



## **CARRERA GUÍA NACIONAL DE TURISMO**

### **TEMA:**

**“DISEÑO DE MATERIAL PROMOCIONAL TURÍSTICO DIGITAL PARA LA DIFUSIÓN DEL TURISMO DE AVENTURA EN LA MODALIDAD CAYONING Y ESPELEOLOGIA EN LA PROVINCIA DE PASTAZA”**

Proyecto Integrador de grado previo a la obtención del título de Guía Nacional de Turismo

**AUTOR:** DAVID IVÁN TENEMAZA CAYANCELA

**DIRECTOR:** LIC. INGRID JAKELINE ARÉVALO ACARO

D.M. Quito, 24 de junio del 2023

## **Dedicatoria**

Quiero dedicar este proyecto integrador de grado a todas las personas que confiaron en mí y en especial a toda mi familia, quienes fueron de gran ayuda en esta formación académica y supieron ayudarme económica y moralmente.

A mis profesores y mi directora de proyecto que estuvieron muy pendientes sin importar la hora, su cansancio físico de otras actividades en las que se desempeñan, aun así, estuvieron presentes.

Por ello quiero dedicar mi proyecto integrador de grado a todos ustedes.

## **Agradecimiento**

En la siguiente tarea realizada con la dirección de la Lic. Ingrid Arévalo a la cual deseo expresar mis reconocimientos por su apoyo en la ejecución de mi proyecto integrador de grado, y a su vez expresarle mis agradecimientos por su apoyo incondicional, su paciencia y su entrega para que todo saliera de una manera exitosa.

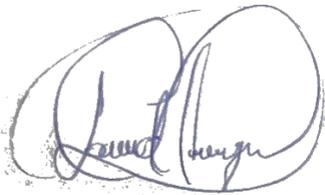
Gracias por su apoyo que fue de suma importancia para la ejecución de mi trabajo integrador de grado.

A mi familia y amigos que también forman parte de este logro que me ha permitido llegar a mi objetivo académico.

## **Autoría**

Yo, David Iván Tenemaza Cayancela autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'David Iván Tenemaza Cayancela', enclosed within a circular scribble.

DAVID IVÁN TENEMAZA CAYANCELA C.I1600497687

Quito, 24 de junio del 2023

Lic. Ingrid Jakeline Arévalo Acaro

DIRECTORA 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 Superior Internacional ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.



Lic. Ingrid Jakeline Arévalo Acaro

Quito, 24 de junio del 2023

### Acta de cesión de derechos de trabajo fin de carrera

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: La Lic. Ingrid Jakeline Arévalo Acaro y por sus propios derechos en calidad de directora del trabajo fin de carrera; y el Sr. David Iván Tenemaza Cayancela por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA:

UNO. - El Sr. David Iván Tenemaza Cayancela realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“DISEÑO DE MATERIAL PROMOCIONAL TURISTICO DIGITAL PARA LA DIFUSIÓN DELTURISMO DE AVENTURA EN LA MODALIDAD CAYONING Y ESPELEOLOGIA EN LA PROVINCIA DE PASTAZA”** para optar por el título de Técnico Superior en Guía Nacional de Turismo en el Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, bajo la dirección de la Lic. Ingrid Jakeline Arévalo Acaro

DOS. - Es política del Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, Lic. Ingrid Jakeline Arévalo Acaro, en calidad de director del trabajo fin de carrera y la Sr. David Iván Tenemaza Cayancela, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“DISEÑO DE MATERIAL PROMOCIONAL TURISTICO DIGITAL PARA LA DIFUSIÓN DELTURISMO DE AVENTURA EN LA MODALIDAD CAYONING Y ESPELEOLOGIA EN LA PROVINCIA DE PASTAZA”**, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.



Lic. Ingrid Jakeline Arévalo Acaro



David Iván Tenemaza Cayancela

Quito, 24 de junio del 2023

## Índice de contenidos

“Diseño de material promocional turístico digital para la difusión del turismo de aventura en la modalidad canyoning y espeleología en la provincia de Pastaza” .....	13
Resumen.....	13
Introducción .....	14
Marco contextual.....	15
Análisis macro .....	15
Análisis meso .....	15
Análisis micro .....	16
Problema de investigación.....	16
Definición del problema.....	16
Idea que defender .....	17
Objeto de estudio y campo de acción .....	17
Justificación.....	17
Objetivo General .....	18

Objetivos Específicos.....	18
Síntesis de la Introducción.....	19
Capítulo I – Fundamentación Teórica Análisis de la zona de investigación – Provincia de Pastaza Antecedentes Históricos.....	20
Datos geográficos de ubicación.....	21
Herencia Indígena .....	21
Economía y Ambiente de la provincia .....	22
Turismo .....	24
Promoción turística .....	24
Medios de promoción .....	26
Actividades de promoción: Ferias, eventos, concursos, entre otros .....	27
Herramientas tecnológicas para promoción turística.....	28
Promoción turística digital en Pastaza.....	29
Turismo de aventura.....	30
Canyoning.....	30

Aspectos técnicos del canyoning.....	31
Rutas turísticas de canyoning.....	32
Espeleología.....	32
Espeleología.....	33
Aspectos técnicos.....	33
Sitios turísticos para la práctica de la Espeleología.....	33
Fundamentación Legal.....	34
Normativa de Canyoning.....	34
Homologaciones y estándares en el equipo.....	36
Síntesis del capítulo.....	40
Capítulo II – Diseño Metodológico.....	42
Tipos de investigación:.....	42
Métodos e investigación.....	42
Técnicas e instrumentos de investigación.....	43

	10
Resultados obtenidos.....	46
Análisis de las entrevistas.....	47
Representación gráfica de los resultados de las encuestas .....	47
Ecuación estadística para proporciones poblacionales .....	47
Síntesis del capítulo.....	56
Capítulo III: La Propuesta Descripción de la propuesta .....	58
Desarrollo de la propuesta.....	60
Metodología por utilizar .....	64
Sistema de evaluación .....	64
Registro de datos de participantes al proceso.....	64
CONCLUSIONES .....	66
RECOMENDACIONES .....	67
REFERENCIAS.....	68
APÉNDICE .....	70

APÉNDICE A. árbol de problemas.....	70
APÉNDICE B. Entrevistas.....	71
Entrevista 1 .....	71
Entrevista 2 .....	72
Entrevista 3 .....	73
Entrevista 4 .....	74

### Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b> Resultados de las entrevistas realizadas a las autoridades público - privado relacionadas con la actividad turística. ....	46
<b>Tabla 2.</b> Resumen de resultados de las entrevistas. ....	57
<b>Tabla 3.</b> Resumen de resultados de las entrevistas. ....	59
<b>Tabla 4:</b> Planificación del evento promocional. ....	63
<b>Tabla 5.</b> Metodología promocional.....	64
<b>Tabla 6.</b> Sistema de evaluación de promoción.....	64
<b>Tabla 7.</b> Tabla de registro de participantes. ....	65

### Índice de figuras

<b>Figura 1:</b> Tabulación de las edades de los encuestados .....	49
<b>Figura 2:</b> Tabulación pregunta 1.....	50
<b>Figura 3:</b> Tabulación pregunta 2.....	50
<b>Figura 4:</b> Tabulación pregunta 3.....	51
<b>Figura 5:</b> Tabulación pregunta 4.....	52
<b>Figura 6:</b> Tabulación pregunta 5.....	52
<b>Figura 7:</b> Tabulación pregunta 6.....	53
<b>Figura 8:</b> Tabulación pregunta 7.....	54
<b>Figura 9:</b> Tabulación pregunta 8.....	54
<b>Figura 10:</b> Tabulación pregunta 9.....	55
<b>Figura 11:</b> Tabulación pregunta 10.....	56
<b>Figura 12:</b> Catalogo digital. ....	61
<b>Figura 13:</b> Video promocional.....	62
<b>Figura 14:</b> Pagina promocional.....	63

**“Diseño de material promocional turístico digital para la difusión del turismo de aventura en la modalidad canyoning y espeleología en la provincia de Pastaza”**

**Autor:** David Iván Tenemaza Cayancela **Directora:** Lic. Ingrid Arévalo **Fecha:** 24 de junio del 2023

**Resumen**

El trabajo que se realizó, se enfocó e identificar y ubicar dentro de la provincia de Pastaza los mejores lugares para practicar los deportes de aventura en la modalidad Canyoning y Espeleología, para ello se entrevistó a los operadores de turismo de la localidad que ofrecen estos servicios turísticos, para conocer su experiencia y con la ayuda de encuestas a los usuarios cuantificar el grado de satisfacción del servicio prestado, con el fin de trabajar en el material promocional digital que resalten estos lugares, y sobre todo ayuden a vender a la provincia de Pastaza con gran potencial turístico en el ámbito de los deportes de aventura.

## **Introducción**

El turismo de aventura durante los últimos años, previos a la pandemia, han tomada fuerza en el Ecuador. Una de las principales ciudades del Ecuador que se ha destacado en los deportes de aventura y visitada por muchos turistas locales y extranjeros es la Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua (Ministerio de Turismo. s.f.)

En la provincia de Pastaza, la misma que se encuentra situada al inicio de la región Amazónica, y siendo la más grande del país, encontraremos condiciones propicias para la práctica de deportes de aventura. Pastaza, cuenta con siete etnias nativas que se destacan en diversos escenarios naturales, lo cual de da un plus de identidad a las actividades de aventura.

En los sectores de la comunidad Chapinza y a las orillas del río Pastaza, se encuentran las cuevas que están habitadas por las aves míticas llamadas Tayus, así también se pueden observar las formaciones geológicas y mitológicas del pueblo Shuar en las cuevas, totalmente aptas para la actividad de la Espeleología.

Por otro lado, las distintas cascadas que posee la provincia de Pastaza se han abierto para la creación de rutas de canyoning y se las están ya operando turísticamente, pero aún sin la difusión adecuada.

