **Técnicas e instrumentos de investigación**

Las técnicas e instrumentos permiten al investigador cumplir con el objetivo de su trabajo y recolectar datos e información relevante que apoye su hipótesis, se detalla:

### ***Encuesta***

Técnica de adquisición de información, elaborada a través de un cuestionario de preguntas, mediante el cual se puede conocer la opinión del grupo objeto de estudio (Ramos, s.f.).

#### *Objetivo de la encuesta*

Identificar las necesidades que tengan los turistas y la forma en la que la presentación de la información en el catálogo influya en su decisión de visitar los atractivos de la ciudad.

#### *Factibilidad de la aplicación de la encuesta*

Para enfocar mejor los esfuerzos en el diseño del catálogo digital turístico, es necesario conocer los parámetros posicionados en la mente del turista; para ello, el cuestionario estará compuesto por seis (6) preguntas que nos darán los criterios para la formulación del mismo.



*Link de la encuesta*

<https://forms.gle/DzLX9PshgMMqEAqp9> (Anexo N° 1)

***Entrevista***

Generalmente aplicada a un profesional o experto en la materia que se investiga, para el entrevistador debe tener calidad del enfoque de las preguntas que se abordarán a fin de encaminar la obtención de información que aporte en la investigación (Ramos, s.f.).

*Objetivo de la entrevista*

Identificar las necesidades que el equipo de turismo del GAD Municipal del Cantón Pastaza haya identificado en los visitantes, para mejorar la comunicación entre la oferta y la demanda de los atractivos ubicados en la ciudad de Puyo.

*Factibilidad de la aplicación de la entrevista*

Con el objeto de potencializar la demanda de visita a los atractivos en los turistas nacionales y extranjeros, se entrevistará al Director de Turismo del GAD Municipal del Cantón Pastaza, quién en base a su experiencia proporcionará criterios que ha identificado en los turistas que han llegado a la ciudad y se han convertido en necesidades que se transformarán en requisitos para el catálogo.

*Link de la entrevista*

<https://forms.gle/frTziEUMUqLgk4w56> (Anexo N° 2)

### **Universo:**

La población total escogida de la cual se obtendrá la muestra, obedece a los turistas que visitaron el icónico Malecón Boayaku Puyu, en el feriado del 24 de Mayo “Batalla de Pichincha”, el cual se trasladó al día viernes 26 de mayo, y se sumó al sábado 27 y domingo 28 de mayo de 2023, lo que representa una visitación de 1.366 turistas entre adultos y niños.

### **Muestra:**

Se detalla la fórmula y el cálculo de la muestra, sobre el universo detallado en el punto anterior, así:

### ***Datos:***

N: 1.366,00

p: 0,5

q: 0,5

E: 0,05

K: 2

***Fórmula y aplicación:***

$$n = \frac{N * p * q}{(N-1) \left[ \frac{E}{K} \right] 2 + 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{1366 * 0,50 * 0,50}{(3.402-1) \left[ \frac{0,05}{2} \right] 2 + 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{341,5}{(1.366) (0,000625) + 0,25}$$

$$n = \frac{341,50}{1,10}$$

$$n = 309$$

La muestra obtenida es de 309 potenciales turistas o que han visitado la ciudad de Puyo.

**Presentación gráfica, análisis e interpretación de resultados obtenidos*****Encuesta***

La muestra obtenida fue de 309; sin embargo, se han tenido 315 respuestas por parte de los turistas potenciales o que han visitado la ciudad de Puyo, misma que fue aplicada a través de las bases de datos que disponen los atractivos turísticos y población nacional de diversas edades, obteniendo los siguientes resultados:

***Resultados de la encuesta:***

**Tabla 13.**

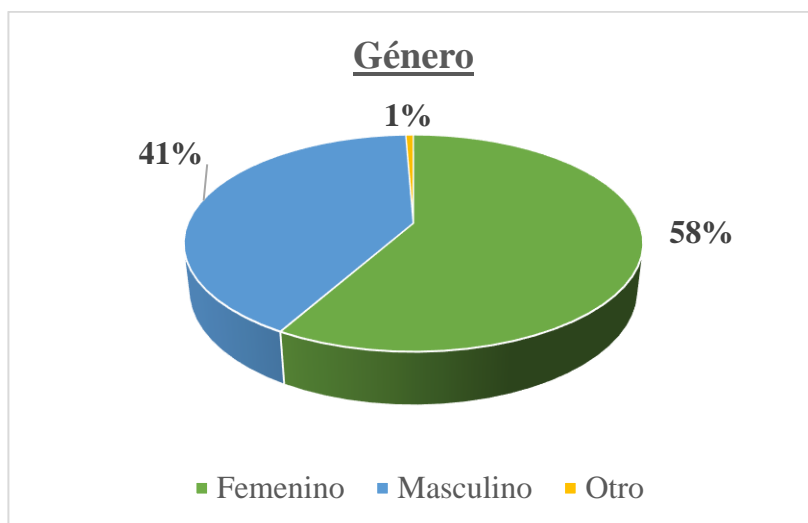
*Género*

<b>Datos</b>	<b>Resultado</b>	<b>Porcentaje</b>
Femenino	184	58%
Masculino	130	41%
Otro	2	1%
<b>Total</b>	<b>316</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

**Figura 5.**

*Graficación Género.*



*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

### Interpretación de resultados.

De los resultados obtenidos, se determina que el mayor porcentaje de personas encuestadas pertenecen al género femenino, con el 58%.

**Tabla 14.**

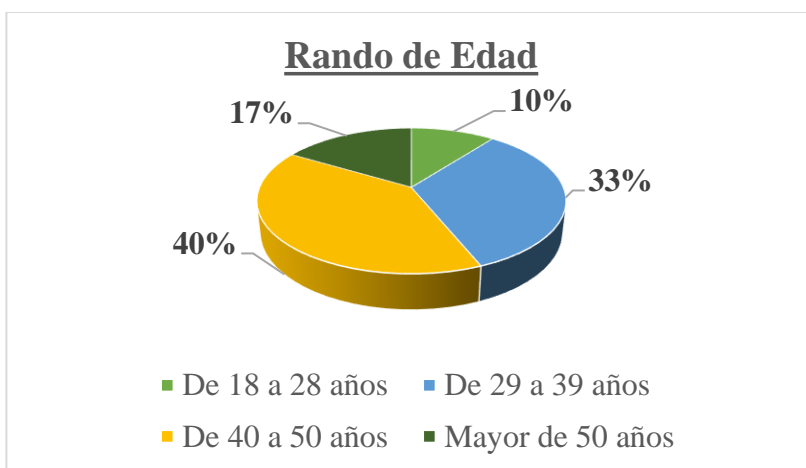
*Rango de edad.*

<b>Rango de Edad</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
De 18 a 28 años	33	10%
De 29 a 39 años	105	33%
De 40 a 50 años	125	40%
Mayor de 50 años	52	17%
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

Nota. Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

**Figura 6.**

*Gráfica del Rango de edad.*



**Nota.** Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

### Interpretación de resultados.

De los resultados obtenidos, se determina que la mayor parte de los encuestados se encuentran en un rango de 40 a 50 años, seguido de personas de 29 a 39 años.

**Tabla 15.**

*Pregunta N° 1. ¿Cuántas veces ha visitado usted la ciudad de Puyo?*

<b>Frecuencia</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
No han visitado	16	5%
1 sola vez	86	27%
2 a 3 veces	75	24%
4 veces en adelante	138	44%
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

**Figura 7.**

*Gráfica de la pregunta N° 1. ¿Cuántas veces ha visitado usted la ciudad de Puyo?*



*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

### Interpretación de resultados.

De los resultados obtenidos, se determina que la mayor parte de los encuestados han visitado la ciudad de Puyo más de 4 veces.

*Pregunta N° 2. Se presenta de manera desagregada por parámetro evaluado.*

**Tabla 16.**

*Pregunta N° 2. ¿Qué información del atractivo turístico le resultaría útil, que sea incorporado en el catálogo digital turístico? Escoja en orden de importancia, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante.*

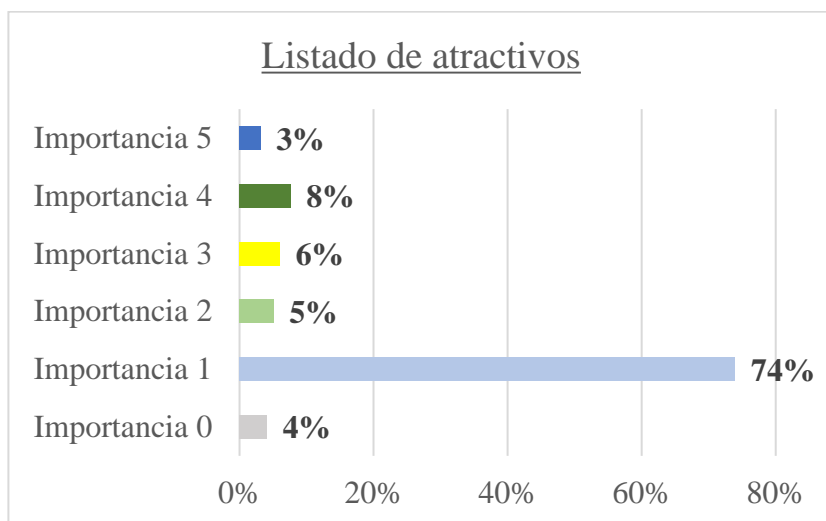
#### **1. Listado de atractivos**

<b>Escala</b>	<b>Resultado</b>	<b>Porcentaje</b>
Importancia 0	13	4%
Importancia 1	233	74%
Importancia 2	16	5%
Importancia 3	19	6%
Importancia 4	24	8%
Importancia 5	10	3%
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

**Figura 8.**

*Gráfica de la Pregunta N° 2. ¿Qué información del atractivo turístico le resultaría útil, que sea incorporado en el catálogo digital turístico? Escoja en orden de importancia, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante.*



*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

#### Interpretación de resultados.

De los resultados obtenidos en la pregunta N° 2, primer parámetro evaluado “Listado de atractivos”, para el 74% de los encuestados tiene una alta importancia.



**Tabla 17.**

*Pregunta N° 2. ¿Qué información del atractivo turístico le resultaría útil, que sea incorporado en el catálogo digital turístico? Escoja en orden de importancia, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante.*

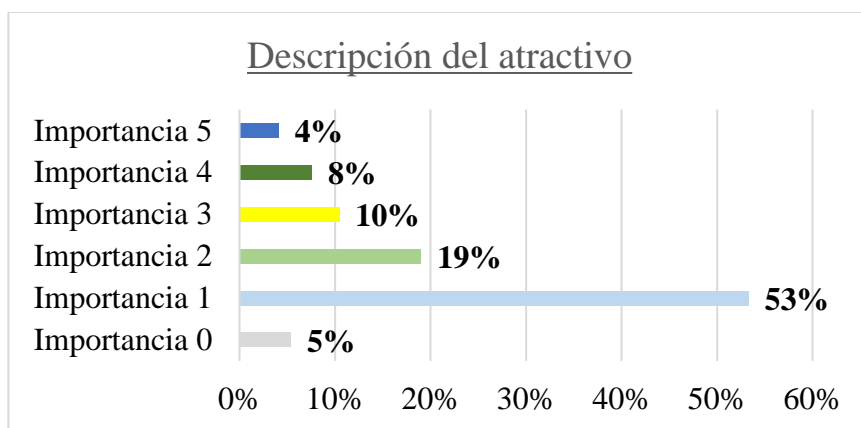
## 2. Descripción del atractivo

Escala	Resultado	Porcentaje
Importancia 0	17	5%
Importancia 1	168	53%
Importancia 2	60	19%
Importancia 3	33	10%
Importancia 4	24	8%
Importancia 5	13	4%
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

**Figura 9.**

*¿Qué información del atractivo turístico le resultaría útil, que sea incorporado en el catálogo digital turístico? Escoja en orden de importancia, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante.*



*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

### Interpretación de resultados.

De los resultados obtenidos en la pregunta N° 2, primer parámetro evaluado “Descripción del atractivo”, para el 53% de los encuestados tiene una alta importancia.

**Tabla 18.**

*Pregunta N° 2. ¿Qué información del atractivo turístico le resultaría útil, que sea incorporado en el catálogo digital turístico? Escoja en orden de importancia, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante.*

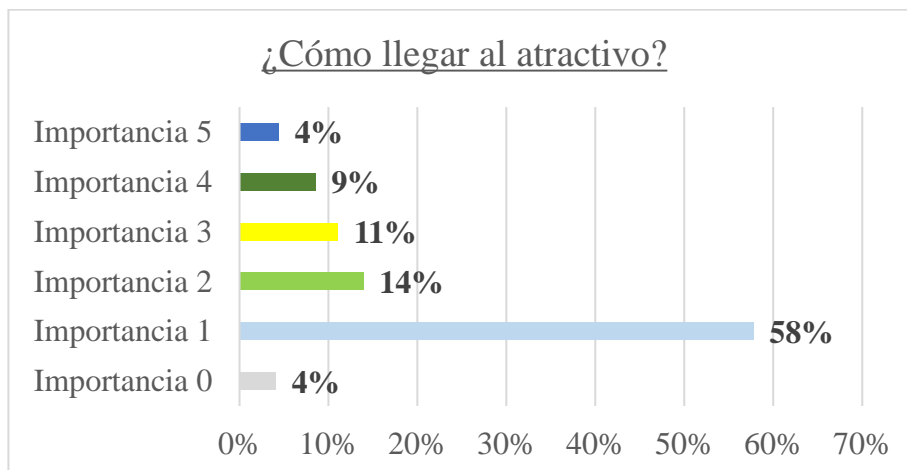
### **3. ¿Cómo llegar al atractivo?**

<b>Escala</b>	<b>Resultado</b>	<b>Porcentaje</b>
Importancia 0	13	4%
Importancia 1	182	58%
Importancia 2	44	14%
Importancia 3	35	11%
Importancia 4	27	9%
Importancia 5	14	4%
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

**Figura 10.**

*Pregunta N° 2. ¿Qué información del atractivo turístico le resultaría útil, que sea incorporado en el catálogo digital turístico? Escoja en orden de importancia, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante.*



*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

#### Interpretación de resultados.

De los resultados obtenidos en la pregunta N° 2, primer parámetro evaluado “¿Cómo llegar al atractivo?”, para el 58% de los encuestados tiene una alta importancia.

**Tabla 19.**

*Pregunta N° 2. ¿Qué información del atractivo turístico le resultaría útil, que sea incorporado en el catálogo digital turístico? Escoja en orden de importancia, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante.*

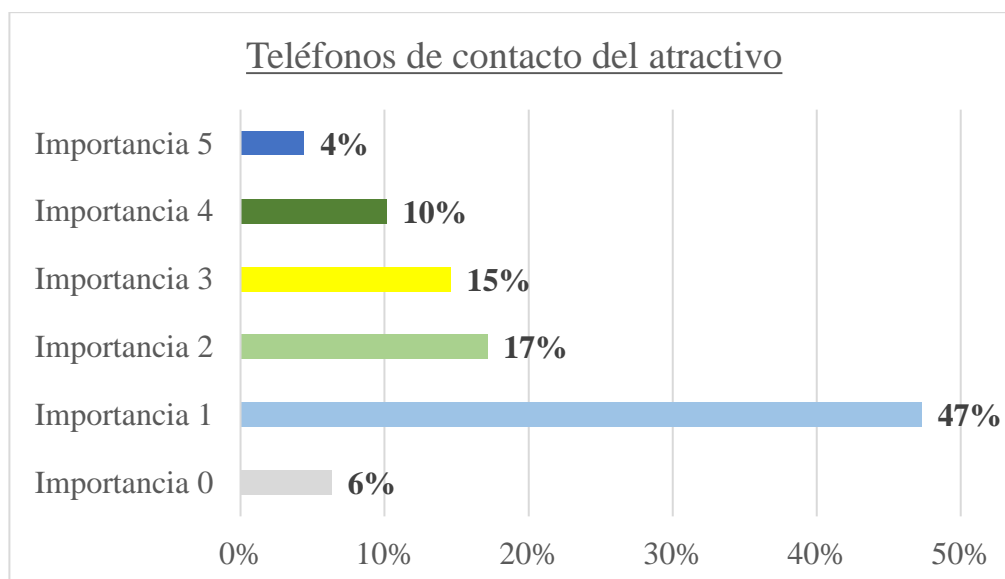
#### **4. Teléfonos de contacto del atractivo.**

<b>Escala</b>	<b>Resultado</b>	<b>Porcentaje</b>
Importancia 0	20	6%
Importancia 1	149	47%
Importancia 2	54	17%
Importancia 3	46	15%
Importancia 4	32	10%
Importancia 5	14	4%
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

**Figura 11.**

*Pregunta N° 2. ¿Qué información del atractivo turístico le resultaría útil, que sea incorporado en el catálogo digital turístico? Escoja en orden de importancia, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante.*



*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

### Interpretación de resultados.

De los resultados obtenidos en la pregunta N° 2, primer parámetro evaluado “Teléfonos de contacto del atractivo”, para el 47% de los encuestados tiene una alta importancia.