## **Marco contextual**

### **Análisis macro**

El turismo de aventura en el Ecuador nace de la motivación de sentir adrenalina mediante las actividades deportivas extremas involucrada por nuevas vivencias. Las experiencias vividas por los turistas dependerán del nivel de riesgo y desafíos que pretenden satisfacer (Cañizares et al., 2015).

El turismo de aventura dio sus primeros pasos en el país a partir de la reglamentación de la operación turística de aventura donde se tomó en cuenta el establecimiento de normativas para cada actividad de aventura reconocida por el MINTUR, es desde entonces que varios agentes le han apostado a invertir en este tema que tiene gran potencial.

### **Análisis meso**

La promoción turística es indispensable a la hora de promover la difusión de un destino turístico, llevar a cabo acciones tanto online, como offline mediante diferentes estrategias de promoción, es la base más importante para el crecimiento de la afluencia turística a un destino y más aún si está iniciando en el sector. Para ello es importante fijarse los objetivos de promoción, es decir, cómo se pretende llegar al turista para que conozca y se entusiasme por conocer un destino. Pastaza se ha promocionado como la entrada a la Amazonía ecuatoriana y se ha vinculado al asentamiento de grupos indígenas y por ende su reconocimiento, sin embargo, en temas de aventura poco se ha difundido, dejando de lado el potencial que tiene para este tipo de turismo.

### **Análisis micro**

Pastaza es una de las provincias amazónicas cuya geografía, sostiene gran variedad de escenarios propicios para las actividades de aventura, las cuales están siendo potencializadas en una mínima escala, por lo cual es menester ejecutar una estrategia de promoción turística, que permita tener una mayor demanda de turistas, tanto nacionales como extranjeros posicionando a Pastaza como un destino turístico en la modalidad aventura.

### **Problema de investigación**

El principal problema de investigación es la insuficiente promoción turística referente a deportes extremos de la provincia de Pastaza. (Ver apéndice A) *Formulación del Problema*

¿Cómo la deficiente promoción turística incide en la baja demanda de turismo en Pastaza?

### **Definición del problema**

Las siete etnias milenarias acentuadas en el territorio del Parque Yasuní no han podido ser conocido a nivel nacional e internacional por la deficiente promoción turística por parte de las instituciones competentes, así como las pequeñas asociaciones vinculadas a los distintos emprendimientos turísticos del sector.

En la provincia se ha evidenciado que no se cuenta con este tipo de promoción en específico del turismo de aventura; si bien, existe una página de la provincia a cargo de la prefectura, misma que no se ha actualizado desde el año 2016, por lo que no se cuenta con información fidedigna sobre los sitios y crecimiento de nuevos emprendimientos que han ido apareciendo, pero no cuentan con los medios para su promoción, es por ello que se propone plantear estrategias de promoción, como crear un canal online, press trips, fan pages, y mediante este camino buscar potencializar al sector y las actividades de aventura que posee la localidad.

A pesar de que en los últimos años las autoridades competentes no han invertido en el tema, se cuenta aún con el personal que accedió a las mismas en años anteriores. Por ello, más allá de todo esto, se ha llegado a entender también que el déficit y debilidad del sector, es la promoción turística, ya que no se la ha aplicado estratégicamente y la provincia de Pastaza no ha podido difundirse a nivel local y mucho menos a nivel internacional.

### **Idea que defender**

Mediante el diseño de material de promoción digital del turismo de aventura se logrará incrementar la demanda turística a la provincia de Pastaza.

### **Objeto de estudio y campo de acción**

*Objeto de estudio:* El objeto de estudio del presente trabajo investigativo es el turismo de aventura.

*Campo de acción:* Las estrategias de promoción turística en medios digitales que se ejecutarán en el presente proyecto se constituyen en el campo de acción en la provincia de Pastaza.

### **Justificación**

Mediante el desarrollo de promoción turística en medios digitales del turismo de aventura en la provincia de Pastaza se logrará incrementar la afluencia de turistas nacionales y extranjeros, afianzando el desarrollo económico colectivo tanto del sector local como de los distintos emprendimientos turísticos como: sector hotelero, restaurantes, sodas bar, etc. Así mismo permitirá crear nuevas plazas de trabajo para las personas locales del sector, acelerando un cambio efectivo de mucha demanda con beneficios al desarrollo de la provincia y del país, posicionando a la provincia en un tiempo determinado como un destino turístico.

En la provincia de Pastaza se registran 15 Operadoras de turismo en el MINTOUR (Ministerio de Turismo), las cuales están enfocadas en distintas actividades turísticas en el sector tales como , Turismo Cultural, Turismo Científico, Turismo Antropológico, Turismo de Ornitología, Turismo Gastronómico, Turismo de Espeleología y Turismo de Aventura citando estas 2 últimas actividades han tenido un auge de demanda en los últimos años en el sector de nuestra provincia de Pastaza ya que al poseer escenarios épicos que se prestan para estas actividades y se encuentran ya complemente equipados han dado el espacio para poder tener rutas operables y comerciales en distintas cascadas y cuevas del sector.

En función de esta demanda por el Turismo de Aventura ciertas operadoras se han inclinado por promocionar y operar esta actividad del canyoning y la espeleología teniendo programas ya establecidos juntamente con el personal capacitado como los guías en la modalidad del canyoning y la espeleología.

A esto se suman el sector hoteleras, los distintos servicios de alimentación y los pequeños emprendimientos que se encuentran cercanos a los distintos puntos de operación.

### **Objetivo General**

Diseñar material promocional turístico digital mediante el levantamiento de información de las actividades de aventura de canyoning, espeleología y servicios que se ofertan para la difusión del turismo en la provincia de Pastaza

### **Objetivos Específicos**

- Establecer la información básica necesaria de la provincia como el conocimiento técnico requerido en turismo de aventura y promoción turística mediante una investigación en fuentes secundarias.

- Identificar el potencial turístico de los atractivos, actividades y servicios turísticos que oferta la provincia de Pastaza mediante técnicas de trabajo en campo, para su evaluación.
- Elaborar la propuesta de material de promoción turística de aventura a través de canales de difusión como press trips, convenios con influenciadores de contenido, convenios institucionales, mediante estos medios poner en escena a la provincia como destino de aventura

### **Síntesis de la Introducción**

La provincia de Pastaza posee un gran potencial turístico en lo cultural, gastronómico, científico, antropológico y últimamente el turismo de aventura y la espeleología, pero la falta de interés de las autoridades de turno ha estancado el crecimiento del sector. La información digital se encuentra desactualizada; mediante el presente proyecto se pretende explotar las herramientas digitales para promocionar y direccionar los atractivos turísticos en el ámbito del canyoning y la espeleología con el fin de captar a los turistas nacionales y extranjeros con espíritu aventurero, ofreciéndoles paquetes turísticos completos, que a más de generar recursos al sector turístico ayude a dinamizar la economía local de la provincia.

## **Capítulo I – Fundamentación Teórica Análisis de la zona de investigación – Provincia de Pastaza Antecedentes Históricos**

Pastaza inicia su historia en la parroquia Canelos, ya que en el año de 1775 se dan las primeras incursiones de los misioneros al sector de la región oriental, con el propósito de evangelizar a las culturas Amazónicas, fomentar el idioma castellano y a su vez, poder fundar nuevas ciudades que lleven sus nombres en la región y así poder tener más jerarquía, es así que las primeras exploraciones al sector oriental de Canelos se dan por la vía fluvial mediante canoas artesanales por el río Bobonaza, surcando densos rápidos, climas extremadamente complejos y una espesa selva agreste con sus misterios, mitos y leyendas que se convertía en una verdadera travesía en muchas de las incursiones ejecutadas (Ledezma, 2000)

Con el pasar del tiempo y la dificultad que se presentaba el viaje al llegar a Canelos, los exploradores se fueron familiarizando con el campamento base que se lo realizaba en el sector del río Puyo, pues les permitía descansar cómodamente después de sus semanas de incursiones que realizaban desde la región Andina, hoy reconocida como la provincia de Tungurahua.

Los líderes expedicionistas religiosos tomaron la decisión de que una parte de las personas que les acompañaban deberían empezar a poblar el campamento base para poder embodegar provisiones y medicinas, ya que el ingreso a Canelos tomaba entre 3 a 4 semanas, dependiendo del factor climatológico y el caudal del río; fue en esa decisión tomada donde va teniendo fuerza y acogida por parte de personas que deciden empezar a poblar el campamento base y cada vez se va expandiendo y sumando gente de la sierra que quería experimentar esta visita al sector, con los años el campamento base pasó a un caserío de viajeros que exploraban el oriente; al ver esta demanda, el Padre Sacerdote Fray Álvaro Valladares decide fundar la ciudad de Puyo un 12 de mayo de 1889 con un grupo de nativos amazónicos y personas foráneas. Con el

tiempo, la ciudad empieza a crecer y las personas comienzan a migrar cada día más y empiezan a trabajar en la vía que conecta Baños-Puyo, la cual permite tener un desarrollo colectivo, pese a aquello, no va teniendo auge ya que los gobiernos de la época, al ver que era una ciudad que parecía un mito, no le daban importancia, es ahí donde se forman comisiones y empiezan las propuestas de creación de la provincia y de la ciudad de Puyo. En el Gobierno de Camilo Ponce Enríquez se apertura el decreto de Provincialización con el nombre de Pastaza un 10 de noviembre de 1959 pasando a ser la provincia central de la región Amazónica (GADPPZ, 2018)

### **Datos geográficos de ubicación**

La provincia de Pastaza es una de las 24 Provincias que conforman el País Ecuador, recibe su nombre en honor al río Pastaza, su capital, es la ciudad de Puyo, la más extensa territorialmente con 31.520 km<sup>2</sup>, está situada en la parte central de la Región Amazónica; cuenta con 4 cantones, Pastaza, Mera, Santa Clara y el cantón Arajuno, posee 17 parroquias. El 85% de su territorio es zona verde, donde están situados el Parque Nacional Yasuní, Llanganates y parte de la zona de amortiguamiento del Parque nacional Sangay; su clima es Cálido Húmedo Tropical, su rango altitudinal Mínimo es de 200 msnm, ubicada en el extremo Este de la Provincia y Máximo 900 msnm en el extremo Oeste de la Provincia.

Pastaza oscila los 83.933 habitantes (INEC, 2010) y sólo el 30% de esta población pertenece a las 7 nacionalidades indígenas que habitan en el territorio de Pastaza, como lo son los Kichwas, Waoranis, Shiwiar, Andoas, Zápara, Achuar y Shuar.

### **Herencia Indígena**

Pastaza es también reconocida como la casa de las nacionalidades ya que posee el 50% de las culturas del Ecuador con sus propias costumbres, tradiciones, cosmovisión e idioma nativo, entre las culturas más reconocidas internacionalmente están los Shuar, Waoranis y las

Zápara, esta última tuvo un reconocimiento por la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad decretada en el 2001 y finalmente reconocida legalmente en el año 2009.

Así también otra de las culturas que se dieron a conocer al mundo fue la cultura Waorani, cuya historia comienza con la fiebre del oro negro en la década de los 60s, cuando empezó el auge petrolero y el miedo a los temidos Aucas, quienes habitan el interior del territorio de Pastaza y fieles guardianes de su selva, minerales y especies de flora y fauna que conjuntamente comparte ese tan mágico territorio.

Sin duda la cultura que más ha impactado al mundo es la de los Shuar, ya que al ser una cultura que hasta el día de hoy no ha podido ser conquistada por ningún clan ni conquistadores foráneos, simplemente han sido emancipados por los misioneros y la palabra de Dios que les inculcó. Esta cultura se dio a conocer al mundo por 3 costumbres que lo practicaban que son:

El pueblo de las cascadas, por tener la costumbre de tomar su bebida alucinógena NATEM, en las cascadas donde entraban en un trance y encontraban con su dios ARUTAM y pedían poder,

Otra de las costumbres es la práctica de la poligamia y hay documentaciones que los hombres shuar llegaron a poseer hasta 11 mujeres y la última y más asombrosa de las costumbres de esta cultura, es la práctica de la Tzanzta o cabeza reducida del enemigo, esta práctica era tan exacta que, hasta el día de hoy, ni científicos ni antropólogos han podido descifrar su proceso, ya que la cabeza humana la reducían a un tamaño de una naranja.

### **Economía y Ambiente de la provincia**

En la provincia de Pastaza en la década de los años 60 del siglo pasado, su actividad principal económica eran el petróleo, y las actividades alternas a menor escala fueron la explotación de madera, agricultura y la ganadería; éstas actividades daban sustento al sector y al

desarrollo de la provincia, no obstante con el pasar de los años, las personas empezaron desarrollar más estas actividades, en especial la explotación maderera la cual, en esos años lo hacían de una manera improvisada y sin protocolos técnicos que impidan tener impactos ambientales de manera indiscriminada, a esto se sumaba la comercialización de especies silvestres que lo realizaban a nivel de provincias, la cual. en su mayoría personas locales los tenían como mascotas en sus hogares y esto era libre y no había ninguna ley ni Ministerio que pueda regular estas actividades.

Por otro lado, la actividad ganadera fue expandiéndose al igual que la agricultura, éstas dos actividades tenían algo en común, la cual fue que para poder expandirse más necesitaban deforestar el bosque para poder plantar el pasto para el ganado y sus sembríos. Todas estas actividades se mantuvieron hasta la década de los años 90 del siglo pasado, sin leyes ni entidades públicas que puedan regular de una manera técnica y consciente.

Para 1990, aparece una entidad pública Ministerio del Ambiente (MAE) que tiene la responsabilidad de regular todas estas malas prácticas, a través de protocolos técnicos y con sanciones penales para las personas que no acaten sus normativas; esto llegó a concientizar a las personas y por ende buscar otras alternativas.

Es ahí donde empieza a aparecer la actividad turística en la provincia de Pastaza, uno de los actores que empezó fue el Parque Etnobotánico Omaere y otros emprendimientos más del sector. Para esta época, las personas empezaron empíricamente acompañado de la improvisación y de la inercia para el servicio turístico que se empezó a desarrollar en el sector, esto cada vez fue teniendo más protagonismo y más demanda.

### ***Turismo***

Para el año de 1998 se da el primer curso de Guías Nativos en la ciudad de Puyo y posteriormente empiezan con la primera asociación llamada AGUITURP. Para el año 2000, se da un segundo curso de Guías Nativos en el cantón Mera, que también empieza a unirse a la actividad turística, y para los años siguientes la provincia de Pastaza ha tenido un auge a gran escala lo cual ha permitido tener ya un turismo consolidado y a su vez, cuenta con su eslogan “Pastaza es Aventura, Selva y Tradiciones”, este slogan tiene su soporte con 5 rutas turísticas que están siendo ya operadas en el sector, las cuales son: La ruta de la Aventura, Ruta de la Geobotánica, Ruta de las Plumas, Ruta Ancestral y Ruta del Sabor.

Ahora la provincia de Pastaza ya no es un mito, es una realidad, la cual se está ya convirtiendo en un destino turístico potencial ya que cuenta con muchos recursos naturales, variedad de especies tanto de flora como de fauna, además de estar acentuada en un lugar muy estratégico en la región amazónica, teniendo 3 ingresos importantes como lo es la vía Baños Puyo, Puyo Macas, Puyo Tena y a su vez, estas vías son de primer orden brindando un cómodo viaje al visitante para poder llegar al destino Pastaza.

### **Promoción turística**

Según la Real Academia Española, 2020 el término promoción hace referencia a la unión de actividades con el objetivo de dar a conocer o mostrar algo para aumentar sus ventas y, en otras palabras, la define como la "acción y efecto de promover"

En el libro Introducción al estudio del turismo, apuntes de teoría general, (2010) se define a la promoción turística como: “un conjunto de actividades y acciones o instrumentos que provocan un estímulo en el desplazamiento turístico”.

En síntesis, existiendo un producto turístico y un posible mercado para el mismo, y sabiendo que en algún lugar hay consumidores para el mismo, es primordial darlo a conocer, pues nadie consume lo que no conoce. Por lo que atractivos, servicios turísticos, etc. estén al alcance a través de los medios adecuados haciendo llegar de forma eficaz la información, despertando así el interés de los potenciales turistas, creando así una necesidad de consumo; y esto es lo que provoca la promoción turística.

Son diversos los métodos a utilizar, dentro de un complejo sistema que forma parte del área de comercialización para el desarrollo de un plan de marketing turístico. Para el óptimo proceso de promoción turística se requiere establecer metas y objetivos específicos, identificando el mercado y sus preferencias para saber qué medios de publicidad se utilizarán y de acuerdo con el presupuesto con el que se cuenta, para finalmente medir los resultados.

Dentro de la estrategia a implementar estará la publicidad en medios convencionales como son: anuncios, revistas especializadas de viajes, artículos, noticias, reportajes y guías y medios televisivos (Entorno Turístico, 2019)

La potencialidad turística en la provincia de Pastaza se ha dado a conocer mediante las estrategias de promoción turística realizadas conjuntamente entre la empresa pública como el GAD provincial, los municipios y juntas parroquiales, así mismo con la participación del Ministerio de Turismo y la empresa privada cuyo gremio representante es la Cámara Provincial de Turismo de Pastaza CAPTUR, dónde la Asociación de Guías de Pastaza y otros emprendimientos turísticos también forman parte.

La prefectura de Pastaza viene realizando un importante trabajo para fomentar el turismo, es así como en el año 2016 se realizó un estudio de zonificación turística que arrojó como

resultado 5 rutas turísticas temáticas con el propósito de que comience a operar dichas rutas por parte de las operadoras y a su vez todos los gastadores turísticos, estas rutas son:

- Ruta del sabor
- Ruta ancestral,
- Ruta de las plumas,
- Ruta de la aventura,
- Ruta de geobotánica.

Para poder potenciar estas rutas el GAD provincial ha trabajado arduamente en el marketing de estas rutas lo cual ha permitido que mediante la difusión en distintos medios de comunicación que Pastaza tenga una acogida por parte de la demanda turística y permitiéndole ya hoy en día convertirse en un destino turístico.

En resumen, la promoción turística es una de las herramientas que permite dar a conocer el destino turístico y que a su vez permite que personas que les gusta la naturaleza puedan conectarse más a fondo con los entornos naturales que muchos desean visitar y salir de su zona de confort.

### **Medios de promoción**

Tomando en cuenta que el marketing turístico está en constante cambio y sujeto a actualizaciones dependiendo de las tendencias especialmente en la época post-COVID. Al consumidor actual le gusta la atención personalizada, de modo que le aporte valor, es cada vez más curioso, investiga, consulta, busca respuestas inmediatas y opiniones de otros consumidores.

Los medios de promoción actuales se han transformado, generando el auge del tema digital y virtual, lo que ha hecho que el sector turístico no se quede atrás, haciendo más atractivo al servicio o producto al transmitir las sensaciones a los consumidores.

El contenido audiovisual vende por sí solo. Las plataformas digitales de redes sociales como Instagram y Tik Tok que fue la red más utilizada en tiempos de COVID facilitan y aumentan la conexión con el público meta. Otra tendencia es el video en streaming que, en las redes sociales como Twitter, Facebook y ahora también en Instagram, sirven para comunicar y multiplicar los usuarios. Las redes sociales son un punto estratégico entre el usuario y la empresa turística, puesto que más del 90% de los clientes meta las utiliza y gracias a ellas y a la confianza que han desarrollado, existen los denominados influencer con quienes se puede pactar un acuerdo para visitar una ciudad, haciendo un guion comunicacional que se vea reflejado en un video. Otra estrategia de comunicación consiste en crear campañas mediante pauta, ya sea de Facebook, Instagram o Google Ads (IEBS, 2020)

En el caso específico de Pastaza, los medios de promoción que estratégicamente se han utilizado son, radios locales, canales locales y nacionales, artículos, revistas de viaje, periódicos nacionales, reportajes y documentales.