**Tabla 20.**

*Pregunta N° 2. ¿Qué información del atractivo turístico le resultaría útil, que sea incorporado en el catálogo digital turístico? Escoja en orden de importancia, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante.*

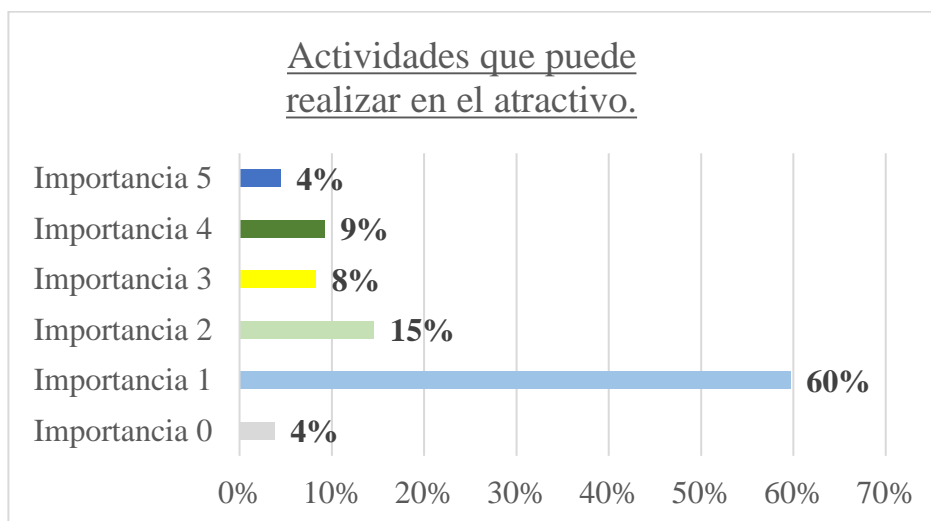
#### **5. Actividades que puede realizar en el atractivo.**

<b>Escala</b>	<b>Resultado</b>	<b>Porcentaje</b>
Importancia 0	12	4%
Importancia 1	188	60%
Importancia 2	46	15%
Importancia 3	26	8%
Importancia 4	29	9%
Importancia 5	14	4%
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

**Figura 12.**

*Pregunta N° 2. ¿Qué información del atractivo turístico le resultaría útil, que sea incorporado en el catálogo digital turístico? Escoja en orden de importancia, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante.*



*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

#### Interpretación de resultados.

De los resultados obtenidos en la pregunta N° 2, primer parámetro evaluado “Actividades que puede realizar en el atractivo”, para el 60% de los encuestados tiene una alta importancia.

*A continuación, se presenta en orden de importancia, los parámetros evaluados en la pregunta N° 2, por las personas encuestadas:*

**Tabla 21.**

*Pregunta N° 2. ¿Qué información del atractivo turístico le resultaría útil, que sea incorporado en el catálogo digital turístico? Escoja en orden de importancia, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante.*

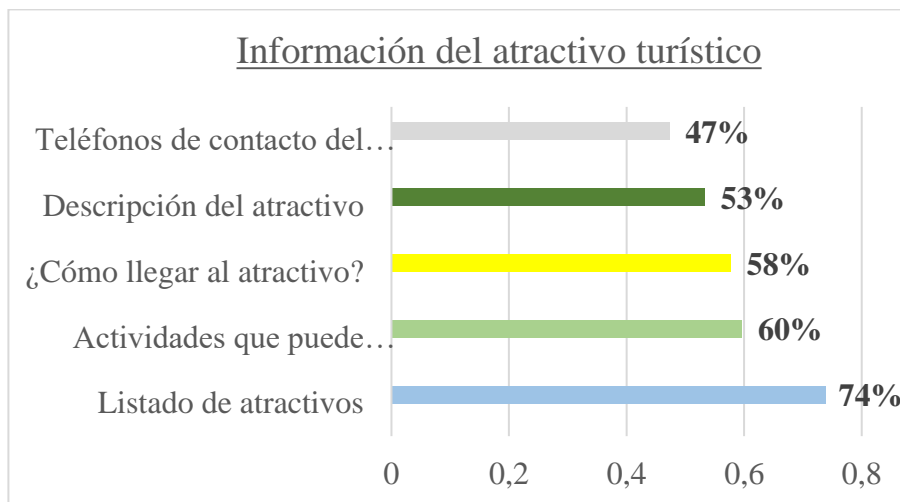
#### Información del atractivo

N°	Importancia	Resultado	Porcentaje
1	Listado de atractivos	233	74%
5	Actividades que puede realizar en el atractivo	188	60%
3	¿Cómo llegar al atractivo?	182	58%
2	Descripción del atractivo	168	53%
4	Teléfonos de contacto del atractivo.	149	47%

Nota. Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

**Tabla 22.**

*Pregunta N° 2. ¿Qué información del atractivo turístico le resultaría útil, que sea incorporado en el catálogo digital turístico? Escoja en orden de importancia, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante.*



Nota. Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

### Interpretación de resultados.

De los resultados obtenidos en la pregunta N° 2, se han resumido en la tabla y gráfica antes expuestas, los parámetros que las personas encuestadas han considerado les resultarían útil, sean incorporados en el catálogo digital turístico, quedando el siguiente orden de importancia: 1. Listado de atractivos turísticos, 2. Actividades que puede realizar en el atractivo turístico, 3. ¿Cómo llegar al atractivo?, 4. Descripción del atractivo y 5. Teléfonos de contacto del atractivo.

*Pregunta N° 3. Se presenta de manera desagregada por parámetro evaluado.*

### **Tabla 23.**

*Pregunta N° 3. ¿Qué lugares de entretenimiento usted preferiría formen parte del catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 3 el menos importante.*

#### **1. Discotecas**

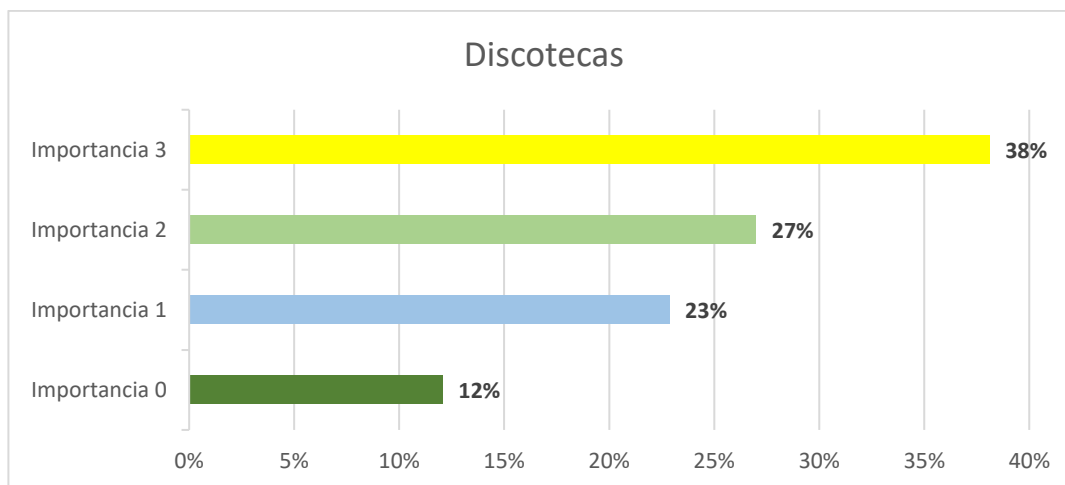
<b>Escala</b>	<b>Resultado</b>	<b>Porcentaje</b>
Importancia 0	38	12%
Importancia 1	72	23%
Importancia 2	85	27%
Importancia 3	120	38%
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.



**Figura 13.**

*Pregunta N° 3. ¿Qué lugares de entretenimiento usted preferiría formen parte del catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 3 el menos importante.*



*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

#### Interpretación de resultados.

De los resultados obtenidos en la pregunta N° 3, primer parámetro evaluado “Discotecas”, para el 23% de los encuestados tiene una alta importancia.

**Figura 14.**

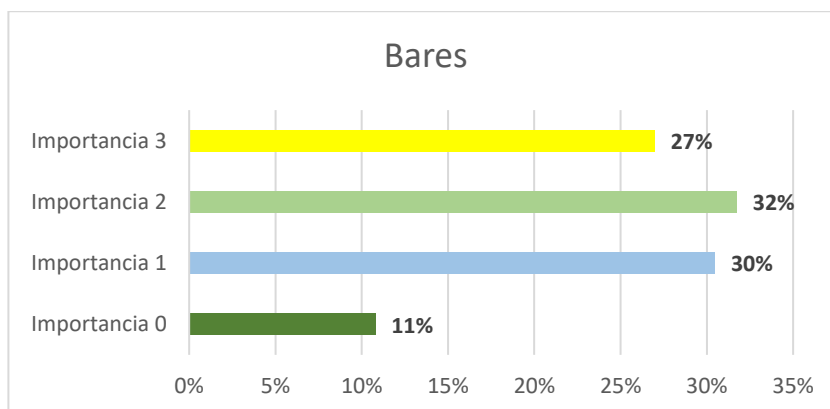
*Pregunta N° 3. ¿Qué lugares de entretenimiento usted preferiría formen parte del catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 3 el menos importante.*

<b>2. Bares</b>		
<b>Escala</b>	<b>Resultado</b>	<b>Porcentaje</b>
Importancia 0	34	11%
Importancia 1	96	30%
Importancia 2	100	32%
Importancia 3	85	27%
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

**Figura 15.**

*Pregunta N° 3. ¿Qué lugares de entretenimiento usted preferiría formen parte del catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 3 el menos importante.*



*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

### Interpretación de resultados.

De los resultados obtenidos en la pregunta N° 3, segundo parámetro evaluado “Bares”, para el 30% de los encuestados tiene una alta importancia.

**Tabla 24.**

*Pregunta N° 3. ¿Qué lugares de entretenimiento usted preferiría formen parte del catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 3 el menos importante.*

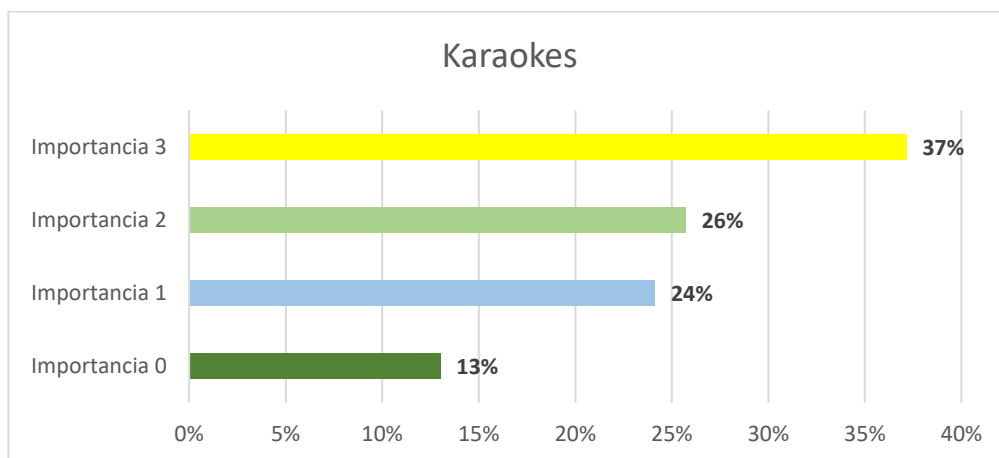
#### **3. Karaokes**

<b>Escala</b>	<b>Resultado</b>	<b>Porcentaje</b>
Importancia 0	41	13%
Importancia 1	76	24%
Importancia 2	81	26%
Importancia 3	117	37%
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

**Figura 16.**

*Pregunta N° 3. ¿Qué lugares de entretenimiento usted preferiría formen parte del catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 3 el menos importante.*



*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

### Interpretación de resultados.

De los resultados obtenidos en la pregunta N° 3, tercer parámetro evaluado “Karaoke”, para el 24% de los encuestados tiene una alta importancia.

*A continuación, se presenta en orden de importancia, los parámetros evaluados en la pregunta N° 3, por las personas encuestadas:*

**Tabla 25.**

*Pregunta N° 3. ¿Qué lugares de entretenimiento usted preferiría formen parte del catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 3 el menos importante.*

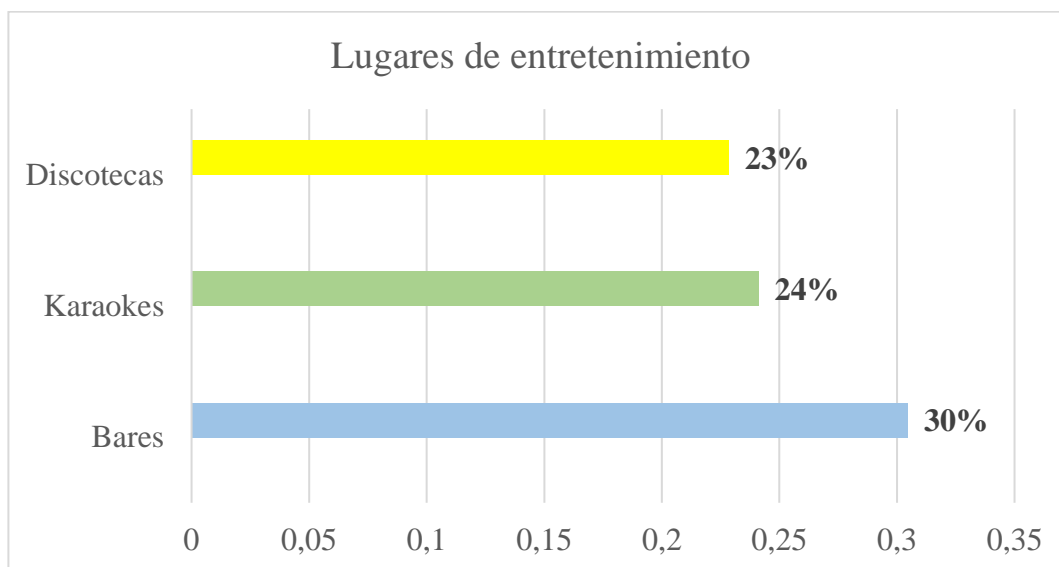
#### **Lugares de Entretenimiento**

N°	Importancia	Resultado	Porcentaje
2	Bares	96	30%
3	Karaoke	76	24%
1	Discotecas	72	23%

*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

**Figura 17.**

*Pregunta N° 3. ¿Qué lugares de entretenimiento usted preferiría formen parte del catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 3 el menos importante.*



*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

#### Interpretación de resultados.

De los resultados obtenidos en la pregunta N° 3, se han resumido en la tabla y gráfica antes expuestas, los lugares de entretenimiento que las personas encuestadas han preferido formen del catálogo digital turístico, quedando el siguiente orden de importancia: 1. Bares, 2. Karaokes y 3. Discotecas.

*Pregunta N° 4. Se presenta de manera desagregada por parámetro evaluado.*

**Tabla 26.**

*Pregunta N° 4. ¿Qué lugares para alimentación, usted preferiría que se coloquen en el catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 4 el menos importante.*

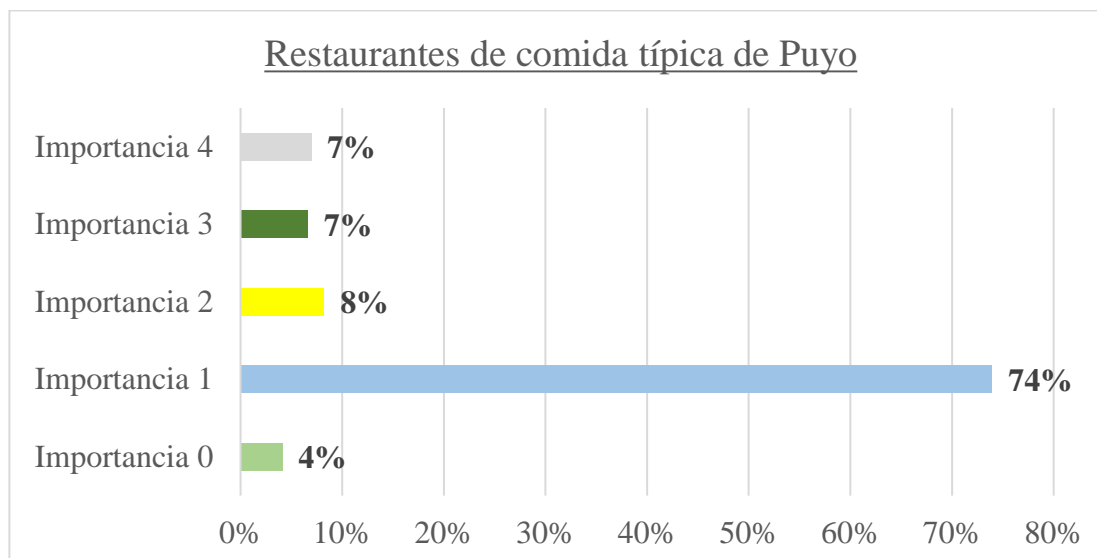
**1. Restaurantes de comida típica de Puyo**

<b>Escala</b>	<b>Resultado</b>	<b>Porcentaje</b>
Importancia 0	13	4%
Importancia 1	233	74%
Importancia 2	26	8%
Importancia 3	21	7%
Importancia 4	22	7%
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

**Figura 18.**

*Pregunta N° 4. ¿Qué lugares para alimentación, usted preferiría que se coloquen en el catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 4 el menos importante.*



*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

### Interpretación de resultados.

De los resultados obtenidos en la pregunta N° 4, primer parámetro evaluado “Restaurantes de comida típica Puyo”, para el 74% de los encuestados tiene una alta importancia.

**Tabla 27.**

*Pregunta N° 4. ¿Qué lugares para alimentación, usted preferiría que se coloquen en el catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 4 el menos importante.*

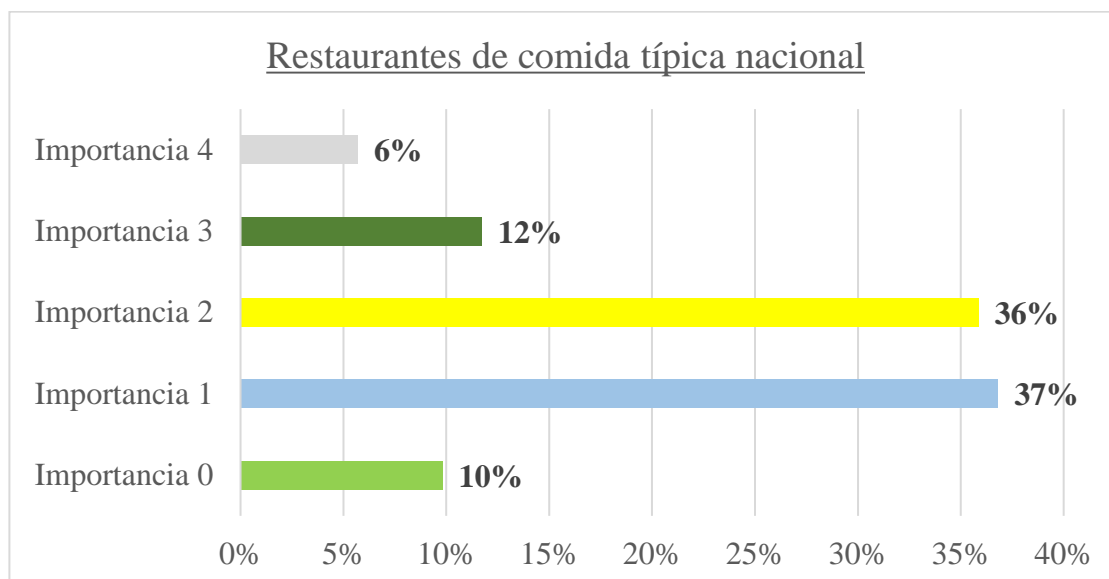
#### **2. Restaurantes de comida típica nacional**

<b>Escala</b>	<b>Resultado</b>	<b>Porcentaje</b>
Importancia 0	31	10%
Importancia 1	116	37%
Importancia 2	113	36%
Importancia 3	37	12%
Importancia 4	18	6%
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

**Figura 19.**

*Pregunta N° 4. ¿Qué lugares para alimentación, usted preferiría que se coloquen en el catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 4 el menos importante.*



*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

Interpretación de resultados.

De los resultados obtenidos en la pregunta N° 4, segundo parámetro evaluado “Restaurantes de comida típica nacional”, para el 37% de los encuestados tiene una alta importancia.



**Tabla 28.**

*Pregunta N° 4. ¿Qué lugares para alimentación, usted preferiría que se coloquen en el catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 4 el menos importante.*

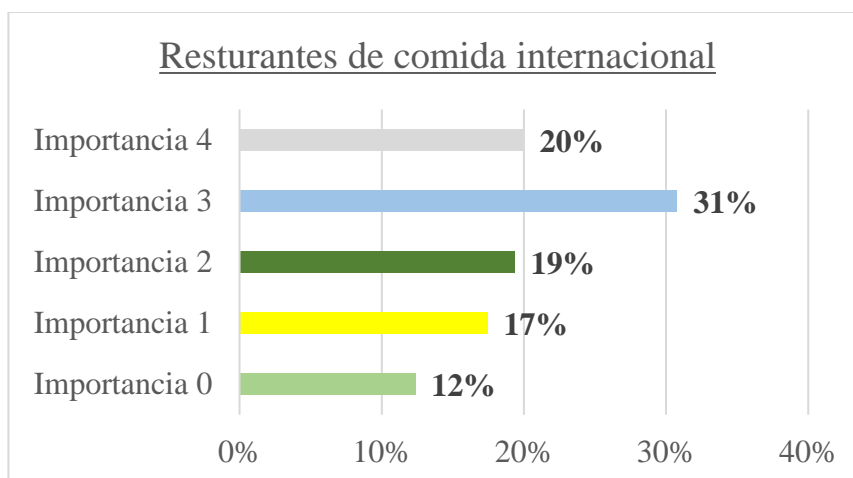
### 3. Restaurantes de comida internacional

Escala	Resultado	Porcentaje
Importancia 0	39	12%
Importancia 1	55	17%
Importancia 2	61	19%
Importancia 3	97	31%
Importancia 4	63	20%
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

**Figura 20.**

*Pregunta N° 4. ¿Qué lugares para alimentación, usted preferiría que se coloquen en el catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 4 el menos importante.*



*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

### Interpretación de resultados.

De los resultados obtenidos en la pregunta N° 4, tercer parámetro evaluado “Restaurantes de comida internacional”, para el 17% de los encuestados tiene una alta importancia.

### **Figura 21.**

*Pregunta N° 4. ¿Qué lugares para alimentación, usted preferiría que se coloquen en el catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 4 el menos importante.*

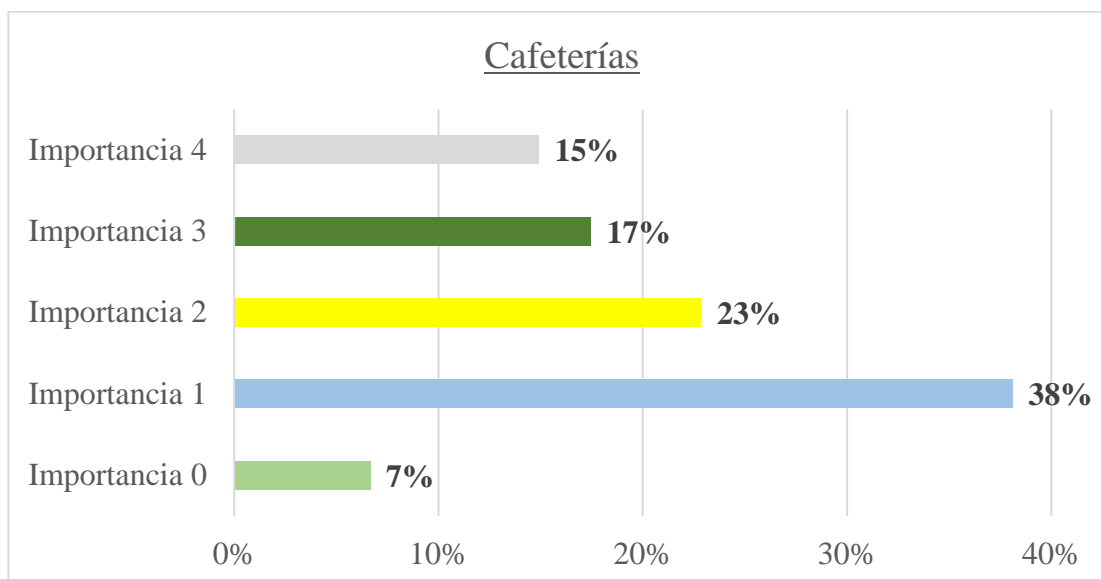
#### **4. Cafeterías**

<b>Escala</b>	<b>Resultado</b>	<b>Porcentaje</b>
Importancia 0	21	7%
Importancia 1	120	38%
Importancia 2	72	23%
Importancia 3	55	17%
Importancia 4	47	15%
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

**Figura 22.**

*Pregunta N° 4. ¿Qué lugares para alimentación, usted preferiría que se coloquen en el catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 4 el menos importante.*



*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.  
Interpretación de resultados.

De los resultados obtenidos en la pregunta N° 4, cuarto parámetro evaluado “Cafeterías”, para el 38% de los encuestados tiene una alta importancia.

*A continuación, se presenta en orden de importancia, los parámetros evaluados en la pregunta N° 4, por las personas encuestadas:*

**Tabla 29.**

*Pregunta N° 4. ¿Qué lugares para alimentación, usted preferiría que se coloquen en el catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 4 el menos importante.*

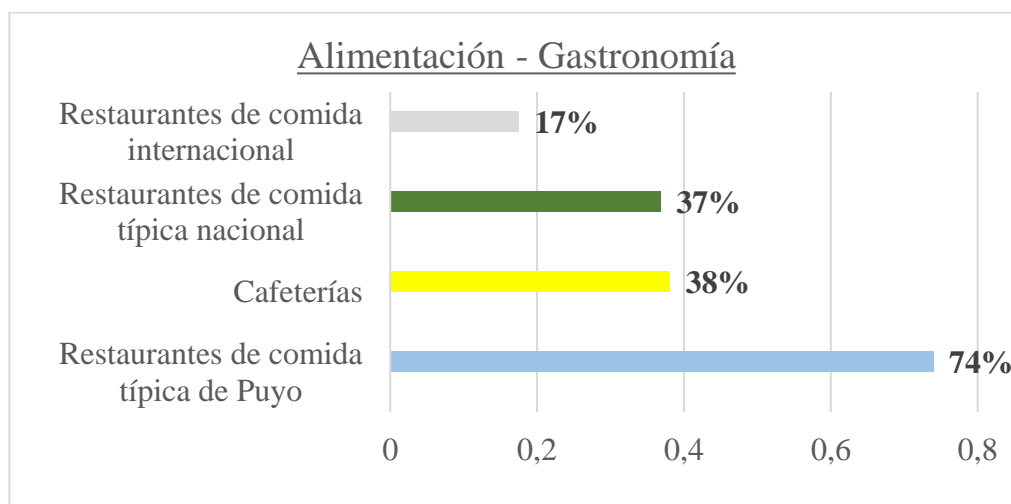
### **Alimentación - Gastronomía**

N°	Importancia	Resultado	Porcentaje
1	Restaurantes de comida típica de Puyo	233	74%
4	Cafeterías	120	38%
2	Restaurantes de comida típica nacional	116	37%
3	Restaurantes de comida internacional	55	17%

*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

**Figura 23.**

*Pregunta N° 4. ¿Qué lugares para alimentación, usted preferiría que se coloquen en el catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 4 el menos importante*



*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

### Interpretación de resultados.

De los resultados obtenidos en la pregunta N° 4, se han resumido en la tabla y gráfica antes expuestas, los lugares gastronómicos que las personas encuestadas han preferido formen del catálogo digital turístico, quedando el siguiente orden de importancia: 1. Restaurantes de comida típica de Puyo, 2. Cafeterías, 3. Restaurantes de comida típica nacional y 4. Restaurantes de comida internacional.

*Pregunta N° 5. Se presenta de manera desagregada por parámetro evaluado.*

### **Tabla 30.**

*Pregunta N° 5. ¿Qué tipo de transporte usted considera necesario se incorpore en el catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 3 el menos importante.*

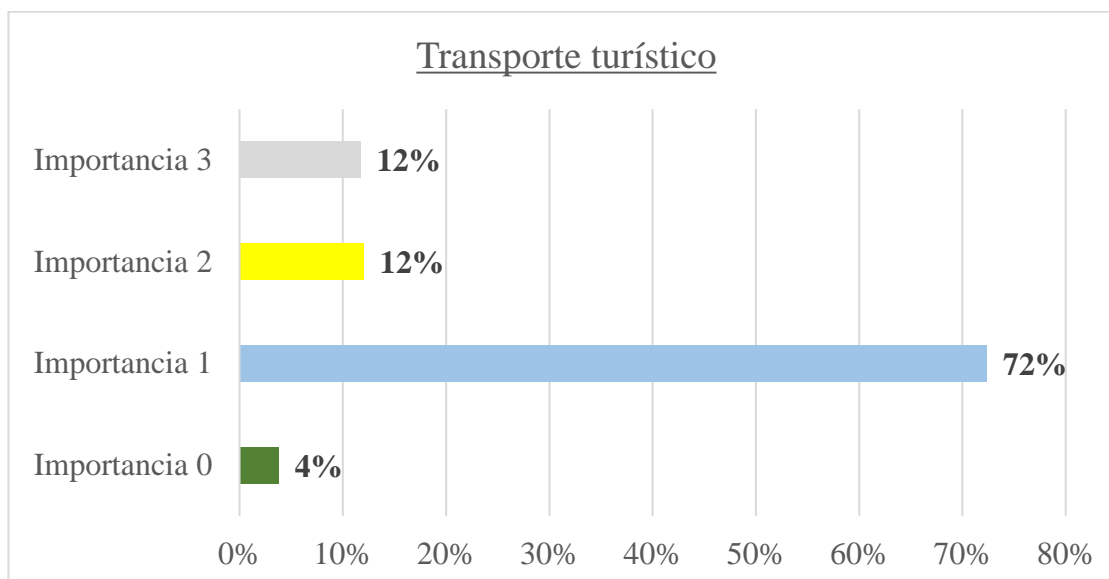
#### **1. Transporte turístico**

<b>Escala</b>	<b>Resultado</b>	<b>Porcentaje</b>
Importancia 0	12	4%
Importancia 1	228	72%
Importancia 2	38	12%
Importancia 3	37	12%
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

**Figura 24.**

*Pregunta N° 5. ¿Qué tipo de transporte usted considera necesario se incorpore en el catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 3 el menos importante.*



*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

#### Interpretación de resultados.

De los resultados obtenidos en la pregunta N° 5, primer parámetro evaluado “Transporte turístico”, para el 72% de los encuestados tiene una alta importancia.

**Tabla 31.**

*Pregunta N° 5. ¿Qué tipo de transporte usted considera necesario se incorpore en el catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 3 el menos importante.*

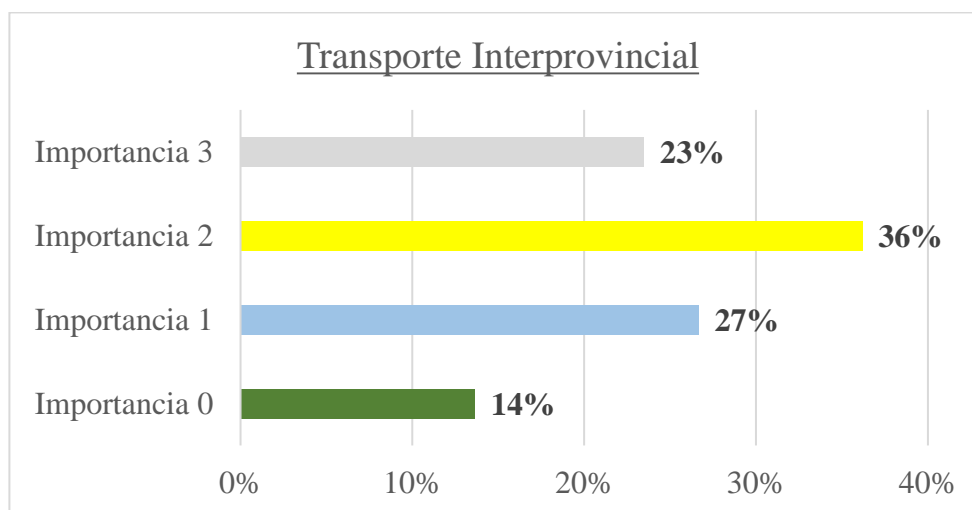
## 2. Transporte Interprovincial

Escala	Resultado	Porcentaje
Importancia 0	43	14%
Importancia 1	84	27%
Importancia 2	114	36%
Importancia 3	74	23%
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

**Figura 25.**

*Pregunta N° 5. ¿Qué tipo de transporte usted considera necesario se incorpore en el catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 3 el menos importante.*



*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

### Interpretación de resultados.

De los resultados obtenidos en la pregunta N° 5, segundo parámetro evaluado “Transporte interprovincial”, para el 27% de los encuestados tiene una alta importancia.

**Tabla 32.**

*Pregunta N° 5. ¿Qué tipo de transporte usted considera necesario se incorpore en el catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 3 el menos importante.*

### **3. Taxis**

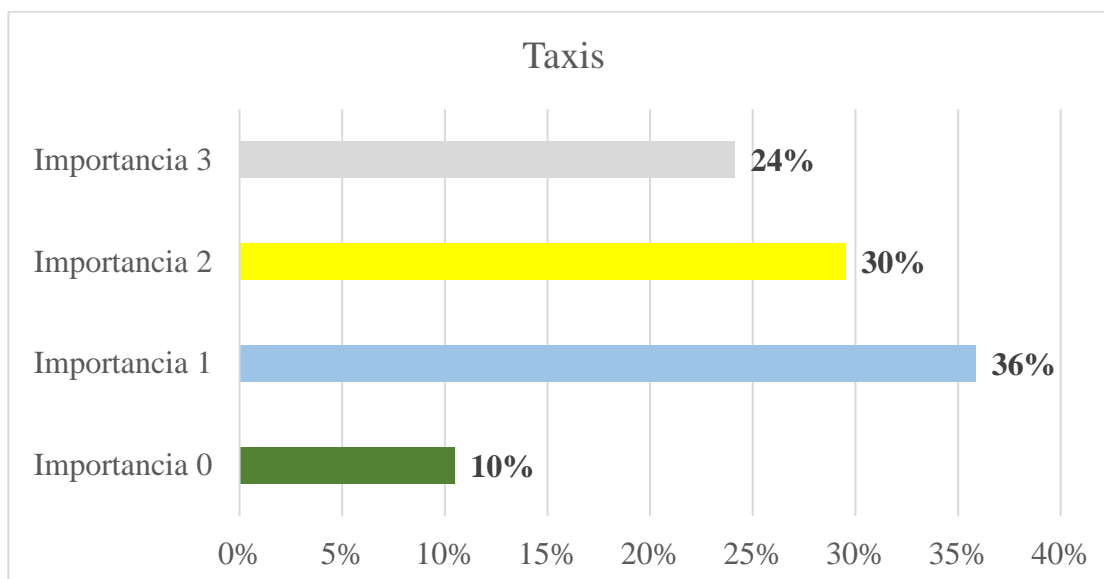
<b>Escala</b>	<b>Resultado</b>	<b>Porcentaje</b>
Importancia 0	33	10%
Importancia 1	113	36%
Importancia 2	93	30%
Importancia 3	76	24%
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.