#### **Actividades de promoción: Ferias, eventos, concursos, entre otros**

Mediante fechas estratégicas se han realizado distintas actividades de promoción turística en la provincia, por parte de la empresa pública y privada, el encuentro de influencers de contenido turístico, press trip, concurso de fotografías, ferias turísticas, competencias de aventuras extremas, conteo de aves, ferias gastronómicas locales.

Todas estas actividades se han podido ejecutar, gracias al apoyo de la entidad pública y dando soporte por parte de los microempresarios locales del sector turístico permitiendo tener más protagonismo y acogida por parte de las personas que han visitado la provincia.

## **Herramientas tecnológicas para promoción turística**

A pesar de las ventajas que ofrece el internet, los medios de comunicación convencionales son de mucha ayuda para la promoción turística porque facilitan el acceso a la variedad de contenidos y en el caso de prensa y radio generan grandes audiencias. Por lo tanto, para efecto de esta investigación se dispondrá de un inventario de medios que se especialicen en turismo, a pesar de que no existe uno específico en turismo en la provincia de Pastaza, en ningún organismo ya sea público o privado. Este es uno de los retos planteado en esta investigación, generar un inventario de medios de comunicación de la provincia de Pastaza especializados en turismo, identificando los de mayor audiencia.

De acuerdo con la investigación de la UTPL 2020 en su artículo sobre Cómo potenciar el turismo a través de la tecnología, las TIC, Tecnologías de la Información y Comunicación, son herramientas informáticas elementales en la promoción de destinos turísticos a escala mundial. Por ejemplo, los sistemas Amadeus y Sabre son utilizados para facilitar el sistema y gestión operativo en las agencias de viajes. Además de aquello la aparición de la web 2.0 donde participan de forma conjunta los usuarios en aplicaciones digitales y sitios web, generando impacto en plataformas digitales, puesto que el turista busca su destino por medio de internet a través de una página web o una red social.

Parte determinante para la estrategia comunicacional es aprovechar la Big Data, más conocido como el almacenamiento masivo de datos, pues al contar con la información del cliente potencial se obtiene estadística, patrones de consumo, información relevante sobre sus preferencias, se debe aplicar esta información de forma adecuada con el fin de innovar el servicio.

Las plataformas digitales más usadas por los clientes a través de un dispositivo móvil son sitios web, WhatsApp, aplicaciones móviles, correo electrónico y además de las redes sociales como Instagram, Facebook, TikTok y Twitter; y ahora con la innovadora forma de vender a través de códigos QR (UTPL, 2020).

Según la revista Inteligencia Empresarial y Analítica, 2019, las tecnologías cambian y prometen hacer que la experiencia de viaje sea más interactiva, siendo así la tecnología y turismo una combinación perfecta. De acuerdo con un estudio de Google Travel, los viajeros que planean sus viajes por internet suman el 74%, mientras que únicamente el 13% usan una Agencia de Viaje. Gracias a los Milenials, los blogs, redes sociales y plataformas juegan un rol importante, por lo cual las empresas turísticas deberán adaptar sus ofertas para atraer esta audiencia.

Según la revista “Espacios”, en su artículo Desarrollo Tecnológico del Sector Turístico, en la ciudad de Guayaquil la industria turística se enfrenta cambios constantes, provocados por múltiples factores del mercado, por esta razón las empresas deben direccionar su negocio a las necesidades del cliente.

### **Promoción turística digital en Pastaza**

En la provincia de Pastaza, el acceso a internet se expande cada vez, es así como atractivos turísticos de distintas modalidades como ecoturismo, turismo comunitario, y en este caso específico, la espeleología, pueden ofertar sus servicios a través de plataformas digitales. La prefectura de Pastaza en el año 2016 hizo un importante aporte con la creación de la página web [www.pastaza.travel](http://www.pastaza.travel), misma que a la fecha actual no ha tenido una mejora significativa y sus datos y contenidos están desactualizados. En el año 2020 la Dirección de Turismo del municipio del cantón Pastaza desarrolló la campaña “Puyo Mi Destino” y se la presentó en redes sociales de Instagram y Facebook, guías turísticas virtuales, distintivos de bioseguridad turística para los

establecimientos, así como un programa radial bajo el mismo nombre y un conjunto de materiales audiovisuales como spots, jingles, videos y fotografías, junto a caravanas y tours que difundían las 5 rutas turísticas identificadas por la Prefectura en el año 2016. (Anexo 1)

### **Turismo de aventura**

De acuerdo con el artículo de Tendencias de Turismo elaborado por OSTELEA, Tourism Management School, 2020, “la oferta turística varía de acuerdo con las exigencias del turista tratando de satisfacer sus gustos y motivación de viaje”. Dentro de este artículo cita a las Organización Mundial de Turismo (OMT) con su descripción de tipos de turismo existentes, entre ellos el turismo de aventura, mismo que está dirigido a las personas que gustan de actividades que implican fuertes emociones y deportes extremos.

Según el Reglamento de Operación Turísticas de Aventura del Ministerio de Turismo, registro oficial 573, Se entiende como operación turística de aventura a las diversas formas de organización de viajes y visitas mediante las modalidades reconocidas en este reglamento. Se la realizará a través de los siguientes prestadores de servicios turísticos: operadores turísticos o agencias de viajes duales, establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas y centros de turismo comunitario que realicen modalidades de aventura dentro de sus linderos.

### **Canyoning**

El barranquismo o canyoning es una de las actividades que se practica en distintos escenarios, cañones, barrancos de un río, que pueden presentarse recorridos muy variados, se los realiza en lugares con poco caudal o incluso en lugares secos, lugares con pozas y banidas profundas; en otros puntos, el canyoning consiste en ir superando cambios de recorridos caminando, nadando, trepando o escalando, si es necesario.

El Ministerio de Turismo en su Acuerdo Ministerial 5, Registro Oficial Edición Especial 573 de 14-may.-2020, define al Ascenso y descenso de cañones (cañonismo o canyoning) como la:

- Modalidad turística de aventura cuyo fin es el descenso de cañones, cascadas y cursos de agua, de diverso nivel de dificultad y compromiso, mediante el uso de técnicas de escalada, montañismo, aguas rápidas, tales como rapel, cruces con cuerda, anclajes y aseguramiento bajo caídas de agua (Ministerio de Turismo Acuerdo Ministerial, 2020).

### **Aspectos técnicos del canyoning**

Para poder tener un descenso valorado como apto para barranquismo, debe combinar por lo menos dos de estas tres características, verticalidad caudal y carácter encajonado.

Aunque este deporte se lo puede realizar de plan solitario, por seguridad es recomendable hacerlo en grupo, para lo cual se debe tener experiencia mínima y el equipo adecuado.

Este deporte fue inventado hace más de 140 años, en 1876 por el Francés Jean Charles Straton quien realizó su primer rapel descendiendo los Alpes.

El vocablo rapel significa en francés llamada. El nombre se debe a que cuando finalizamos el descenso se recupera la cuerda tirando de uno de los extremos, de esta manera llamamos a la cuerda hacia nosotros.

El rapel es una técnica ampliamente extendida y complementaria para excursionistas, alpinistas, escaladores, espeleólogos, barranquistas y otras disciplinas. El rapel también es utilizado en rescates, trabajos verticales y en operaciones militares.

El cañonismo es una actividad deportiva que se desarrolla en nuestro país desde hace aproximadamente 20 años. La actividad del canyoning más cercana a la provincia de Pastaza es en el cantón Baños provincia de Tungurahua, que se desarrolla desde el año de 1999 por el Sr

Luis Córdova, quien en compañía de amigos extranjeros empiezan a explorar los distintos escenarios naturales que posteriormente empiezan a abrir rutas comerciales en los distintos cañones del sector para la actividad turística, por lo cual hoy en día el cantón Baños es mundialmente conocido como un sector para el desarrollo de los deportes de Aventura.

### **Rutas turísticas de canyoning**

El GAD provincial de Pastaza ha implementado cinco rutas turística las cuales están siendo operadas desde año 2016 y una de ellas es la Ruta de la Aventura, la cual abarca los deportes extremos e involucra las actividades del canyoning y la espeleología, contando con escenarios ya consolidados y equipados para el desarrollo comercial turístico de estas actividades que, durante todo el período del 2016 hasta la actualidad ha tenido una gran demanda y acogida por parte de turistas nacionales y extranjeros que se han dado cita a conocer la provincia de Pastaza.

### **Espeleología**

La espeleología es una ciencia que estudia las cavidades naturales terrestres, subsuelos, grutas, cavernas y cursos de agua subterráneos, además de recopila información de geografía, arqueología, entre otras ciencias que permite descubrimiento de formas de vida, hallazgos de minerales, fósiles, etc. Este tipo de actividad inició en el año 1895 con un naturalista francés Édouard-Alfred Martel (1859-1938). Desde entonces se practica esta actividad con diferentes fines, desde la vulcanología hasta el turismo.

Según la Real Academia de la Lengua Española (RAE), “La Espeleología es la ciencia que estudia la naturaleza, el origen y formación de las cavernas, y su fauna y flora”. (ETECÉ, 2020)

## **Espeleología**

Más conocido como “espeleísmo”, es una actividad combinada entre el turismo de aventura y el ecoturismo; consiste en acceder a grutas o cuevas para apreciar estructuras geológicas propias del sitio como estalactitas, estalagmitas, entre otras formaciones. (Lipps y Remia 2010). Sin embargo, esta actividad, si no se la maneja con conocimiento del terreno puede generar impactos destructivos del patrimonio geológico, por eso dependerá del usos sostenible y especializado a cargo de un guía certificado y una operadora que organice el tour con responsabilidad, respetando la capacidad de carga de cada tour (Benedetto, 1985). Pese a aquello, esta actividad aporta positivamente a las localidades impulsando su economía.