**Figura 26.**

*Pregunta N° 5. ¿Qué tipo de transporte usted considera necesario se incorpore en el catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 3 el menos importante.*



*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

#### Interpretación de resultados.

De los resultados obtenidos en la pregunta N° 5, tercer parámetro evaluado “Taxis”, para el 36% de los encuestados tiene una alta importancia.

*A continuación, se presenta en orden de importancia, los parámetros evaluados en la pregunta N° 5, por las personas encuestadas:*

**Tabla 33.**

*Pregunta N° 5. ¿Qué tipo de transporte usted considera necesario se incorpore en el catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 3 el menos importante.*

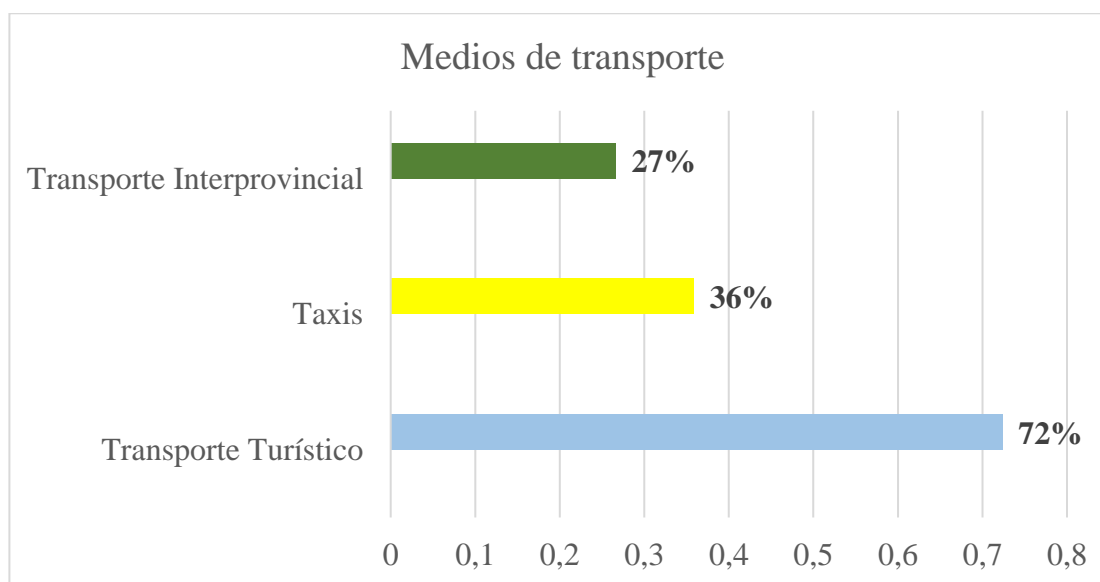
### Medio de Transporte

N°	Importancia	Resultado	Porcentaje
1	Transporte Turístico	228	72%
3	Taxis	113	36%
2	Transporte Interprovincial	84	27%

*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

**Figura 27.**

*Pregunta N° 5. ¿Qué tipo de transporte usted considera necesario se incorpore en el catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 3 el menos importante.*



*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

### Interpretación de resultados.

De los resultados obtenidos en la pregunta N° 5, se han resumido en la tabla y gráfica antes expuestas, los medios de transporte que las personas encuestadas han preferido formen del catálogo digital turístico, quedando el siguiente orden de importancia: 1. Transporte turístico, 2. Taxis, y 3. Transporte Interprovincial.

*Pregunta N° 6. Se presenta de manera desagregada por parámetro evaluado.*

**Tabla 34.**

*Pregunta N° 6. ¿A través de qué medio le gustaría que se publique el catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 3 el menos importante.*

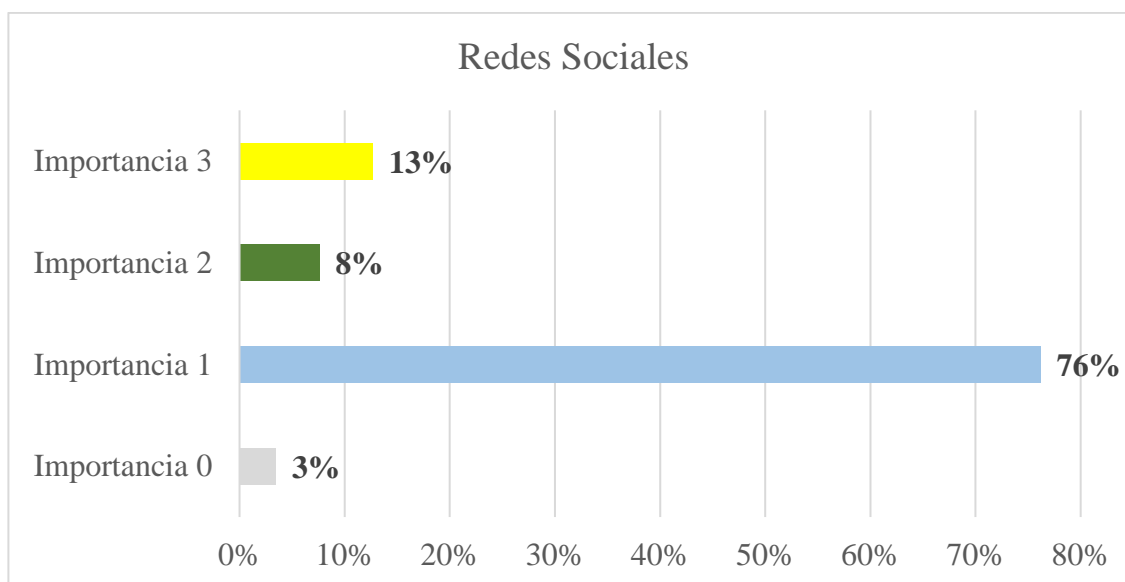
#### **1. Redes sociales**

<b>Escala</b>	<b>Resultado</b>	<b>Porcentaje</b>
Importancia 0	11	3%
Importancia 1	240	76%
Importancia 2	24	8%
Importancia 3	40	13%
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

**Figura 28.**

*Pregunta N° 6. ¿A través de qué medio le gustaría que se publique el catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 3 el menos importante.*



*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

#### Interpretación de resultados.

De los resultados obtenidos en la pregunta N° 6, primer parámetro evaluado “Redes sociales”, para el 76% de los encuestados tiene una alta importancia.

**Tabla 35.**

*Pregunta N° 6. ¿A través de qué medio le gustaría que se publique el catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 3 el menos importante.*

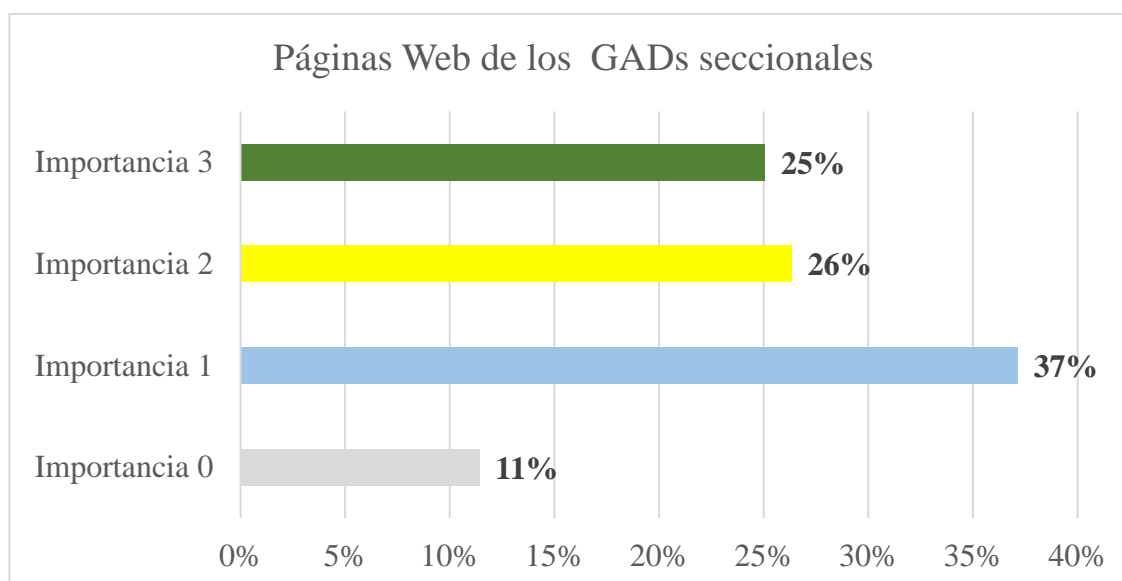
### **2. Páginas Web de los GADs seccionales**

<b>Escala</b>	<b>Resultado</b>	<b>Porcentaje</b>
Importancia 0	36	11%
Importancia 1	117	37%
Importancia 2	83	26%
Importancia 3	79	25%
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

**Figura 29.**

*Pregunta N° 6. ¿A través de qué medio le gustaría que se publique el catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 3 el menos importante.*



*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

### Interpretación de resultados.

De los resultados obtenidos en la pregunta N° 6, segundo parámetro evaluado “Páginas Web de los GADs seccionales”, para el 37% de los encuestados tiene una alta importancia.

**Tabla 36.**

*Pregunta N° 6. ¿A través de qué medio le gustaría que se publique el catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 3 el menos importante.*

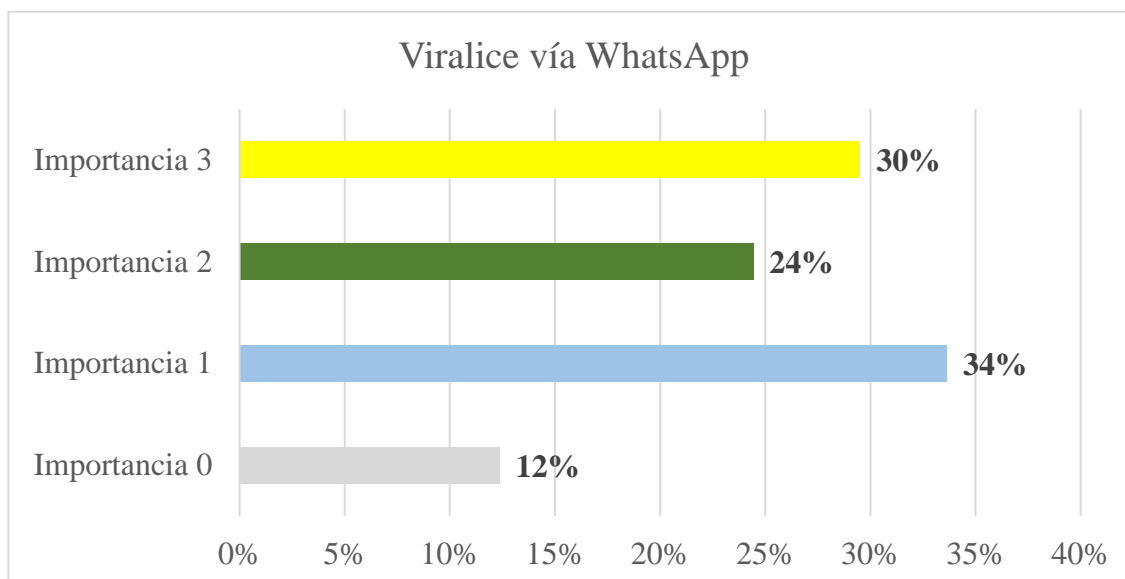
### **3. Viralice vía WhatsApp**

<b>Escala</b>	<b>Resultado</b>	<b>Porcentaje</b>
Importancia 0	39	12%
Importancia 1	106	34%
Importancia 2	77	24%
Importancia 3	93	30%
<b>Total</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>

*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

**Figura 30.**

*Pregunta N° 6. ¿A través de qué medio le gustaría que se publique el catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 3 el menos importante*



*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

#### Interpretación de resultados.

De los resultados obtenidos en la pregunta N° 6, tercer parámetro evaluado “Páginas Web de los GADs seccionales”, para el 34% de los encuestados tiene una alta importancia.

*A continuación, se presenta en orden de importancia, los parámetros evaluados en la pregunta N° 5, por las personas encuestadas:*

**Tabla 37.**

*Pregunta N° 6. ¿A través de qué medio le gustaría que se publique el catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 3 el menos importante*

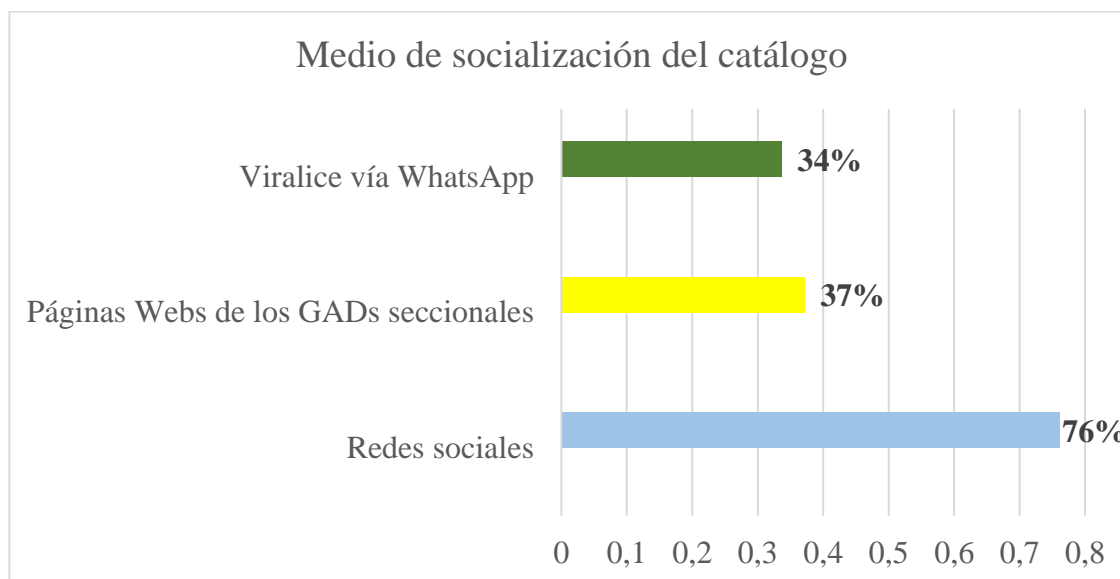
**Medio de socialización del catálogo**

N°	Importancia	Resultado	Porcentaje
1	Redes sociales	240	76%
3	Páginas Webs de los GADs seccionales	117	37%
2	Viralice vía WhatsApp	106	34%

*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.

**Figura 31.**

*Pregunta N° 6. ¿A través de qué medio le gustaría que se publique el catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 3 el menos importante*



*Nota.* Encuesta aplicada a potenciales turistas o turistas que han visitado la ciudad de Puyo. Elaborado por: Ingrid Chango Jácome.



### Interpretación de resultados.

De los resultados obtenidos en la pregunta N° 6, se han resumido en la tabla y gráfica antes expuestas, los medios a través de los cuales, las personas encuestadas han preferido se publique el catálogo digital turístico, quedando el siguiente orden de importancia: 1. Redes sociales, 2. Páginas Web de los GADs seccionales, y 3. Viralice vía WhatsApp.

### ***Entrevista***

La entrevista programada con el Director de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Pastaza, se llevó a cabo el pasado 26 de noviembre de 2023, en la ciudad de Puyo, con el objeto de “Extrapolar criterios que como Director ha identificado son necesidades latentes que los turistas consideran vitales, deben formar parte de un catálogo digital turístico.

En este contexto, a continuación, se detalla la entrevista:

*Nombres de Entrevistado:*

Wilson Ramos

*Profesión del entrevistado:*

Ingeniero en Turismo

*1.- ¿Cuánto tiempo usted colabora en el ámbito turístico en el cantón Pastaza?*

Colaboro alrededor de 13 años en el ámbito turístico, como servidor público.

*2.- ¿Considera usted que un catálogo digital turístico aportaría en la dinamización económica y turística de la ciudad de Puyo?*

Considero que si, ya que todo medio que ayude a publicitar la oferta turística es bueno, sobre todo actualmente la masificación del internet y el uso del celular hace que la publicidad digital sea importante porque nos ayuda a dar a conocer la oferta turística a más gente, a menor costo y de manera efectiva.

*3.- ¿Qué atractivos turísticos usted considera que deben ser incluidos en el catálogo turístico digital y por qué?*

Hubiese sido importante que en el catálogo estén los atractivos turísticos que se encuentren dentro de un inventario de atractivos turísticos validado por el MINTUR; pero al no existir dicho documento, considero que deben estar todos los atractivos turísticos que cuenten con facilidades turísticas básicas para el disfrute de los turistas.

*4.- ¿Qué información directamente relacionada con el atractivo turístico, considera usted que debería formar parte del catálogo digital turístico?*

Considero que debería formar parte de un atractivo turístico, información que se relacione con: ¿Cómo llegar?, actividades y servicios, precios y horarios, fotografías o videos.

*5. ¿Qué información, adicional a los atractivos turísticos, se debería considerar para el diseño del catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo?*

Considero que podría ser: Catastro de servicios turísticos (alimentos y bebidas, operación e intermediación, alojamiento etc), ubicación de puntos de información turística, cajero o bancos, puntos de ayuda o emergencia.

### ***Conclusión de resultados.***

Considerando que la Oficina Técnica MINTUR Pastaza dispone de información con corte al año 2007 (desactualizada) y que la misma no agregará valor a la presente investigación, se ha tomado la información obtenida por la Universidad Estatal Amazónica, la cual fue levantada haciendo uso de la metodología de inventarios del MINTUR 2018, a través del “Proyecto de fortalecimiento de la gestión del turismo en la Amazonía Ecuatoriana” – “Proyecto de Vinculación UEA – GADPP 2018”; por tanto, la información de los 16 atractivos seleccionados para el catálogo digital turístico, son el resultado de la aplicación de la metodología citada.

Con el objeto de complementar la información que formará parte del catálogo digital turístico de la ciudad, se ha tomado la decisión de implementar dos herramientas investigativas:

Encuesta:

- Se obtuvo una muestra de 309 personas por encuestar; sin embargo, se evidenció la participación de 315 personas, donde su mayoría recae en el 58% (184) de encuestados que pertenecen al género femenino. Asimismo, el rango de edad con mayor participación corresponde al 40% que contiene un rango de edad entre los 40 a 50 años. Finalmente, el 44% del grupo encuestado ha visitado la ciudad de Puyo más de 4 ocasiones.
- Continuando con información respecto de la encuesta, los participantes han considerado que los parámetros: listado de atractivos, actividades que se pueden realizar en el atractivo, ¿Cómo llegar al atractivo?, descripción del atractivo y teléfonos del atractivo son, en el orden descrito, información que les resultaría útil forme parte del atractivo.
- Otra de las preguntas consistió en conocer los lugares de entretenimiento preferiría y lo priorizaron de la siguiente manera: bares, karaokes y discotecas; de la misma manera para lugares gastronómicos, donde se priorizó de la siguiente manera: Restaurantes de comida típica de Puyo, cafeterías, restaurantes de comida típica nacional y restaurantes de comida internacional. Y para tener una sinergia con la logística, han mencionado que los medios de transporte importantes son: turístico, taxis e interprovincial.
- Con el objeto de conocer el medio a través del cual les gustaría que se socialice el catálogo, han priorizado, en el siguiente orden: Redes sociales, Páginas Web de los GADs seccionales y viralice vía WhatsApp.

### Entrevista

- Se ha complementado con las respuestas de las personas encuestadas, al conocer que el catálogo digital turístico propuesto, es una alternativa que llegará a mayor gente con menor costo, al igual que, concuerda con la selección de los atractivos turísticos que formarán parte del mismo.
- Por otro lado, se cumple con los mismos parámetros evaluados, los mismos que han sido priorizados en el diseño y construcción del catálogo digital.
- Finalmente, la información complementaria que se la seleccionado con los encuestados, como lugares gastronómicos y alojamiento, también cruzan en variables priorizadas.
- Con lo expuesto, se tiene información insumo que permitirá brindar información turística de calidad para que el catálogo digital turístico, fruto de la propuesta del presente Proyecto Integrador de Grado, cumple con su fin, que es dinamizar la oferta turística de la Ciudad de Puyo.

## **Etapas IV. Análisis de los beneficios e impactos.**

### **Construcción del FODA**

Una de las herramientas más eficaces que ayudarán en el diagnóstico del territorio /objeto de estudio, es el desarrollo y análisis FODA, donde se identifican:

- Fortalezas: Factores positivos críticos internos que se disponen.
- Oportunidades: Aspectos externos positivos que se pueden aprovechar.
- Debilidades: Factores negativos críticos internos que se deben mitigar.
- Amenazas: Aspectos externos negativos que podrían limitar el objeto de estudio.

Con este ejercicio, se podrán planificar estrategias que mitiguen las debilidades y amenazas y maximicen las fortalezas y oportunidades encontradas en el territorio - objeto de estudio, con el propósito de que sean utilizadas para el posicionamiento y promoción del catálogo digital turístico como instrumento de fortalecimiento del turismo ante todos los stakeholders que componen el sector turístico.

En este contexto, se detalla a continuación la matriz FODA:

Tabla 38.

Matriz FODA sector Turístico - Ciudad de Puyo.

<b>FODA</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	Biodiversidad ecológica y recursos naturales	Posicionamiento como destino turístico de paso
	Conectividad terrestre	Escasa promoción turística
	Gastronomía típica	Carencia de conocimientos en el manejo de plataformas turísticas
	Buena infraestructura	Información turística no homologada
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>ESTRATEGIAS FO</b>	<b>ESTRATEGIAS DO</b>
Destino turístico enfocado en la preservación y conservación ambiental.	F1-O1: Posicionar a Puyo como un destino con biodiversidad ecológica y recursos naturales que enfoca sus esfuerzos hacia la preservación y conservación ambiental.	D1-01: Encaminar alianzas estratégicas con plataformas turísticas que mayor incidencia tengan en el país, como: Airbnb, Tripadvisor y Kayak, o desarrollar plataformas propias donde se visibilice el turismo de la ciudad de Puyo.
Universidad con carreras de turismo en la ciudad.	F2-O2: Generar alianzas estratégicas triple hélice, con Instituciones Públicas, Privadas (nacionales e internacionales) y la Academia - Universidad Estatal Amazónica (carreras de turismo) con el objeto de emprender iniciativas que fortalezcan el sector turístico en la ciudad de Puyo.	
Nuevas tendencias turísticas post-pandemia	F3-03: Considerar dentro de los proyectos turísticos, la estratégica ubicación de Puyo con sus tres corredores (Puyo-Baños, Puyo-Tena y Puyo-Macas), su gastronomía y buena infraestructura.	D2-02: Emprender proyectos de homologación de criterios asociados a los requeridos por el Ministerio de Turismo, con todos los stakeholders, previo a la puesta en valor de los atractivos turísticos.
Interés de mercados internacional para nichos académicos, científicos y voluntariado.		
<b>AMENAZAS</b>	<b>ESTRATEGIAS FA</b>	<b>ESTRATEGIAS DA</b>

Empresas turísticas externas que disponen de los recursos del territorio, sin dejar beneficios económicos.	F1-A1: Iniciar encadenamientos turísticos entre las cadenas de valor de turismo de Baños con las de Puyo, a fin de ir obteniendo demanda hasta que finalmente se torne sostenible.	D1-A1: Con las alianzas triple hélice, financiar proyectos de fortalecimiento de negocios turísticos que pueden ser implementados a través de una asistencia técnica de la Organización Internacional de Turismo y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
Creación de productos nuevos en las ciudades cercanas como Baños		D2-A2: Generar reuniones entre el Alcalde de la ciudad de Puyo, Prefecto de la Provincia de Pastaza y convocar a sus pares de la Amazonía (Napo, Morona Santiago y Tungurahua) para conversar con el Ministro de Obras Públicas y el Presidente de la República, a fin de viabilizar la reconstrucción a 4 carriles de la carretera Puyo - Baños.
Creación de ordenanzas que incrementen la tramitología para el desarrollo de la actividad turística	F2-A2: Diagnóstico de necesidades territoriales que puedan ser transformadas en políticas que formen parte de las ordenanzas que emite la Municipalidad del cantón Pastaza y se materialicen en beneficios para los actores del sector turístico.	
Desastres naturales en la carretera Baños - Puyo		

*Nota.* La tabla describe el FODA diagnosticado en el territorio – objeto de estudio. Elaboración propia.



### ***Conclusiones del FODA***

El desarrollo de la presente investigación, cuyo objeto es el diseñar el Catálogo digital turístico de la Ciudad de Puyo, durante su ejecución, ha permitido evidenciar en territorio cada una de las fortalezas y oportunidades que tiene el sector turístico y como se las puede maximizar, considerando las estrategias establecidas, para potencializar la promoción turística; de la misma manera, ha facilitado el considerar las debilidades y amenazas que podría enfrentar el sector turístico y su promoción, en caso de que el sector público, privado y mixto no ejecute las estrategias planteadas. Como se había mencionado, esta información se compartirá como feedback, con las instituciones que han aportado en el presente Proyecto Integrador de Grado.

### **Síntesis del capítulo**

El capítulo II, denominado diagnóstico, como su nombre lo indica, es la columna vertebral de la investigación, ya que identifica la viabilidad del proyecto, la cual se sustenta en la construcción de una metodología que inicia con el *análisis estratégico de la zona de estudio*, seguido del *análisis de la demanda turística*, identificación de información vital que contendrá el producto del presente Proyecto de Investigación de Grado, que es el catálogo digital turístico de la Ciudad de Puyo, el cual se compondrá por los *atractivos turísticos seleccionados*, priorizados también a través de la metodología de inventarios del Ministerio de Turismo 2018.

Posteriormente, la metodología aborda también los métodos y técnicas de investigación que, para el efecto, se han utilizado: la encuesta realizada a 315 personas y la entrevista al Director de Turismo del GAD Municipal del Cantón Pastaza, producto de lo cual, se ha identificado información que complementará el catálogo, por ejemplo: Lugares de entretenimiento, gastronomía, medios de transporte, hospedaje y agencias de servicios turísticos.

Finalmente, se hace un análisis de los beneficios e impactos del territorio objeto de estudio, a través de la matriz FODA, que ha sido complementada con el cruce de variables que arrojan las estrategias, a través de las cuales, se puede maximizar el uso del catálogo digital turístico, para fortalecer el sector turístico en la zona y cumplir con el aporte en la dinamización de la oferta turística.

## **CAPÍTULO III: PROPUESTA**

### **Descripción de la propuesta**

El objetivo de la propuesta, es principalmente mitigar la problemática encontrada en la zona objeto de estudio, la cual se define como: escasa oferta digital turística unificada y actualizada en la ciudad de Puyo, la cual se la materializa a través del “Diseño de un catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo”, cuya puesta en valor con la socialización, cumplirá con el aporte en la dinamización de la oferta turística del sector.

### **Viabilidad (económica, social, ambiental, etc.)**

La viabilidad de la presente propuesta se ve reflejada en varias aristas como:

#### **Económica:**

- En el aumento de la cuota de la demanda turística a nivel nacional e internacional, lo cual traerá consigo el incremento en la inyección de recursos económicos para la ciudad, ya que no solo captarán recursos los atractivos turísticos sino toda la infraestructura turística que los complementa.
- El aumento en la demanda turística, elevará los niveles de empleabilidad, contribuyendo de manera directa en la mejora de la calidad de vida de la población receptora del turismo.

#### **Social:**

- Al ser una propuesta que nace académicamente, será un instrumento que podrá ser usado por los atractivos turísticos, así como por los mismos turistas o potenciales turistas, sin costo alguno en su acceso.

Ambiental:

- El catálogo digital turístico, al ser digital no genera costos de impresión, aplica prácticas que contribuyen con la preservación del medio ambiente, sus canales de distribución son infinitos y pueden ser virales.

### **Impacto**

Generando una convergencia entre las variables analizadas en la viabilidad, es decir, a nivel económico, social y ambiental, el impacto es alto, con la puesta en operación se podrá realmente cuantificar los costos asociados generados por la creación y uso del catálogo digital turístico, sin embargo, como impactos cualitativos, se citan:

- La oferta gratuita de productos y servicios competitivos,
- La alta visibilidad en todo tipo de aparato tecnológico como: smartphones, tablets, smartwatches, laptops, ipads, entre otros, los cuales aportan en esta nueva era en la que existe una conexión con el turista digital, el cual dispone de conectividad en todas las etapas del viaje (antes durante y después).

- El valor agregado a cada uno de los atractivos turísticos que forman parte del catálogo, en la conversión económica que tendrán con el flujo de turista que el mismo encaminará.
- El feedback que aportará al GAD Municipal del Cantón Pastaza, Universidad Estatal Amazónica y a la Oficina Técnica del Ministerio de Turismo en Pastaza, no solo con el catálogo para promover los atractivos turísticos actualizado, sino con estrategias identificadas en su diagnóstico territorial, que servirán de insumo para la generación de políticas, planes, programas y proyectos que mejorarán notablemente el sector turístico en la ciudad de Puyo.

### **Desarrollo de la propuesta**

#### **Slogan del catálogo digital turístico**

Previo a entrar en materia del diseño propiamente estructurado del catálogo digital, considerando las fortalezas encontradas en territorio, se ha definido una frase que motive al turista a visitar la ciudad de Puyo, la cual se compone de una conexión de seis palabras: “Explora el Pulmón de la Amazonía”, cuyo mensaje denota la riqueza en fauna y flor, así como su cuidado ambiental y ecosistema sano.

### **Diseño del catálogo digital turístico**

Para el diseño del catálogo digital se contrató los servicios profesionales del Tecnólogo Bryan Paspuel, cuya trayectoria en la materia de diseño es amplia y variada, su asesoría en la materialización del producto ha sido un valor agregado que potencializa el catálogo y hace que se presente por sí mismo.

Una vez establecida la información correspondiente para el catálogo digital se planteó el uso de dos programas potentes de diseño, como lo son Photoshop e Illustrator, los cuales permitieron crear las artes de manera atractiva y con un concepto claro de lo que se espera de un catálogo digital; por un lado Utilizamos Photoshop para el tratamiento de las fotografías permitiéndonos realzar la belleza natural de la región amazónica, desde la edición de imágenes de exuberantes paisajes hasta la refinada incorporación de elementos visuales; por otro lado, Photoshop fue fundamental para asegurar que cada imagen transmitiera la riqueza y la vitalidad de esta zona.

Illustrator, desempeñó un papel crucial en la creación de elementos gráficos, ilustraciones y vectores presentes en el catálogo. Esta herramienta permitió crear la iconografía para cada elemento representativo, así como definir de manera visual el mensaje que se quería transmitir. Esto quiere decir, desarrollar de manera creativa los elementos gráficos como iconos, patrones y tipografías inspiradas en la riqueza natural y cultural de la ciudad.

## Línea Gráfica

La lineal gráfica utilizada para el catálogo digital cuenta principalmente con elementos naturales y vibrantes que reflejen la riqueza y la diversidad de la región amazónica, específicamente de la ciudad del Puyo.

Dentro de la línea gráfica se propuso una gama de colores terrosos, verdes exuberantes y tonos brillantes para representar la flora y fauna de la ciudad; así mismo, se utilizó iconografía representativa de la región, fotografías auténticas del lugar y elementos culturales.

## Tipografía

La tipografía representada cuenta con un diseño moderno y atractivo que atrae la atención del público.

La tipografía empleada fue crucial para definir la personalidad y el mensaje que se quería transmitir, es por ello que, la tipografía principal escogida fue ROBOTO LIGHT para los textos descriptivos de todo el catálogo.

### Figura 32.

#### *Tipología*



*Nota.* Tipografía utilizada en el diseño del catálogo. Elaboración compartida con el diseñador Bryan Paspuel.

Esta tipografía permitió mostrar el mensaje de manera legible. Las descripciones de destinos, actividades o información relevante deben ser fáciles de leer para los usuarios.

Como fuentes complementarias se añadieron Tipografías de tipo Script para los Títulos principales, esto facilitó establecer una identidad visual sólida y a garantizar la cohesión entre las diferentes secciones y páginas.

### **Paleta de colores**

Dentro del catálogo digital, se utilizó una paleta de colores que refleje la riqueza natural y la diversidad de esta región única. Los colores elegidos evocan la exuberancia de la selva tropical y la vida silvestre, es por ello que se propuso una gama de colores terrosos, verdes exuberantes y tonos brillantes para representar la flora y fauna de este lugar, los colores que predominan dentro del catálogo son el azul verdoso, el cual representa la vegetación exuberante de la selva amazónica. Los tonos de verde oscuro y vibrante se utilizan para simbolizar la abundancia de la flora, desde las hojas de los árboles hasta la densa vegetación.

Colores como el turquesa que representan cuerpos de agua como ríos, lagunas o el cielo despejado, ofrecen una sensación de serenidad y conexión con la naturaleza acuática de la Región.



La combinación de estos colores, en la paleta del catálogo digital turístico, no solo busca representar la naturaleza exuberante de la Amazonía, sino también transmitir emociones, energía y la vitalidad única que caracteriza a esta región del mundo y con ello mostrar al público esta zona mágica que pueden visitar.