En Pastaza existe un amplio conjunto de formaciones geológicas propicias para la práctica de la espeleología, sin embargo únicamente se ha logrado explorar menos del 50% del territorio, por lo tanto, existe un gran potencial para el desarrollo de esta actividad.

### **Aspectos técnicos**

Para realizar las actividades de Espeleología es necesario tener el equipo adecuado y se lo debe realizar acompañado de una persona especializada y con experiencia para la cual el equipo que debe utilizar es un casco homologado, una linterna frontal recargable o con baterías a prueba de agua, ropa de neopreno o ropa ligera dependiendo el entorno de la caverna, calzado adecuado y extremos casos equipo vertical como cuerdas, arnés, despendedores, bloqueadores y una maleta de asalto con el kit de primeros auxilios, este es el equipo que se necesita para la exploración de cuevas.

### ***Sitios turísticos para la práctica de la Espeleología***

En el sector oriental de la provincia de Pastaza existen lugares muy idóneos que se prestan para esta actividad del Espeleología, al oeste se encuentra el cantón Mera donde hay más

de 28 cavernas situadas en el río Anzú que provienen de la cordillera del Parque Nacional Llanganates y se están operando 4 cavernas, la copa del mundo, la de los 2 continentes, la garganta del dino y la caverna del coliseo, son cavernas de fácil acceso que se lo realiza con un equipo básico, casco linterna y botas de caucho, en el límite sur de la provincia de Pastaza y Morona Santiago se encuentran más de 5 cuevas situadas acerca de la riberas del río Pastaza las cuales en 3 de ellas ya están en operación, Tayu jee, Chuwi Sharupi y Mayei jee en esta última se tiene las cuevas más extremas con un descenso de 65 metros en cuerda por una garganta acompañada con una cascada u un panorama geológico de grandes proporciones de estalagmitas y estalactitas, lo interesante de estas cavernas es que se puede encontrar el ave nocturna llamada Tayu la cual encierra una dualidad de mitos entre esta ave y la cultura shuar que se encuentra asentados en este sector.

### **Fundamentación Legal**

#### **Normativa de Canyoning**

El Reglamento de Operación Turísticas de Aventura del Ministerio de Turismo, emitido por MINTUR, 2020, en sus artículos 7 y 10 dispone que los prestadores de servicios turísticos que oferten modalidades de aventura tendrán las siguientes obligaciones:

- Indicar al usuario las características, potenciales riesgos y medidas de seguridad a seguir durante la práctica de la modalidad turística de aventura.
- Contar con equipamiento en buen estado de funcionamiento en el espacio físico para atender al usuario.
- Calendario de inspecciones, revisiones y condiciones en las que se renovarían los equipos, equipamientos y estructuras o piezas esta. El prestador de servicios turísticos podrá contar con equipo propio o rentado.

- Política en caso de accidentes e incidentes y su registro. Riesgos existentes claramente identificados y definir los procedimientos de seguridad a seguir por parte de los guías y los turistas antes, durante y después de la modalidad a realizarse.
- De igual manera, el Reglamento de determina que el prestador de servicios de turismo de aventura deberá presentar un Plan de mantenimiento y reposición de equipos e infraestructura, con la siguiente información.
- Cantidad de uso, fechas en las que se usó y las veces que se les ha realizado algún tipo de mantenimiento y razones para desechar el equipo. Se deberán conservar y archivar los comprobantes de venta y manuales de uso de los equipos. En los casos de desecho de equipo se debe mostrar la manera en que fue desechado, para evitar su uso por otros proveedores posteriormente.
- Procedimiento para usar y mantener materiales, equipos e infraestructura de acuerdo con las características de la modalidad ofertada y a las condiciones ambientales y los requisitos del equipamiento de acuerdo con el fabricante. Programa de verificación periódica de funcionamiento para materiales, equipos e infraestructura, ésta incluirá verificación visual y con firma de responsabilidad después de cada uso por parte del guía y las verificaciones programadas que se consideren necesarias de acuerdo con el procedimiento establecido.
- Revisión visual previa de todo el equipo sea propio o alquilado por parte de un guía perteneciente al operador turístico o agencia de viajes dual previo a la realización de la modalidad por parte de los turistas y guías. Se deberá firmar un documento donde conste la fecha, nombre y firma del responsable luego de la revisión del equipo.

- Para realizar la actividad de canyoning, cada grupo estará conformado de 1 a 4 turistas con un guía especializado en aventura modalidad cañonismo. De considerarlo pertinente el operador turístico podrá establecer más cantidad de guías. También el reglamento indica que, si es que hay dos o más grupos, cada grupo debe salir con una diferencia de tiempo de 15 minutos, dependiendo del grado de dificultad (GADMB,2016)

### **Homologaciones y estándares en el equipo**

El equipo de trabajos verticales a utilizar debe ser altamente de calidad y con su respectiva homologación para una confiada y seguro desempeño en la actividad, para ello tenemos dos entidades que regulan estos estándares, la UIAA que es la encargada de la fabricación de las herramientas para la actividad del barranquismo y posteriormente la CE, que es la que se encarga de certificar su uso a nivel de Europa y el mundo; de esta manera es como el equipo sale a la venta bajo las normas que ponen estas dos siglas internacionales (GADMB, 2016).

La autoridad rectora de la actividad turística, es decir el Ministerio de Turismo, emitió la reglamentación de equipos y accesorios necesarios para la operación de canyoning:

### ***Equipo para el turista***

El Reglamento de Operación Turísticas de Aventura del Ministerio de Turismo, emitido por MINTUR, 2020

- a) Traje de neopreno cuyo espesor debe tener relación con el riesgo de hipotermia, reforzados con protecciones en codos, rodillas y posaderas, que permitan confort y movimiento.
- b) Guantes de goma o PVC de neopreno en caso de que las condiciones ambientales lo requieran.
- c) Casco con certificación EN 12492.

- d) Arnés tipo C. El operador deberá contar con arnés para niños, adultos y para personas con sobrepeso.
- e) Calzado, con base antideslizante.
- f) Descensores de seguridad con su respectivo mosquetón de seguro.
- g) 2 líneas de vida (cuerdas dinámicas) con su respectivo mosquetón HMS de seguro.
- h) Linterna frontal resistente al agua, con baterías de repuesto para los turistas o excursionistas, según se requiera.
- i) De acuerdo con el tipo de cañón contar con gafas de piscina o buceo.

### ***Equipo del guía***

Traje de neopreno cuyo espesor debe tener relación con el riesgo de hipotermia, reforzados con protecciones en codos, rodillas y posaderas, que permitan confort y movimiento.

- a) Guantes de goma o PVC de neopreno en caso de que las condiciones ambientales lo requieran.
- b) Casco con certificación EN 12492.
- c) Calzado con base antideslizante.
- d) Arnés con protector diseñado para canyoning.
- e) 4 mosquetones con seguro.
- f) 2 cordinos de 6 o 7 mm y 2 m de longitud.
- g) 1 Auto Bloqueante.
- h) Navaja o cuchillo sin punta (cuchillo tipo).
- i) 2 Descensores tipo 8 o similares.
- j) 2 líneas de seguridad personal con su respectivo mosquetón.
- k) Linterna frontal resistente al agua, con baterías de repuesto.

- l) Silbato.
- m) Sistema de comunicación.
- n) Botiquín de primeros auxilios equipado de acuerdo con la zona en la que se realiza la operación enfocada en traumas.
- o) 1 Polea para cuerdas.
- p) Mochila especial con desagüe r. Bolsa seca, útil para guardas linternas, radios, etc.

Para realizar la actividad de canyoning con **grupos** se deberá incluir los siguientes implementos:

- a)Mínimo 2 millones.
- b) Elementos de fijación preinstalados o anclajes predeterminados en los cañones de la ruta.
- c)Cuerdas semi estáticas tipo A y B, cuya longitud sea el doble de la altura de la cascada más alta en donde realiza la modalidad.
- d) Cuerda de rescate o pasamanos 25 m, desde 9mm a 10.5 mm (Opcional).
- e)2 mochilas especiales con desagüe.
- f) Bolsa seca resistente al agua y a choques, usado en especial para cámaras (opcional).
- g) Llave (inglesa) para ajustar anclajes.
- h) Grados de dificultad de la modalidad turística de canyoning. - Los grados de dificultad se basan en la clasificación de la Federación Francesa de Escalada. **Normativa de Espeleología.**

La exploración de cuevas, según el Ministerio de turismo es la Modalidad de turismo de aventura cuyo objeto es explorar las cuevas, cavernas y cavidades subterráneas.

Para realizar la actividad de canyoning, cada grupo estará conformado de 1 a 8 turistas con un guía especializado en aventura. La edad mínima para realizar la exploración de cavernas

lo establecerá el operador turístico de aventura en su política de seguridad, ya que existen diversas formaciones geológicas de cuevas y cavernas que su exploración implica diferente grado de dificultad y por lo tanto requiere diferente nivel de destreza técnica o física (MINTUR, 2020).

El requisito de equipos y accesorios para realizar la actividad de espeleología o exploración de cuevas es el siguiente:

### ***Equipo para el turista***

- a) Calzado antideslizante y a prueba de agua.
- b) Linterna de cabeza resistente al agua.
- c) Casco especializado que cuente con certificación EN 12492.
- d) Guantes de nitrilo.
- e) Rodilleras y coderas (opcional) Los prestadores del servicio turístico y/o el guía de turismo podrán indicar al turista si el uso de estos equipos es obligatorio de acuerdo con el tipo de recorrido a realizar.
- f) Traje de neopreno de 3 líneas para cuevas con exposición al agua de dos horas o más.
- g) Arnés de espeleología homologado.
- h) Descensor auto bloqueante.
- i) Línea de vida doble con 2 mosquetones asimétricos con seguro manual.
- j) 1 Mosquetón ovalado con seguro manual.
- k) 1 Bloqueador ventral con cinta o pechera de sujeción.
- l) Bloqueador de puño con estribo

### ***Equipo del guía***

- a) Calzado antideslizante y a prueba de agua.

- b) Linterna de cabeza resistente al agua.
- c) Casco especializado que cuente con certificación EN 12492.
- d) Equipo de comunicación bidireccional.
- e) Guantes de nitrilo.
- f) Rodilleras y coderas (opcional). De acuerdo con el tipo de recorrido a realizar.
- g) Traje de neopreno de 3 líneas para cuevas con exposición al agua de dos horas o más.
- h) Arnés de espeleología homologado.
- i) Descensor auto bloqueante.
- j) Línea de vida doble con 2 mosquetones asimétricos con seguro manual.
- k) 1 Mosquetón ovalado con seguro manual.
- l) 1 Bloqueador ventral con cinta o pechera de sujeción.
- m) 1 Bloqueador de puño con estribo.
- n) Polea gemela o doble.
- o) Polea bloqueante.
- p) Bloqueador de cuerda.
- q) 5 mosquetones con seguro manual.
- r) Silbato de mínimo 40 decibeles.
- s) Navaja sin punta.
- t) Cinta exprés de 15 cm.

### **Síntesis del capítulo**

La provincia de Pastaza es la más grande en extensión de las 24 provincias con 31520 km<sup>2</sup>, con un 85% de territorio verde donde, alberga a 7 nacionalidades que forman parte del 30% de su población, su clima es cálido tropical. Puyo la capital provincial, nace como campamento

de paso obligatorio de los misioneros que viajaban a Canelos, que fue creciendo hasta que un 12 de mayo de 1889 es fundada por Fray Álvaro Valladares y posteriormente el 10 de noviembre de 1959 recibe el reconocimiento como provincia. Inicialmente las actividades económicas fueron el extractivismo del petróleo y la madera, la creación de organismo de control como el MAE regularon las actividades, migrando a la agricultura y ganadería. En los últimos años de los 90 y principios del 2000 se empieza a ver a turismo como una alternativa económica sustentable, es así como en el año 2016 se realiza un importante trabajo de zonificación turística y la promoción y marketing en medios tradicionales como radio y televisión locales y nacionales, artículos de revistas y prensa como reportajes y documentales.

El confinamiento por la pandemia de la COVID-19 hizo que las plataformas digitales y las redes sociales crecieran exponencialmente para mantenernos informados y consumir contenido. Estas nuevas tecnologías y el turismo se combinan perfectamente a la hora de promocionar y dar a conocer paquetes turísticos y sobre todo nuevas experiencias como el canyoning y la espeleología como variantes del turismo de aventura que la nueva generación digital busca explorar.

## Capítulo II – Diseño Metodológico

La elaboración de un diseño metodológico tiene como objetivo exponer el camino investigativo a través del uso correcto de recursos y métodos en el proceso de recolección y procesamiento de la información con el fin de trazar una ruta planificada del proceso investigativo.

### **Tipos de investigación:**

#### *Descriptiva*

Se enfoca en las características de la población o del fenómeno estudiado, se centra en el “que” y no en el “por qué” para conocer: costumbres, actitudes, comportamientos ante diversas situaciones e interrelacionarlas entre sí, mediante la recolección de datos a través de preguntas y el procesamiento de estos.

En el presente estudio se utilizó la investigación descriptiva, pues se realizó un estudio con los actores directos y usuarios de los paquetes turísticos de deportes de aventura, su experiencia y la satisfacción. Se realizó la recopilación de información turística de la provincia y los diferentes medios tradicionales de difusión, para comprender la promoción que se le da y como el proyecto propuesto puede mejorarla.

Además, se utilizó la observación de los lugares donde se realizan las actividades y su potencial turístico para destacarlos en el material promocional digital de la propuesta.

### **Métodos e investigación.**

La elección de la metodología de investigación de un proyecto es de vital importancia para garantizar el éxito de este, la selección correcta del método permite enfocarse en el área de estudio y los objetivos buscados.

### ***Cualitativo***

El método de investigación cualitativo utiliza la recolección de datos y el análisis para afinar las preguntas de investigación, es un método circular que sus campos de estudio pueden ser lo etnográfico, observacional y fenomenológica. (Hernández, Fernández, & Baptista , 2014)

El método de investigación cualitativo permitió recopilar información de las actividades turísticas en la provincia y en gran manera las actividades turísticas de aventura como el canyoning y la espeleología, los lugares donde se práctica, los operadores turísticos que ofrecen estas actividades y las experiencias de los usuarios.

### ***Cuantitativo***

El método de investigación cuantitativo utiliza la recolección de datos, la medición numérica el análisis estadístico con el fin de establecer comportamientos y probar teorías. (Hernández, Fernández, & Baptista , 2014)

La aplicación del método cuantitativo al proyecto de estudio, ha permitido cuantificar la información de los usuarios de deportes de aventura, edad promedio, presupuesto, uso de las herramientas tecnológicas como fuente de información, el grado de satisfacción después de practicar los deportes, con el fin de evaluar estadísticamente los resultados y diseñar estrategias de marketing que nos ayude a promocionar los servicios de turismo de aventura en el canyoning y la espeleología y potenciar a la provincia de Pastaza como la mejor alternativa.

### **Técnicas e instrumentos de investigación**

Las técnicas e instrumentos de la investigación son las herramientas que nos ayudan a direccionar el proyecto de investigación y una fuente de información de primera mano.

### ***Observación***

La observación es una de las técnicas cualitativas más aplicada por la riqueza de la información que se puede extraer y su gran amplitud de aplicaciones. Según Whitehead (1967:28) “Saber observar es saber seleccionar”. En la observación cualitativa se requiere el uso de todos los sentidos con el fin de explorar los ambientes físicos, contextos, subculturas, las actividades y personas que participan de las mismas, problemas, artefactos que utilizan los participantes, poner atención a los detalles. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 460)

En el desarrollo del proyecto la observación fue una de las técnicas de investigación que mayor aporte brindó, pues permite conocer las rutas y lugares donde se realiza las actividades de canyoning, los paisajes naturales, la logística para el traslado de los turistas, la interacción de los guías, los equipos que se utilizan, las normas de seguridad que se aplican, la interacción colectivas, el trabajo en equipo, las emociones que generan las actividades de aventura y las experiencias que dejan en los consumidores de los servicios turísticos.

### ***Entrevista***

Se define como una reunión para intercambiar información entre un entrevistador y otras en calidad de entrevistados quienes aportan información de opinión, experiencia, valores, emociones, conocimiento, etcétera. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, pág. 460)

La entrevista permitió recolectar información de parte de los operadores turísticos sobre la aceptación y el interés de los turistas por la práctica de los deportes de aventura, su experiencia personal como promotores de las actividades del canyoning y la espeleología, lo que hace falta para que estas actividades puedan despegar y consolidarse y de parte de los usuarios conocer las emociones y experiencias que les deja la práctica de las actividades de aventura,

recomendaciones donde se podrían mejorar. Toda esta información sirve como retroalimentación y mejorar continua de los servicios de turismo de aventura.

### ***Encuesta***

Es el instrumento más utilizado para la recolección de datos, consiste en la formulación de preguntas en función de las variables que se desea medir. Los tipos de preguntas utilizados en las encuestas son las cerradas y abiertas. Las preguntas del tipo cerrado contienen opciones de respuesta previamente delimitadas, mientras las preguntas abiertas aportan más información al no estar delimitadas por respuestas. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, págs. 217,220)

Las encuestas son una fuente valiosa de recolección de información en el desarrollo del proyecto, pues sirve como retroalimentación de las experiencias vividas y sobre todo permite transformarla en datos numéricos que se puede procesar y medir.

La aplicación de encuestas con herramientas digitales como la herramienta Google Forms, son de gran ayuda pues nos permiten recolectar información y al mismo tiempo nos entrega los resultados en formato de porcentajes que nos facilita la interpretación de estos. El uso de las redes sociales es el medio de difusión de las encuestas al proporcionar el enlace donde puedan compartir las experiencias y sensaciones vividas al practicar los deportes de aventura como el canyoning y la espeleología.

Se calculó la muestra de acuerdo con una población de 915 personas. Esta información del universo se consiguió de la página web de la agencia de turismo del Ecuador, que corresponde a la cantidad de turistas que visitan semestralmente la provincia de Pastaza.

## Resultados obtenidos

**Tabla 1.** Resultados de las entrevistas realizadas a las autoridades público - privado relacionadas con la actividad turística.

Pregunta	Resultado			
	SI	NO		
1. <i>¿Considera que se ha dado impulso a las actividades de deportes de aventura en la provincia, por parte de las entidades públicas?</i>	75 %	25 %		
2. <i>¿Considera que la actividad del canyoning tiene potencial actualmente en la provincia?</i>	100 %			
3. <i>¿Considera que la espeleología puede tener el potencial para su promoción en la provincia?</i>	100 %			
4. <i>De las siguientes opciones, ¿Qué material considera que sería viable lanzarlo, para promocionar el turismo de la provincia?</i>	43%	14%	14%	14%
5. <i>¿Por qué medios digitales serían los óptimos para promocionar la provincia?</i>	75%	20%	2,5%	2,5%

**Elaborado por:** David Tenemaza, 10 de marzo 2023

### **Análisis de las entrevistas**

Se considero realizar la entrevista a cuatro personas quienes regulan la normativa de la actividad turística en la ciudad de Puyo, pertenecientes a entidades públicas y privadas.