**Figura 33.**

*Paleta de colores.*



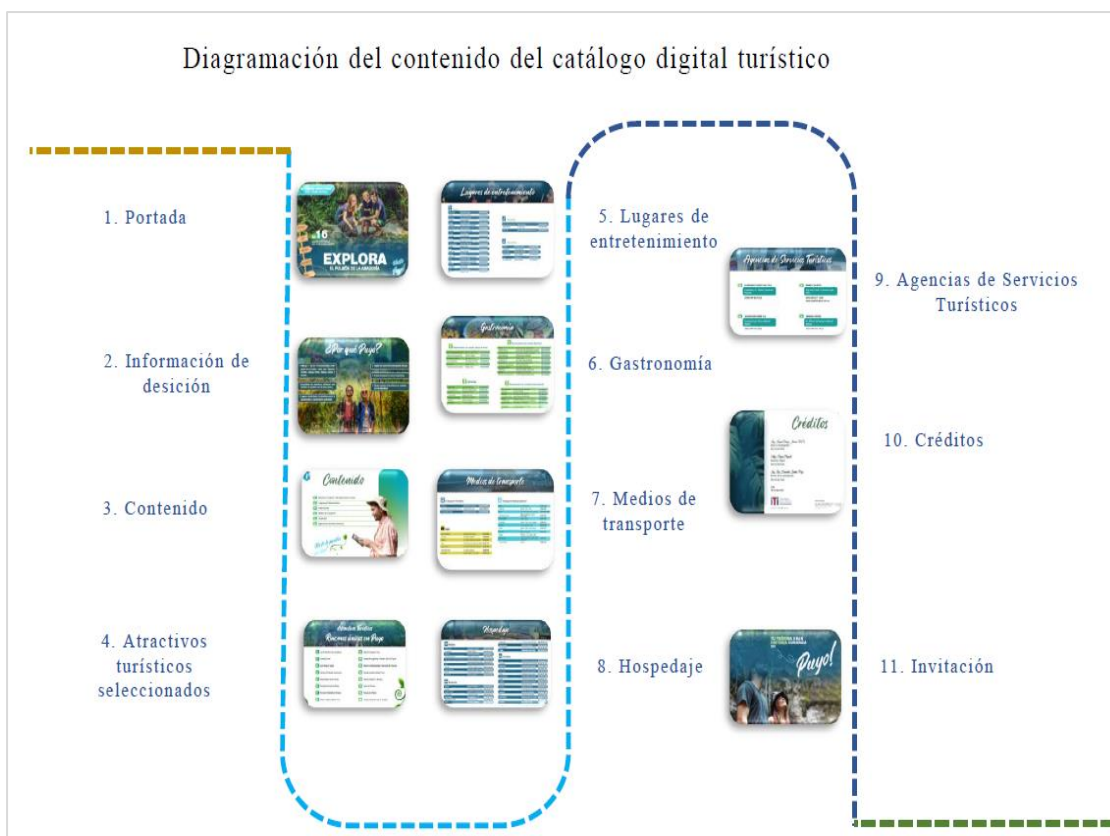
*Nota.* Tipografía utilizada en el diseño del catálogo. Elaboración compartida con el diseñador Bryan Paspuel.

### **Diagramación del contenido del catálogo digital turístico**

Se detalla a continuación la diagramación del catálogo:

**Figura 34.**

*Diagramación del contenido del catálogo.*



*Nota.* Diagramación del contenido del catálogo digital turística. Elaboración propia.

### **Contenido del catálogo digital turístico**

Conforme los resultados obtenidos a través de la puesta en operación de los instrumentos investigativos, como fueron las encuestas y entrevista, y en concordancia con la diagramación del catálogo, se presenta a continuación cada una de las aristas que componen el catálogo digital turístico:

### Portada:

Se seleccionó como fondo, la foto de un núcleo familiar, que es donde nace la vida, y se aprende a explorar el mundo, la cual confluye con un letrero que indica los atractivos turísticos que podrán encontrar en el catálogo y finalmente, con un mensaje potente se invita a “Explorar el Pulmón de la Amazonía”.

### **Figura 35.**

*Portada.*



*Nota.* Portada del catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo. Elaboración compartida con el diseñador Bryan Paspuel.

### Información de decisión.

Se extrapola información obtenida a través de la ejecución de la matriz FODA y sus estrategias, misma que refleja meta mensajes que invitan a visitar y explorar la ciudad de Puyo, dando a conocer su ventaja competitiva.

**Figura 36.**

*Información de decisión.*



*Nota.* Portada del catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo. Elaboración compartida con el diseñador Bryan Paspuel.

### Contenido:

Permite guiar al turista en la navegación del catálogo, de una manera organizada y sociable, para conocer la infraestructura turística que encontrará, para organizar su visita antes y durante su experiencia en la ciudad de Puyo.

**Figura 37.**

*Contenido.*



*Nota.* Contenido del catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo. Elaboración compartida con el diseñador Bryan Paspuel.

#### Atractivos turísticos seleccionados:

En esta sección se describen los 16 atractivos turísticos seleccionados como fruto de la aplicación de los criterios relacionados con el índice de competitividad turística; para ello, es importante mencionar el contraste que existe entre la era digital y el uso del catálogo como medio para desplazar las fotografías de impresión al instante, que es el usado como marco para las fotografías presentadas en el catálogo, como se detalla:

**Figura 38.**

*Atractivos turísticos seleccionados.*



*Nota.* Atractivos turísticos seleccionados para el catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo. Elaboración compartida con el diseñador Bryan Paspuel.

**Figura 39.**

*Atractivo seleccionado N° 1.*

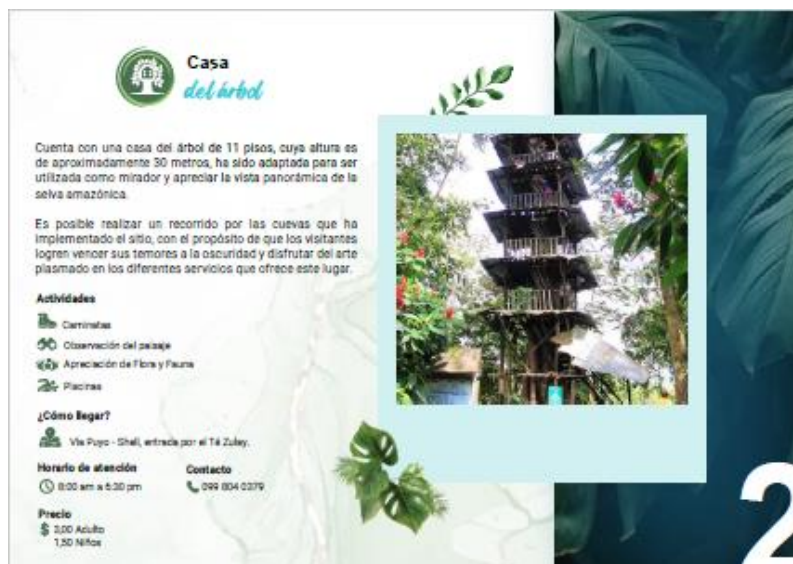


*Nota.* Atractivos seleccionado N° 1, que forma parte del catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo. Elaboración compartida con el diseñador Bryan Paspuel.



Figura 40.

Atractivo seleccionado N° 2.



*Nota.* Atractivos seleccionado N° 2, que forma parte del catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo. Elaboración compartida con el diseñador Bryan Paspuel.

Figura 41.

Atractivo seleccionado N° 3.



*Nota.* Atractivos seleccionado N° 3, que forma parte del catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo. Elaboración compartida con el diseñador Bryan Paspuel.

Figura 42.

*Atractivo seleccionado N° 4.*



*Nota.* Atractivos seleccionado N° 4, que forma parte del catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo. Elaboración compartida con el diseñador Bryan Paspuel.

Figura 43.

*Atractivo seleccionado N° 5.*

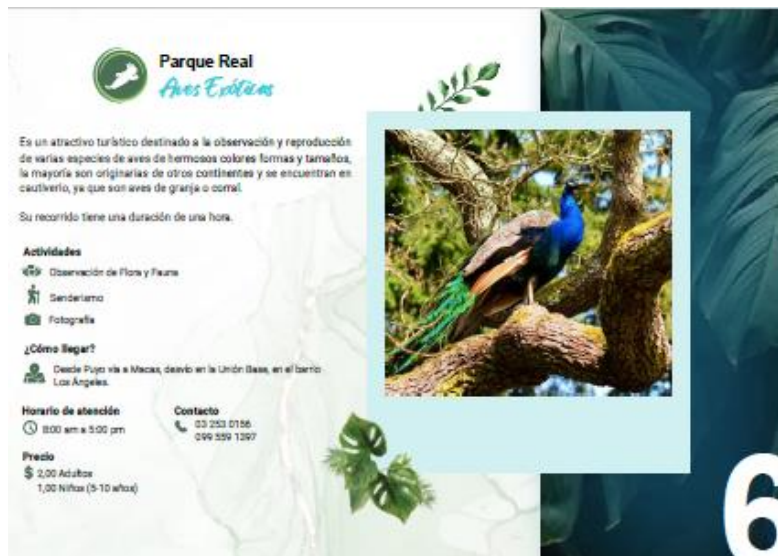


*Nota.* Atractivos seleccionado N° 5, que forma parte del catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo. Elaboración compartida con el diseñador Bryan Paspuel.



Figura 44.

*Atractivo seleccionado N° 6.*



*Nota.* Atractivos seleccionado N° 6, que forma parte del catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo. Elaboración compartida con el diseñador Bryan Paspuel.

Figura 45.

*Atractivo seleccionado N° 7.*



*Nota.* Atractivos seleccionado N° 7, que forma parte del catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo. Elaboración compartida con el diseñador Bryan Paspuel.

Figura 46.

*Atractivo seleccionado N° 8.*



*Nota.* Atractivos seleccionado N° 8, que forma parte del catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo. Elaboración compartida con el diseñador Bryan Paspuel.

Figura 47.

*Atractivo seleccionado N° 9.*



*Nota.* Atractivos seleccionado N° 9, que forma parte del catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo. Elaboración compartida con el diseñador Bryan Paspuel.

Figura 48.

*Atractivo seleccionado N° 10.*



*Nota.* Atractivos seleccionado N° 10, que forma parte del catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo. Elaboración compartida con el diseñador Bryan Paspuel.

Figura 49.

*Atractivo seleccionado N° 11*



*Nota.* Atractivos seleccionado N° 11, que forma parte del catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo. Elaboración compartida con el diseñador Bryan Paspuel.

Figura 50.

*Atractivo seleccionado N° 12.*



*Nota.* Atractivos seleccionado N° 12, que forma parte del catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo. Elaboración compartida con el diseñador Bryan Paspuel.

Figura 51.

*Atractivo seleccionado N° 13.*



*Nota.* Atractivos seleccionado N° 13, que forma parte del catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo. Elaboración compartida con el diseñador Bryan Paspuel.



Figura 52.

*Atractivo seleccionado N° 14.*



*Nota.* Atractivos seleccionado N° 14, que forma parte del catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo. Elaboración compartida con el diseñador Bryan Paspuel.

Figura 53.

*Atractivo seleccionado N° 15.*



*Nota.* Atractivos seleccionado N° 15, que forma parte del catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo. Elaboración compartida con el diseñador Bryan Paspuel.

**Figura 54.**

*Atractivo seleccionado N° 16.*



*Nota.* Atractivos seleccionado N° 15, que forma parte del catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo. Elaboración compartida con el diseñador Bryan Paspuel.

### Lugares de entretenimiento:

Conforme los criterios obtenidos por parte del grupo de encuestados, se ha diseñado y estructurado en la sección pertinente, en el orden de importancia priorizado, los lugares de entretenimiento, como se detallan:

Figura 55.

*Lugares de entretenimiento.*



Bares		
Cator y Fuego	Chimborazo y Azuay	(993) 0993432240
Get Rock	Cotopaxi y 20 de Julio	(993) 0983512912
Don Fuegos	20 de Julio y Pichincha	(993) 0985149149
Cocotillos	Azuay y Cotopaxi	(993) 0987303440
Desigual	Tungurahua y Azuay	(993) 0978700376
El Encuentro	Juan de Velasco y Ceslao Marín	(993) 0984359333
Honey Meats and Drink	Azuay y Chimborazo	(993) 0960822950
La Caballía	Km.2 1/2 vía Puyo-Tena	(993) 0984732193
La Chocza	Loja y Chimborazo	(993) 0983480840
La Gaviota	Loja y Chimborazo	(993) 0990941872
La Suite	Tungurahua y Azuay	(993) 0983359419
Los Andes	Esmeraldas y 20 de Julio	(993) 0989835637
Luna Kiosquitos	20 de Julio y Pichincha	(993) 0998833892
Mandala	Cotopaxi y Loja	(993) 0996633421
Master	Cajamarca y Azuay	(993) 0992860407
Moreto Puyo	Azuay y Cotopaxi	(993) 0993295544
Musardita	Salvador Allende	(993) 0983464314
Madrine BBQ	Cecique Navagi y Eugenio Espejo	(993) 0941760126
Playa	Chimborazo y Azuay	(993) 0992779665
Sasha	Cecique Navagi y Cecique Palate	(993) 0983722963
Sofy's Bar	Palazca y Tungurahua	(993) 0962657864
Tentaciones	El Oro y Carchi	(993) 0979096146
Touch	Palazca y Atacamen	(993) 0980541247
Ur	Cotopaxi y Azuay	(993) 0980541247

Karaoke		
Dejavu Bar Karaoke Obispo	Calle Tungurahua	(993) 0987583952
Master Karaoke	Vía a la Tarqui	(993) 0987320934
Sofy's Bar	Calle Alahuapa, Malecón Bonyaku Puyo	(993) 0962657864

Discotecas		
Club 911	Chimborazo y Azuay	(993) 0987135383
La Metro Blue	Loja y Tungurahua	(993) 0984632284
London Bridge	20 de Julio y Pichincha	(993) 0986414609
Mambo By Blue	Azuay y Cotopaxi	(993) 0969027236
Soho	Cotopaxi y Loja	(993) 0983281549
Son Cubano Puyo	Azuay y Cotopaxi	(993) 0968495913

*Nota.* Lugares de entretenimiento que forman parte del catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo. Elaboración compartida con el diseñador Bryan Paspuel.

### Gastronomía:

Conforme los criterios obtenidos por parte del grupo de encuestados, se ha diseñado y estructurado en la sección pertinente, en el orden de importancia priorizado, los lugares de gastronómicos, como se detallan:

Figura 56.

*Gastronomía.*


Restaurantes de comida típica de Puyo		
Yali y comida típica amazónica	20 de Julio y Chimborazo	(993) 0994579324
Native comida típica amazónica	20 de Julio y Guaya	(993) 0999987380
Uchu Marika comida típica	Vía a Tarqui Km 1.1/2	(993) 0987782645
Kiwa Pishku Miskuna	Vía a Tarqui y Hugo Chaves	(993) 0983434405
E Volquetero	Pastaza y Cotacachi	(993) 0992914923
Volqueteros del Astoria (creador)	Cotacachi y Abay	(993) 0987186558

Restaurantes de comida Nacional		
Mixawa	Teniente Hugo Ortiz y Ángel Menzano	(993) 0998844038
Asadero El Abuelo 2	km 3 vía Puyo - Tena, Ingreso frente a Yanacocha	(993) 0987796015
Don Chaco BBQ Grill	Guaranda, entre Cotacachi y Tungurahua	(993) 0997626272
Nacho Stake House	González Suárez y Orellana Marín	(993) 0960043122
Los Pájaros del Córrego	Cotacachi y Abay	(993) 0992322737
M. Hermanos y Yo	Vía a la Tarqui, Calle las Horrendas	(993) 0987483080
Todos y Todos	Juan de Velasco y Cacique Nivapi	(993) 0994341252
Morquerío el Negro Medranda	Chimborazo y Shushufudi	(993) 0994072967
Mariquería Casa Morina	Cesario Marín y Guandano Suárez	(993) 0995486641
M. Morquería	Francisco de Orellana y Jacinto Sálvia	(993) 03285791
El Marabú	10 de agosto y Lucinda Orrego	(993) 0994277951
Mar Tierra y Sabor Peña and Grill	Av. Alberto Zambrano y Manuel Santos	(993) 032899409

Cafeterías		
Bandier Café	Cesario Marín y Atahualpa	(993) 0982706773
Native Coffee House	Cesario Marín y Eugenio Espejo	(993) 0987467884
Chimborazo	Atahualpa y Vía Occidente	(993) 0984296623
Tijuan Express	Pastaza y Chimborazo	(993) 0987220283
La Central de los vieques	Cesario Marín y Vía Occidente	(993) 0982706773
El Paraiso	Azogaya y Tungurahua	(993) 0999986073
El Yuyo Húile	Simón Bolívar y Mariscal	(993) 0998898524

Restaurantes de comida Internacional		
Hot Chicas Pizza	Donzales Suárez y Cacique Nivapi	(993) 032888444
O'Sole mío	Pichincha y Guaranda	(993) 0985083433
Añacchino	Amazonas y Teniente Hugo Ortiz	(993) 0962920440
Pizzeria Buon Giorno	Eduardo Valencia y Nicolás Sañudi	(993) 0984832217
Affatore	Chimborazo y El Oro	(993) 0998910331
Pizzeria Affatore	24 de mayo y 27 de febrero, sector Los Baños	(993) 032936073
Chifa Hong Kong	Cesario Marín y Juan de Velasco	(993) 0992830267
Chifa Oriental	Av. Alberto Zambrano y Río Curaray	(993) 0992035461
Chifa Oriente	Cesario Marín y Mariscal	(993) 032897662
Vitalino's	Abay y Esmeraldas	(993) 0987840292

*Nota.* Lugares gastronómicos que forman parte del catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo. Elaboración compartida con el diseñador Bryan Paspuel.