Las entrevistas realizadas permiten identificar que por parte de las entidades públicas existe muy poca participación en la promoción de deportes de aventura, y al mismo tiempo todas las personas entrevistadas sostienen que la provincia de Pastaza tiene el potencial para la promoción de las actividades de aventura como el canyoning y la espeleología y que para lograr posesionar a la provincia como un referente en esta actividades hace falta un trabajo de promoción mediante medios digitales a través de videos promocionales, recorridos virtuales, blogs que motiven a los potenciales turistas visitar la provincia y experimentar las actividades de canyoning y espeleología. Para la difusión del contenido digital coinciden en el uso de redes sociales y páginas web donde se actualice permanentemente los contenidos de las actividades que los turistas pueden hacer dentro de la provincia de Pastaza.

### **Representación gráfica de los resultados de las encuestas**

Para el trabajo de investigación, se realizaron 271 encuestas, de una población correspondiente a 915 personas. El tamaño de la muestra se calculó mediante la siguiente formula estadística.

#### **Ecuación estadística para proporciones poblacionales**

**n** = Tamaño de la muestra

**z** = Nivel de confianza deseado (95%)

**p** = Proporción de la población con la característica deseada (éxito) (0,5)

**q** = Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso) (0,5)

$e$  = Nivel de error dispuesto a cometer (5%)

$N$  = Tamaño de población (915)

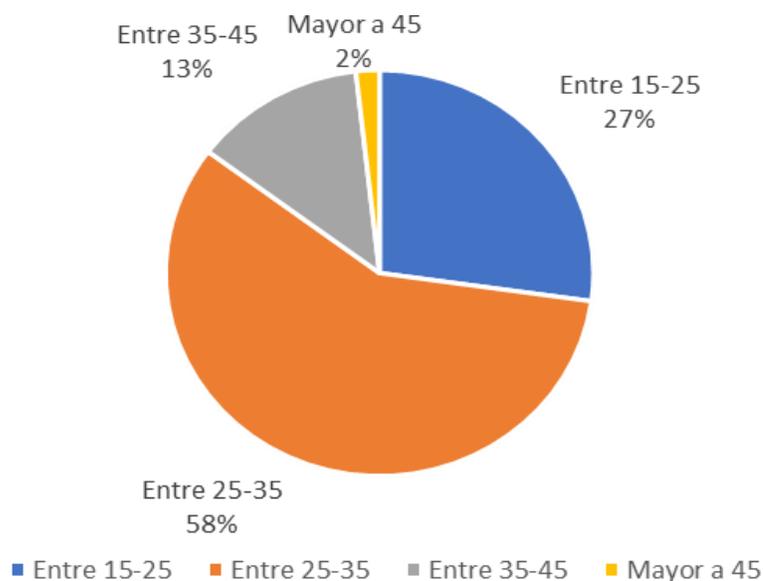
$$n = \frac{z^2(p * q)}{e^2 + \frac{z^2(p * q)}{N}}$$

El objetivo es conocer el interés de los posibles consumidores en la práctica de deportes de aventura como lo es el canyoning y la espeleología, determinar su perfil, su interés por otras actividades de turismo que se las pueda implementar paralelamente, conocer con quienes viaja y su presupuesto promedio, con el objetivo de crear paquetes de servicios turísticos que sean atractivos y asequibles, además se buscó recolectar información de la motivación que impulso a visitar la provincia de Pastaza y los medios digitales que utilizan, para aprovecharlos en la promoción del turismo de aventura en la provincia de Pastaza.

Para la recolección de la información se utilizó una encuesta de 10 preguntas de las cuales la pregunta 2, 4 y 5 son de selección cerrada, mientras que las preguntas 1, 3, 6, 7 8 y 9 corresponden a opción múltiple. La pregunta final número 10, es de respuesta abierta.

Se realizaron 85 encuestas a personas de género masculino, y 86 encuestas a personas del género femenino como posibles turistas. Lo cual nos da un total de 271 personas encuestadas que fue la muestra calculada.

*Las edades de los participantes en la encuesta se muestran en la siguiente gráfica:*



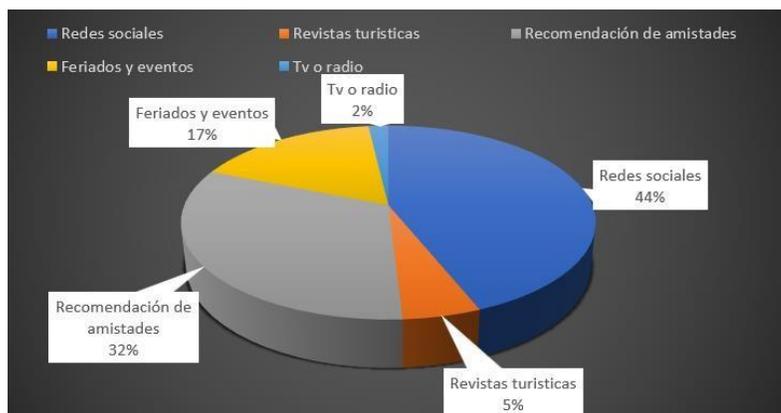
**Figura 1:** Tabulación de las edades de los encuestados

**Elaborado por:** David Tenemaza, 10 de marzo 2023

## Interpretación

En base a las respuestas de los participantes en la encuesta exploratoria se obtiene que el 50% corresponde a personas de género masculino y el otro 50% restantes a personas del género femenino, mientras las edades oscilan en su mayoría entre los 15 a 45 años, es decir personas (adulto joven y adulto medio) donde se direcciona el mercado y a los que hay que llegar con los productos turísticos.

## 1. ¿Cómo se informó sobre el turismo en la provincia de Pastaza?

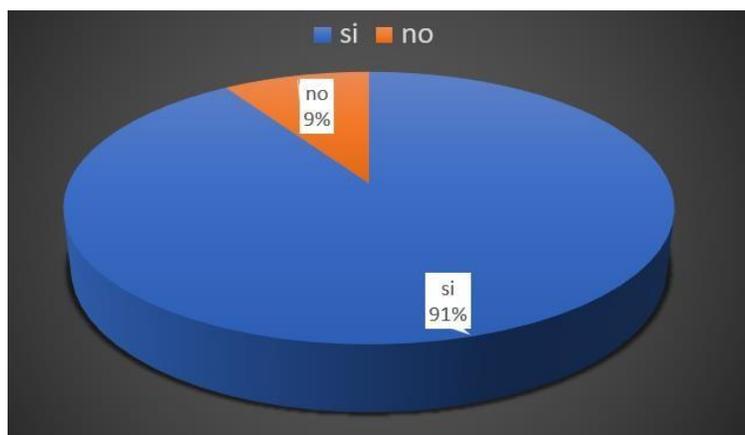


**Figura 2:** Tabulación pregunta 1  
**Elaborado por:** David Tenemaza, 10 de marzo 2023

### Interpretación

La investigación refleja que las redes sociales es la mejor fuente de difusión y promoción de la provincia de Pastaza como destino turístico, las recomendaciones de familiares y amigos también son una herramienta de promoción, así como lo son las ferias y eventos turísticos. Los medios tradicionales, según el estudio, tienen un bajo porcentaje de aporte en la promoción, por lo que hay que dar mayor atención a los medios de promoción digitales.

## 2. ¿Ha practicado actividades de aventura?

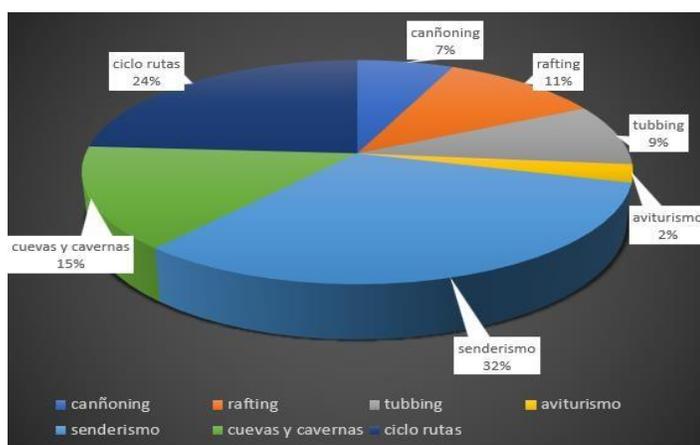


**Figura 3:** Tabulación pregunta 2  
**Elaborado por:** David Tenemaza, 10 de marzo 2023

## Interpretación

La investigación realizada a las personas que participaron en la encuesta ayuda a visualizar que un 90% de las personas en algún momento de su vida, ha realizado actividades turísticas de aventura, lo cual es un indicativo que existe un gran mercado y que debemos trabajar en dichas actividades con el fin de potenciarlas.

### 3. ¿Cuál de las siguientes actividades ha practicado?

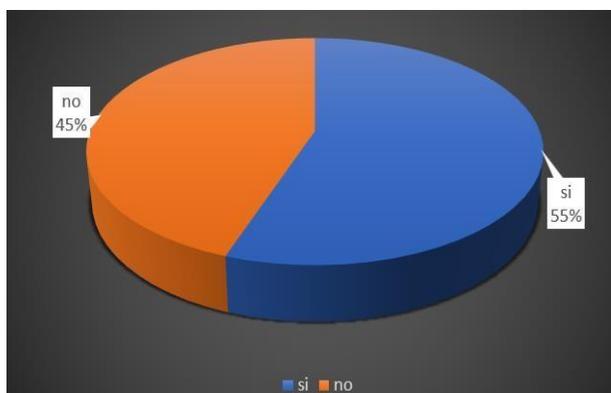


**Figura 4:** Tabulación pregunta 3.  
**Elaborado por:** David Tenemaza, 10 de marzo 2023

## Interpretación

En el proceso de investigación se observa que la mayoría de los encuestados han practicado deportes de senderismo con un 32%, con un 24% las ciclo rutas, la exploración de cuevas y cavernas lo han practicado un 15%, el rafting con un 11%, el el tubing con un 9%, el canyoning con un 7 %, el aviturismo con un 2%. La información obtenida sirve para conocer los intereses de los posibles turistas.