Medios de transporte:

Conforme los criterios obtenidos por parte del grupo de encuestados, se ha diseñado y estructurado en la sección pertinente, en el orden de importancia priorizado, los medios de transporte, como se detallan:



Figura 57.

*Medios de transporte.*


Transporte Turístico			Transporte Interprovincial		
Asturi AS	Miraflores y Mampiro	(593) 0964579085	Alejo	Santo Domingo	03 288 4230
Cia Trans. Turismo Amazonia Tours SA	Cotacachi y 30 de Julio	(593) 0987506216	Amazonas	Ambato - Quito - Tena	03 289 5696
Trans Express Canchis	Atahualpa y 9 de Octubre	(593) 0987892527	Baños	Tena-Coca-Shushufudi - Lago Agrio	(593) 0999614785
			Centinela del Oriente	Morona - Guayaquil - Quenca - Tena - Quito	03 289 5572
			Expreso Baños	Ambato - Quito	03 289 5766
			Piña Pellico	Ambato - Tena - Coca - Guayaquil	03 288 6911
			Jumendi	Coca - Lago Agrio - Tena	099 285 4531
			Morona	Morona - Talara - Puerto Morona	03 289 5991
			Robamba	Baños - Robamba	03 288 4230
			Sangay	Robamba - Tena - Morona - Quito	
			San Francisco	Ambato - Quito - Rio Santiago - Tena - Coca - Lago Agrio - Guayaquil - El Puyo - Saraguro - Tumbaco - Cayash - Utcubamba - Baños	03 289 5611
			Tutuno Oriental	Quenca	03 289 5766


Taxis		
Jardin Amazonico	Los Pindos y Sucumbios	03 279 2309
Los Tayos	Av. Alberto Zambrano	03 288 5369
Morona	Av. Alberto Zambrano y Amazonas	03 253 0621
Puyo	27 de Febrero y Francisco de Orellana	03 289 7877
San Francisco	Av. Alberto Zambrano y Rio Cuzco	03 289 4455
Terminal Terrestre	Av. Alberto Zambrano	03 289 6753
12 de Mayo	Eugenio Espejo y Juan B. Vela	03 289 6753

*Nota.* Medios de transporte que forman parte del catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo. Elaboración compartida con el diseñador Bryan Paspuel.

### Hospedaje:

Se ha considerado en esta sección el aporte del Director de Turismo del GAD Municipal del Cantón Pastaza, quien ha recomendado la inclusión de la oferta hotelera, y también ha proporcionado el catastro de la misma, la cual agregará valor al turista.

Figura 58.

*Hospedaje*


Hoteles		
Defin Rosado	Casas Martín y Alahuatipa	(993) 032 890 819
El Jardín Relax	Cotacachi y Pastaza	(993) 098 476 0927
Finca Inni	Jachinto Dávila y Alahuatipa	(993) 032 889 366
Gran Hotel Amazónico	Alahuatipa y Casas Martín	(993) 099 580 3364
Gran Hotel Los Cofanes & Casale Restaurant	Casas Martín y 27 de Febrero	(993) 099 479 6896
LF	Cachique Haysaj y Cachique Palata	(993) 099 543933
María	Av. Alberto Zambrano y Toranzo Inapari	(993) 099 565 6760
Oro Negro	9 de Octubre y Bellavista Centillo	(993) 099 967 8399
Sacramento Imperial	Eugenio Espejo Y Cachique Haysaj	(993) 099 559 2593
San Luis	Rio Rhodaneta y Luis Ariza Guerra	(993) 098 341 4234
Turismo Inni	Cureny y Bolsonera	(993) 099 716 2507

Hostelerías		
Bellenda	Llанда, Via a Soyapucú	(993) 099 4009781
Don Blas	Via Puyo - Quito / Sector la primavera	(993) 098 443 4753
Ecopark Amazonia	Via a Bata km. 1 1/2, Sector Santa Rosa	(993) 099 810 5768
Finca El Pígal	Tungurahua y Pastaza	(993) 098 045 3129
Finca Helmintha	Via a Canalito Km. 1 1/2	(993) 097 943 0867
Hostería Flor de Canale	Casita Franklin Hugo	(993) 098 856 5654
Kapant	Rio Kapant y Río Pastaza	(993) 099 528 6765

Hostales		
Colonial	Av. Alberto Zambrano y Antonio J. de la Jolla	(993) 032 536 024
Cumandá Inni	Av. Alberto Zambrano y Cachique Palata	(993) 098 787 9072
Diamante Azul	Av. Alberto Zambrano y Toranzo Inapari	(993) 099 812 8289
Flor de Caña	Toranzo Hugo Ortiz y Juan Velasco	(993) 098299 5467
Flor de Tanager	Toranzo 34 de Mayo y 27 de Febrero	(993) 098 462 6268
Gabaria	Rio Rhodaneta y Av. Alberto Zambrano	(993) 099 794 0856
Jardín Amazónico	Av. Alberto Zambrano y Río Llandia	(993) 098 905 3660
Kandak	9 de Octubre y Lucinda Ortega	(993) 032 887 109
Las Salas	Av. Alberto Zambrano y Luis Pineda	(993) 099 901 4439
La Molenda	Casas Martín Río Tigris	(993) 032 880 008
Las Palmas	20 de Julio y 4 de Enero	(993) 032 884 832
Mi Casa	Av. Alberto Zambrano y Río Conocoma	(993) 032 893 970
Posada Real	4 de Enero y 27 de Febrero	(993) 098 487 7995
Puyo	9 de Octubre y 24 de Mayo	(993) 099 717 1384
Real Amazónico	Toranzo Hugo Ortiz y Juan Velasco	(993) 099 717 4620
Rizzo Inni	Bolívar y 9 de Octubre	(993) 099 547 6696
San Patricio	20 de Julio y Guayón	(993) 098 433 8334
San Raphael	Toranzo Hugo Ortiz y Juan Velasco	(993) 099 717 4620

*Nota.* Hospedaje que forma parte del catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo. Elaboración compartida con el diseñador Bryan Paspuel.

Agencias de servicios turísticos:

Como aporte directo a los turistas, se ha incluido información de varias de las agencias turísticas localizadas en Puyo, a fin de que puedan acceder a otros servicios turísticos complementarios.

**Figura 59.***Agencias de Servicios Turísticos.*

*Nota.* Agencias de Servicios Turísticos que forma parte del catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo. Elaboración compartida con el diseñador Bryan Paspuel.

### Créditos:

Como reconocimiento a las principales personas que han aportado con su profesionalismo a la creación del catálogo digital, se ha tomado la decisión de incorporar su información en el presente, así mismo emitir una nota de descargo por el uso del material fotográfico.

**Figura 60.***Créditos*

*Nota.* Créditos a quienes contribuyeron en el diseño del catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo. Elaboración compartida con el diseñador Bryan Paspuel.

1.

Invitación:

Finalmente, el catálogo emite una invitación a visitar y volver a visitar la ciudad, para lo cual emite el siguiente meta mensaje “Tu próxima gran historia comienza en Puyo”.

**Figura 61.**

*Invitación.*



*Nota.* El diseño del catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo finaliza con una invitación. Elaboración compartida con el diseñador Bryan Paspuel.

### **Beneficios del uso del catálogo digital turístico.**

El presente catálogo tiene el potencial de ser socializado en todas las plataformas, en formato pdf, sin necesidad de ser impreso, para cuyo efecto se ha creado:

#### **1. Enlace:**

[https://drive.google.com/file/d/1pcOc\\_dvBUkeaYYuUI7MUHuOzpXXpRUnc/view?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/file/d/1pcOc_dvBUkeaYYuUI7MUHuOzpXXpRUnc/view?usp=drive_link)

2. Código QR, al cual se puede acceder de manera inmediata y visualizarlo o compartirlo.

**Figura 62.**

*Código QR para acceder al Catálogo.*



*Nota.* Código QR de acceso al Catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo.  
Elaboración propia.

### **Síntesis del capítulo**

El capítulo III, denominado propuesta, se ha constituido en el reflejo de todos los esfuerzos ejecutados a lo largo del desarrollo del presente proyecto de investigación, en cual ha sido la suma de las aportaciones de todos los stakeholders, entre ellos: 1. Universidad Estatal Amazónica, institución que con su “Proyecto de Vinculación UEA – GADPP 2018”, ha ejecutado el levantamiento de información con fichas para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos, de acuerdo a la metodología de inventarios del MINTUR 2018, insumo para la priorización de los mismos, 2. Grupo encuestado y persona entrevistada, quienes han seleccionado los criterios a la información que se ha incorporado en el catálogo, 3. Diseñador,

quién con sus conocimientos y experiencia profesional ha encaminado una presentación de la información de manera impecable.

En este contexto, por un lado, se ha expuesto la descripción de la propuesta, viabilidad e impacto económico, social y ambiental; así como, el diseño del catálogo digital turístico con cada una de las aristas que lo componen: 1. Slogan del catálogo digital turístico, 2. Como se ejecutó el diseño del catálogo, 3. Línea gráfica, 4. Tipografía, 5. Paleta de colores; por otro lado, se ha presentado la información de la diagramación del catálogo digital turístico, está compuesto por: 1. Portada, 2. Información de decisión, 3. Contenido, 4. Atractivos turísticos seleccionados, 5. Lugares de entretenimiento, 6. Gastronomía, 7. Medios de transporte, 8. Hospedaje, 9. Agencias de Servicios Turísticos, 10. Créditos y 11. Invitación.

Finalmente, se ha creado un código QR a través del cual se accederá al catálogo digital turístico propuesto, en formato pdf, el cual será socializado también, conforme criterios de los encuestados a través de las redes sociales.

## CONCLUSIONES

- Se ha cumplido con el objetivo general del presente Proyecto Integrador de Grado, a través del diseño de un catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo, donde se han integrado los atractivos turísticos que han cumplido con los criterios relacionados con el índice de competitividad turística de acuerdo a la metodología de inventarios del Ministerio de Turismo - 2018, catálogo que, mediante su socialización por redes sociales, aportará de manera exponencial en la dinamización de la oferta turística de la Ciudad.
- A través del desarrollo del capítulo introductorio, se ha logrado hacer una investigación profunda del territorio, mediante la cual se pudo identificar la problemática, delimitación del proyecto, y determinar los objetivos que encaminen las acciones del proyecto.
- La fundamentación teórica, ha canalizado la base sobre la cual se apoya el producto final de la investigación, ya que abordó el marco jurídico legal, acciones a través de la cual se puede encaminar la obtención de información para el desarrollo de la propuesta y la validación del formato.
- El capítulo del diagnóstico fue ejecutado mediante metodologías; una de ellas, plantea las acciones a ejecutar durante el desarrollo del capítulo, y otra, que materializó la selección de los atractivos turísticos haciendo uso de la metodología de inventarios del Ministerio de Turismo. Finalmente, con la puesta en operación de herramientas de investigación como la encuesta y



entrevista, se obtuvieron criterios externos que alimentaron la priorización de la información que complementó el catálogo digital turístico.

- La magia de materializar toda la investigación efectuada durante los tres capítulos anteriores, se imprime en este último denominado “Propuesta”, el cual detalla el paso a paso, y decisiones críticas que convergen en la creación del contenido, complementándose con el diseño, bajo criterios de dos profesionales (la autora de la presente investigación y el diseñador), para finalmente crear y exponer el catálogo digital, ya como producto final, para ser socializado mediante pdf y/o un código QR y cumplir con su objetivo de concepción.

## RECOMENDACIONES

- Socializar las estrategias obtenidas mediante el análisis de la matriz FODA, al diagnóstico territorial ejecutado, y compartirlo con todos los stakeholders dentro del ámbito turístico que han contribuido en la puesta en marcha del presente Proyecto Integrador de Grado, con el fin de agregar valor y demostrar que con una correcta articulación institucional se puede obtener productos que eleven la demanda turística en la ciudad.
- Socializar el “Catalogo de digital turístico de la ciudad de Puyo”, a través de los medios seleccionados por el grupo estudiado, como son principalmente las redes sociales, seguido de las páginas web de los GADs seccionales y se viralice vía WhastApp, definiendo como propósito, la medición del impacto, social y ambiental que genere esta propuesta.
- Estrategia FO – (Fortalezas- Oportunidades): Posicionar a Puyo como un destino con biodiversidad ecológica y recursos naturales que enfoca sus esfuerzos hacia la preservación y conservación ambiental.
- Estrategia FO: Generar alianzas estratégicas triple hélice, con Instituciones Públicas, Privadas (nacionales e internacionales) y la Academia - Universidad Estatal Amazónica (carreras de turismo) con el objeto de emprender iniciativas que fortalezcan el sector turístico en la ciudad de Puyo.
- Considerar dentro de los proyectos turísticos, la estratégica ubicación de Puyo con sus tres corredores (Puyo-Baños, Puyo-Tena y Puyo-Macas), su gastronomía y buena infraestructura.

- Estrategia DO (Debilidades – Oportunidades): Encaminar alianzas estratégicas con plataformas turísticas que mayor incidencia tengan en el país, como: Airbnb, Tripadvisor y Kayak, o desarrollar plataformas propias donde se visibilice el turismo de la ciudad de Puyo.
- Estrategia DO: Empezar proyectos de homologación de criterios asociados a los requeridos por el Ministerio de Turismo, con todos los stakeholders, previo a la puesta en valor de los atractivos turísticos.
- Estrategia FA (Fortalezas – Amenazas): Iniciar encadenamientos turísticos entre las cadenas de valor de turismo de Baños con las de Puyo, a fin de ir obteniendo demanda hasta que finalmente se torne sostenible.
- Estrategia FA: Diagnóstico de necesidades territoriales que puedan ser transformadas en políticas que formen parte de las ordenanzas que emite la Municipalidad del cantón Pastaza y se materialicen en beneficios para los actores del sector turístico.
- Estrategia DA (Debilidades – Amenazas): Con las alianzas triple hélice, financiar proyectos de fortalecimiento de negocios turísticos que pueden ser implementados a través de una asistencia técnica de la Organización Internacional de Turismo y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
- Estrategia DA: Generar reuniones entre el Alcalde de la ciudad de Puyo, Prefecto de la Provincia de Pastaza y convocar a sus pares de la Amazonía (Napo, Morona Santiago y Tungurahua) para conversar con el

Ministro de Obras Públicas y el Presidente de la República, a fin de viabilizar la reconstrucción a 4 carriles de la carretera Puyo - Baños.

## REFERENCIAS

(s.f.).

Aldaz, E., & Barroso, B. (2019). Diseño de una aplicación móvil para la promoción turística del cantón Pastaza. Universidad Estatal Amazónica. Obtenido de <https://repositorio.uea.edu.ec/xmlui/handle/123456789/552>

Asamblea Nacional. (2015). Ley Orgánica de Telecomunicaciones. Registro Oficial N° 439.

Barba, D. (2019). Catálogo virtual para la web, utilizando fotografías 360 de los atractivos más visitados de la ciudad de Puyo. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/11692>

Brande Comunicación. (12 de 04 de 2021). Diseño de Catálogos Digitales Virtuales para Turismo. Obtenido de <https://www.brande.es/ejemplos-de-proyectos-realizados/disenio-catalogos-digitales-virtuales-para-turismo/>

Calduch, R. (2018). Métodos y técnicas de investigación en Relaciones Internacionales. *Curso de Doctorado*. España: Universidad Complutense de Madrid. Obtenido de <https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-55163/2Metodos.pdf>

- Cedeño, M. (2022). Catálogo digital para la gestión de promoción de atractivos turísticos naturales y culturales del cantón Jipijapa, provincia de Manabí, Ecuador. Manabí, Ecuador: Universidad Estatal del Sur de Manabí.
- Chango, N., & Granizo, J. (2019). La cultura turística de los pobladores en la imagen del destino, caso de estudio ciudad de Puyo. Obtenido de <https://repositorio.uea.edu.ec/xmlui/handle/123456789/559>
- Coronado, E. (2020). Diseño de una guía turística para incorporar a las orquídeas nativas como un elemento atractivo en sitios de interés turístico del cantón Pastaza. Universidad Estatal Amazónica. Obtenido de <https://repositorio.uea.edu.ec/handle/123456789/751?locale=en>
- Crivellaro, A. (8 de 10 de 2022). Motores de Búsqueda: Qué son, Cómo funcionan y Cuáles son los más usados. Obtenido de <https://www.linkedin.com/pulse/motores-de-b%C3%BAsqueda-qu%C3%A9-son-c%C3%B3mo-funcionan-y-cu%C3%A1les-andrea/?originalSubdomain=es>
- Econexia. (2023). Catálogo virtual de turismo Econexia, conoce sus ventajas. Obtenido de <https://econexia.com/es/contenidos-articulo/turismo/1271/Catalogo-virtual-Turismo-Econexia-conoce-ventajas>

El Observador. (12 de Mayo de 2022). *www.elobservador.ec*. Obtenido de

<https://elobservador.ec/breve-historia-de-la-fundacion-de-puyo-la-ciudad-neblina/>

Empiezapori. (2023). Diseño editorial y catálogos. Obtenido de

<https://empiezapori.com/disenio-grafico/disenio-editorial-y-catalogos/#:~:text=El%20dise%C3%B1o%20de%20cat%C3%A1logos%20de,las%20im%C3%A1genes%20y%20los%20colores.>

GAD Municipal Pastaza. (25 de Noviembre de 2021). Consultoría para la

elaboración de un "Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del cantón Pastaza 2022 - 2027. Puyo, Pastaza, Ecuador: GAD Municipal Pastaza.

GADM Cantón Pastaza. (2019). Guía de Información Turística. Obtenido de

<https://puyo.gob.ec/wp-content/uploads/gaceta/direccion/turismo/guia-turistica-puyo.pdf>

Galán, E. (2023). Catálogos tradicionales. Obtenido de

<https://www.alquiblaweb.com/2012/07/04/los-catalogos-concepto-clases-y-fines-46-2/>

Grajales, T. (27 de 03 de 2000). *www.weebly.com*. Obtenido de

<https://cmapspublic2.ihmc.us/rid=1RM1F0L42-VZ46F4-319H/871.pdf>

Hernández, A. (2022). Plan de dinamización turística: la estrategia que necesita un territorio. Obtenido de <https://anahernandezserena.com/plan-de-dinamizacion-turistica-la-estrategia-que-necesita-un-territorio/#:~:text=Se%20trata%20de%20articular%20los,la%20promoci%C3%B3n%20y%20la%20comercializaci%C3%B3n>.

Ley de 2002. (s.f.). Emisión de la Ley de Turismo. 27 de diciembre de 2022. *Última modificación, 16 de mayo de 2023*. R.O. N° 733.

Ley de 2015. (s.f.). Emisión de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones. 18 de febrero de 2015. *Última modificación, 29 de marzo de 2013*. R.O. N° 439.

Ministerio de Turismo. (2018). Manual de Atractivos Turísticos. Quito: Ministerio de Turismo.

Ministerio de Turismo. (30 de 09 de 2020). Ven a Puyo, destino bioseguro de asombrosa naturaleza Amazónica. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/ven-a-puyo-destino-bioseguro-de-asombrosa-naturaleza-amazonica/>

Ministerio de Turismo. (2023). Catálogo Centros Turísticos Comunitarios. Obtenido de [https://www.viajaecuador.com.ec/wp-content/uploads/2022/08/Folleto-CTCs-para-la-Viaja-Ecuador\\_compressed.pdf](https://www.viajaecuador.com.ec/wp-content/uploads/2022/08/Folleto-CTCs-para-la-Viaja-Ecuador_compressed.pdf)



Mompart, S. (2019). Diferencias y similitudes entre catálogos de empresa y folletos para empresas. Barcelona. Obtenido de <https://www.saramompart.com/diferencias-similitudes-catalogos-empresa-folletos-empresas/>

Municipio de Pastaza. (Junio de 2020). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2020 - 2030. Obtenido de <https://puyo.gob.ec/wp-content/uploads/documentos/departamentos/planificacion/pdot/pdot-pastaza-2020-2030.pdf>

Pastaza, M. d. (2023). Inicio/Información. Obtenido de <https://puyo.gob.ec/>

Prefectura de Pastaza. (2017). Catálogo Turístico Descubre Pastaza. Obtenido de <https://pastaza.travel/catalogo-turistico/>

Prefectura de Pastaza. (01 de 09 de 2019). Información de la Provincia de Pastaza. Obtenido de <https://pastaza.gob.ec/pastaza/informacion/informacion-de-la-provincia-de-pastaza/>

Quispilema, J., & Villalta, J. (2019). Manejo de redes sociales para la promoción y comercialización de los atractivos turísticos del corredor Puyo - Santa Calra. Universidad Estatal Amazónica. Obtenido de <https://repositorio.uea.edu.ec/xmlui/handle/123456789/573>

- Ramos, E. (s.f.). *Métodos y técnicas de investigación*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion/>
- Reglamento de 2004. (s.f.). Emisión del Reglamento a la Ley de Turismo. 05 de enero de 2004. *Última modificación, 22 de enero de 2015*. R.O. N° 244.
- Reyes María, Ortega Ángel. (2013). Potencial Turístico del Circuito Vial Puyo - Fátima - 10 de Agosto, en la Provincia de Pastaza - Ecuador. (U. E. Amazónica, Ed.) Recuperado el 11 de 02 de 2023
- Rivera, E. (2023). Catálogo virtual: qué es, para qué sirve y sus principales ventajas. Obtenido de <https://www.tiendanube.com/blog/catalogo-virtual/>
- Salazar, J. (Junio de 2023). Elaboración de una Guía Informativa turística digital para la Isla San Cristóbal, Provincia de Galápagos. San Cristóbal, Ecuador: Instituto Tecnológico Internacional Universitario.
- SUD, A. (2015). Catálogo Latinoamericano de Turismo Rural Comunitario. *Conoce Latinoamérica de la mano de las comunidades rurales organizadas*. Barcelona. Obtenido de <http://www.albasud.org/publ/docs/70.ca.pdf>
- Universidad Estatal Amazónica. (2018). Proyecto de Vinculación UEA-GADPP 2018. Puyo, Pastaza, Ecuador: UEA.
- Vela, D. (2016). Plan de Desarrollo Sustentable de la actividad turística cantonal, planificado desde el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del

Catón Pastaza. Escuela Politécnica del Chimborazo. Obtenido de

<http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/4985>

WIX Blog. (13 de 01 de 2022). Qué es una landing page. Obtenido de

[https://es.wix.com/blog/2021/05/que-es-una-landing-](https://es.wix.com/blog/2021/05/que-es-una-landing-page?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=12446219914^117820822545&experiment_id=^^501731587679^^_DSA&gclid=Cj0KCQjwuZGnBhD1ARIsACxbAVi7VWug1oKYuKMVZ8QByntJjwrL8maYGUVJLak_afFPc2NcQdZAFV8aAh5gEAL)

[page?utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=12446219914](https://es.wix.com/blog/2021/05/que-es-una-landing-page?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=12446219914^117820822545&experiment_id=^^501731587679^^_DSA&gclid=Cj0KCQjwuZGnBhD1ARIsACxbAVi7VWug1oKYuKMVZ8QByntJjwrL8maYGUVJLak_afFPc2NcQdZAFV8aAh5gEAL)

[^117820822545&experiment\\_id=^^501731587679^^\\_DSA&gclid=Cj0KCQj](https://es.wix.com/blog/2021/05/que-es-una-landing-page?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=12446219914^117820822545&experiment_id=^^501731587679^^_DSA&gclid=Cj0KCQjwuZGnBhD1ARIsACxbAVi7VWug1oKYuKMVZ8QByntJjwrL8maYGUVJLak_afFPc2NcQdZAFV8aAh5gEAL)

[wuZGnBhD1ARIsACxbAVi7VWug1oKYuKMVZ8QByntJjwrL8maYGUVJ](https://es.wix.com/blog/2021/05/que-es-una-landing-page?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=12446219914^117820822545&experiment_id=^^501731587679^^_DSA&gclid=Cj0KCQjwuZGnBhD1ARIsACxbAVi7VWug1oKYuKMVZ8QByntJjwrL8maYGUVJLak_afFPc2NcQdZAFV8aAh5gEAL)

[Lak\\_afFPc2NcQdZAFV8aAh5gEAL](https://es.wix.com/blog/2021/05/que-es-una-landing-page?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=12446219914^117820822545&experiment_id=^^501731587679^^_DSA&gclid=Cj0KCQjwuZGnBhD1ARIsACxbAVi7VWug1oKYuKMVZ8QByntJjwrL8maYGUVJLak_afFPc2NcQdZAFV8aAh5gEAL)

## ANEXOS

### Anexo N° 1. Encuesta.

#### Figura 63.

##### *Encuesta*

Encuesta dirigida a turistas potenciales o que han visitado la ciudad de Puyo, para realizar el **“Diseño de un catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo”**

changoingrid5@gmail.com [Cambiar de cuenta](#)

 No compartido 



Tecnológico  
Internacional  
Universitario

**Objetivo:**  
Identificar los criterios que usted como turista, considera vitales, deben formar parte de un catálogo digital turístico.

**Indicaciones:**  
La información registrada por usted, será un insumo académico. Aprecio lea detenidamente cada pregunta y seleccione la opción que mejor le represente.

Género.

☐ Femenino.

☐ Masculino.

☐ Otro

Rango de edad.

- ☐ De 18 a 28 años
- ☐ De 29 a 39 años
- ☐ De 40 a 50 años
- ☐ Mayor de 50 años

1. ¿Cuántas veces ha visitado usted la ciudad de Puyo?

- ☐ 1 sola vez.
- ☐ 2 a 3 veces.
- ☐ 4 veces en adelante.

2. ¿Qué información del atractivo turístico le resultaría útil, que sea incorporado en el catálogo digital turístico? Escoja en orden de importancia, siendo 1 el más importante y 5 el menos importante.

	1	2	3	4	5
Listado de atractivos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Descripción del atractivo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Cómo llegar al atractivo?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Teléfonos de contacto del atractivo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Actividades que puede realizar en el atractivo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



3. ¿Qué lugares de entretenimiento usted preferiría formen parte del catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 3 el menos importante.

	1	2	3
Discotecas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bares.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Karaokes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. ¿Qué lugares para alimentación, usted preferiría que se coloquen en el catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 4 el menos importante.

	1	2	3	4
Restaurantes de comida típica de Puyo.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Restaurantes de comida típica nacional.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Restaurantes de comida internacional.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cafeterías.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. ¿Qué tipo de transporte usted considera necesario se incorpore en el catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 3 el menos importante.

	1	2	3
Transporte turístico.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transporte interprovincial.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Taxis.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. ¿A través de qué medio le gustaría que se publique el catálogo digital turístico? Siendo 1 el más importante y 3 el menos importante.

	1	2	3
Redes sociales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Páginas Webs de los GADs seccionales.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viralice vía WhastApp.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Agradezco de antemano su valioso aporte.  
Para finalizar la encuesta, por favor presione submit (enviar).

*Nota.* Formato de la encuesta ejecutada al grupo objetivo de estudio seleccionado. Elaboración propia.

## Anexo N° 2. Entrevista.

Figura 64.

### Entrevista

**Entrevista insumo para realizar el “Diseño de un catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo”.**

changoingrid5@gmail.com [Cambiar de cuenta](#)

No compartido



Tecnológico  
Internacional  
Universitario

**Objetivo:**  
Extrapolar criterios que usted como Director de Turismo del GAD Municipal del Cantón Pastaza, ha identificado son necesidades latentes que los turistas considerarían vitales, deben formar parte de un catálogo digital turístico.

**Indicaciones:**  
La información proporcionada por usted, será estrictamente de uso académico.  
Agradezco de antemano toda su valiosa colaboración.

**Nombres del entrevistado**

Tu respuesta

**Profesión del entrevistado**

Tu respuesta



1. ¿Cuánto tiempo usted colabora en el ámbito turístico en el cantón Pastaza?

Tu respuesta

2. ¿Considera usted que un catálogo digital turístico aportaría en la dinamización económica y turística de la ciudad de Puyo?

Tu respuesta

3. ¿Qué atractivos turísticos usted considera que deben ser incluidos en el catálogo turístico digital y por qué?

Tu respuesta

4. ¿Qué información directamente relacionada con el atractivo turístico, considera usted que debería formar parte del catálogo digital turístico?

Tu respuesta

5. ¿Qué información, adicional a los atractivos turísticos, se debería considerar para el diseño del catálogo digital turístico de la ciudad de Puyo?

Tu respuesta

Ha sido un placer contar con su opinión, la cual agregará valor a la investigación que se está desarrollando, se adquiere el compromiso de generar un feedback con los resultados obtenidos, con el objeto de sumar y aportar en su gestión institucional.

Para finalizar la encuesta, por favor presione submit (enviar).



*Nota.* Formato de la entrevista ejecutada al experto seleccionado. Elaboración propia.

## VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Figura 65.

*Validación de instrumentos*

### VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO METODOLÓGICO

PARÁMETROS DE EVALUACIÓN	OBSERVACIONES: COLOCAR SI O NO Y EL ARGUMENTO DE SU REVISIÓN
¿El instrumento cuenta con encabezado institucional?	SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Argumento:
¿El instrumento tiene escrito el objetivo que persigue el instrumento?	SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Argumento:
¿El instrumento tiene las instrucciones claras para su aplicación?	SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Argumento:
¿El formato de preguntas es correcto en su orden y numeración?	SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Argumento: Se remiten comentarios para correcciones, hay ítems que no van con numeración y otras que deben mejorar la redacción, pero con los comentarios solventará
¿Las preguntas están formuladas con lenguaje sencillo y entendible?	SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Argumento:
¿Las preguntas formuladas son?	Comprensibles <input checked="" type="checkbox"/> Cuasi comprensibles <input type="checkbox"/> Confusas <input type="checkbox"/> Incomprensibles <input type="checkbox"/> Argumento:
¿El tipo de preguntas (cerradas, abiertas o mixtas) permitirán que las respuestas respondan al tema propuesto?	SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Argumento: En la entrevista se envía a corregir considerando que debe ser una conversación fluida y no tipo evaluación por eso se pide eliminar palabras
¿El número de preguntas planteadas son suficientes para obtener información que denote las estadísticas?	SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Argumento:

¿El tiempo establecido para la aplicación del instrumento es suficiente para su complejidad?	SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Argumento:
¿El público seleccionado es adecuado para el instrumento que se pretende aplicar?	SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Argumento:
¿El instrumento está listo para ser aplicado?	SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Argumento: Debe generar las correcciones emitidas y solicitadas previo a la aplicación
Señale los aspectos positivos del instrumento	Aportará con información para desarrollo de la propuesta de PIG
Emita las recomendaciones necesarias para mejorar el instrumento en caso de ser necesario.	Se han emitido los comentarios en cada uno de los instrumentos para corrección previo a la aplicación

Docente revisor



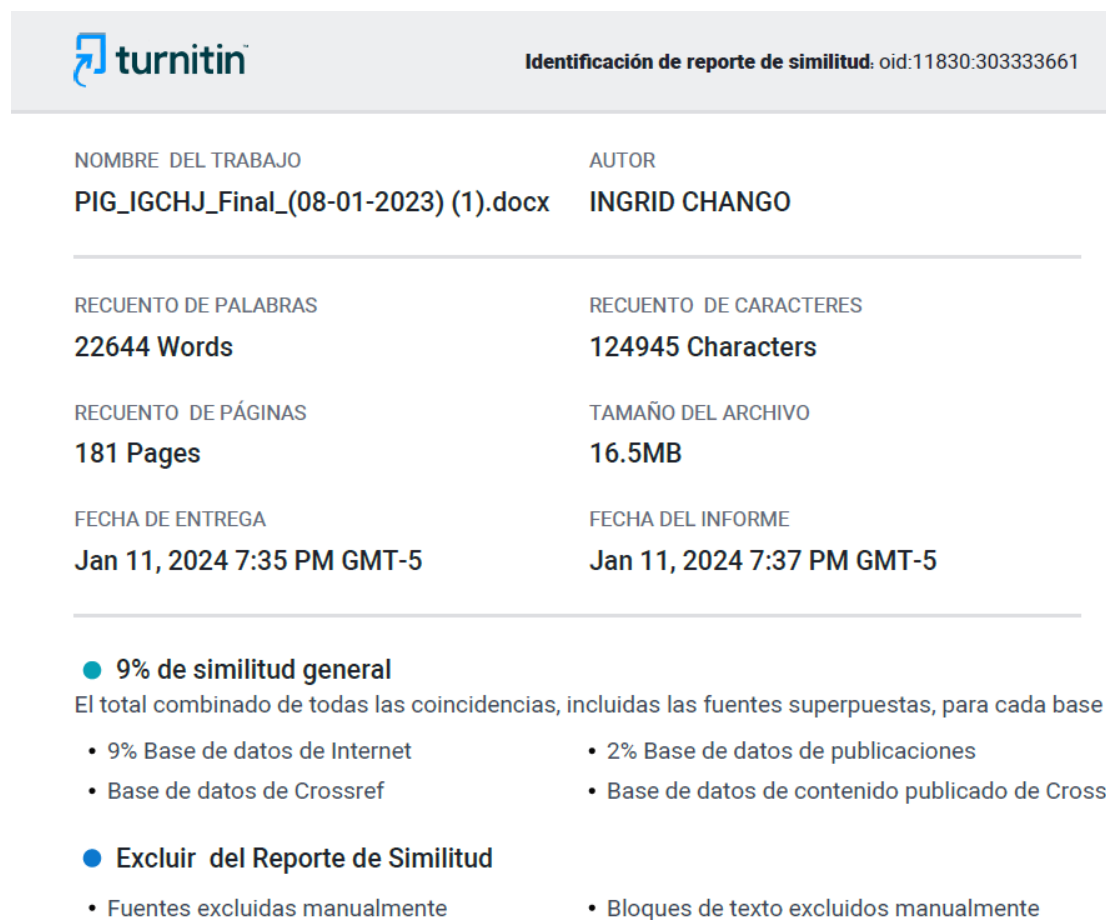
Ing. Esp. Gabriela Loza

*Nota.* Validación de los instrumentos metodológicos. Elaboración: Docente. Gabriela Loza

### Anexo N°3. Informe de Turnitin.

Figura 66.

*Informe Turnitin*



*Nota.* Informe emitido por Turnitin. Obtenido por: Tutor. Luis Ludeña.