4. La actividad del canyoning consiste en realizar descenso en una cascada mediante el uso de equipo vertical. ¿Estaría dispuesto en practicarlo?

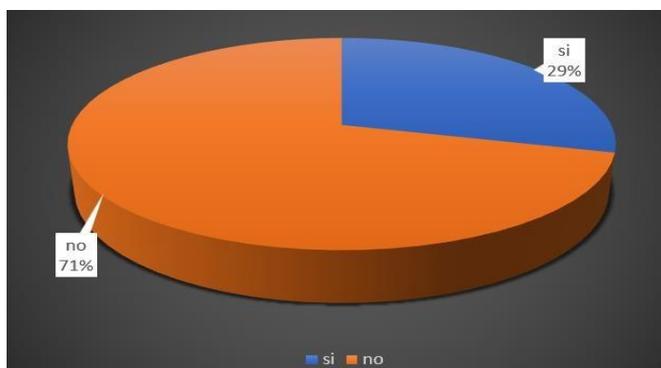


**Figura 5:** Tabulación pregunta 4.  
**Elaborado por:** David Tenemaza, 10 de marzo 2023

### Interpretación

De los encuestados, el 55% de las personas tienen la predisposición de practicar el canyoning como actividad de aventura turística, de ahí la importancia de buscar promocionar esta actividad para que más turistas puedan practicarlo y disfrutar de la experiencia dentro de la provincia de Pastaza.

5. La actividad de la espeleología consiste en explorar cuevas con equipo sofisticado. ¿Estaría dispuesto a practicarlo?

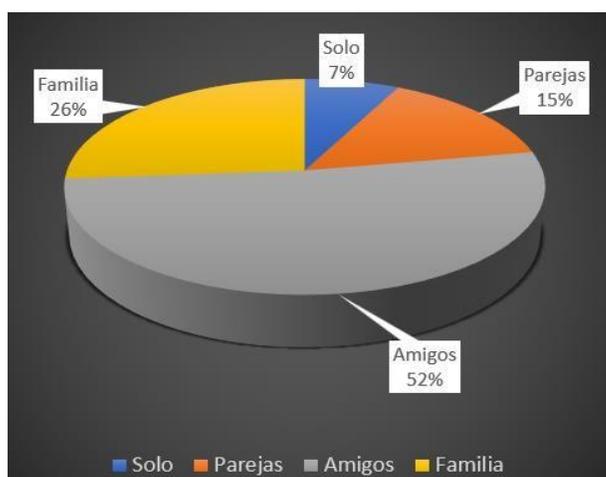


**Figura 6:** Tabulación pregunta 5.  
**Elaborado por:** David Tenemaza, 10 de marzo 2023

## Interpretación

Los resultados obtenidos después de procesar las encuestas nos indica que el 29% de los participantes tendría la predisposición de practicar la exploración de cuevas y cavernas mediante la espeleología, y con un 71% de personas que no están dispuestas a practicar este tipo exploración.

### 6. ¿Cuándo puedes viajar por turismo el viaje lo realiza de manera?



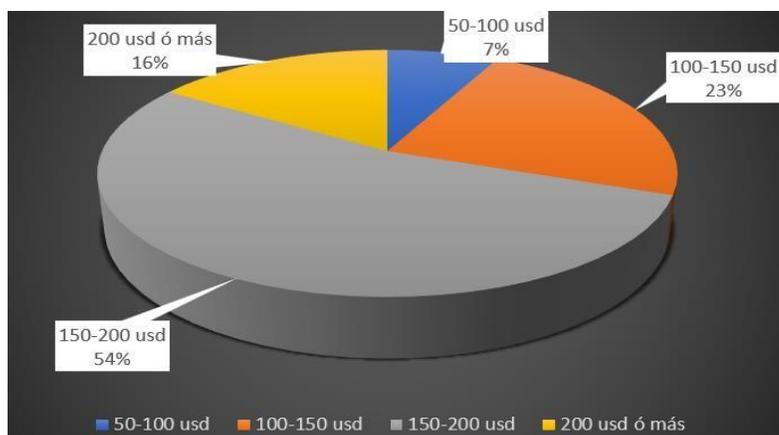
**Figura 7:** Tabulación pregunta 6.

**Elaborado por:** David Tenemaza, 10 de marzo 2023

## Interpretación

La información analizada, muestra que la mayoría de los potenciales turistas suelen viajar en sus aventuras con amigos, familia y en pareja, brindándonos información importante que pueden ayudar a crear paquetes turísticos grupales económicamente viable para las partes.

### 7. Su presupuesto al viajar se encuentra dentro del siguiente rango.



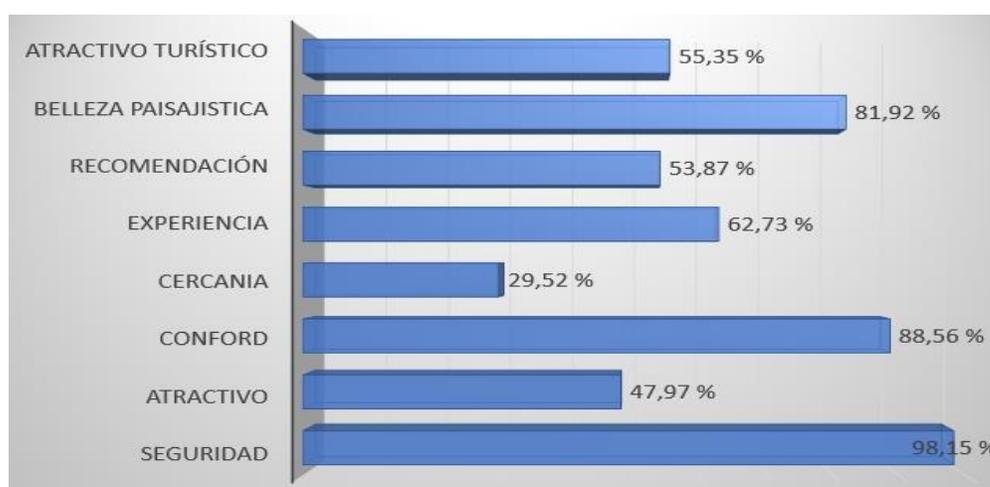
**Figura 8:** Tabulación pregunta 7.

**Elaborado por:** David Tenemaza, 10 de marzo 2023

### Interpretación

El estudio investigativo nos permitió conocer que el presupuesto que manejan las personas participantes de nuestro estudio varía entre los 100 – 200 usd, en porcentajes hablamos de 77%, mientras un 16% maneja un presupuesto mayor a los 200 usd. La información presupuestaria que manejan los turistas es de gran ayuda, para elaborar paquetes turísticos que se ajuste a su situación económica y sobre manera puedan disfrutar de un servicio de calidad.

### 8. Antes de viajar ¿Qué cualidades busca al momento de elegir su destino?



**Figura 9:** Tabulación pregunta 8.

**Elaborado por:** David Tenemaza, 10 de marzo 2023

## Interpretación

El estudio revela que el 98,15% de los encuestados busca la seguridad ante todo al momento de buscar su destino turístico, otra característica que busca es el confort en un 88,56% y con un 81.92% la belleza del paisaje son las cualidades que buscan los turistas en los lugares de distracción para su disfrute.

### 9. ¿Mediante que plataformas de información le gustaría le encantaría conocer un nuevo destino turístico?



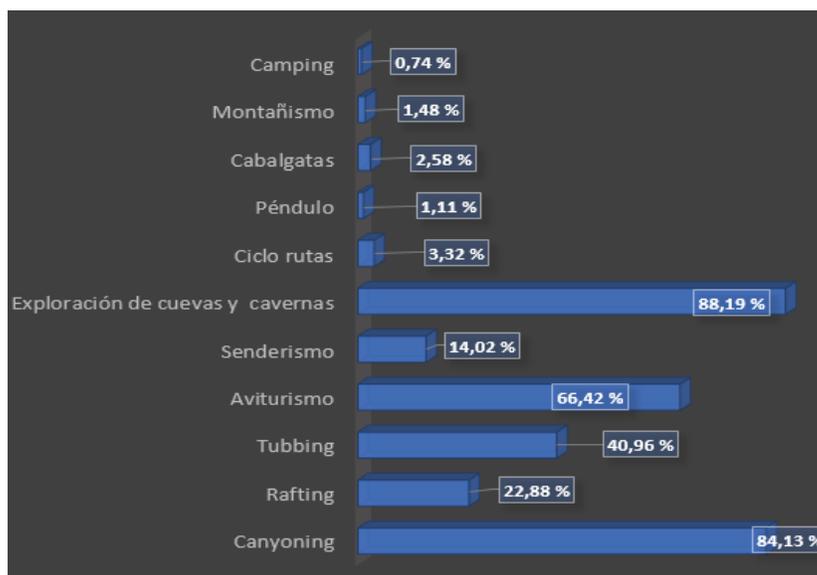
**Figura 10:** Tabulación pregunta 9.

**Elaborado por:** David Tenemaza, 10 de marzo 2023

## Interpretación

El análisis de resultados muestra que los turistas consumen redes sociales y es la principal fuente de información turística con un 75,65%, otras fuentes de información turística para los participantes de nuestro estudio son las ferias y recorridos virtuales con 45,02% y 43,54% respectivamente, indicándonos que hay que potenciar la promoción turística por medios digitales como son las redes sociales.

## 10. ¿Qué otra actividad de turismo de aventura le gustaría conocer y practicar?



**Figura 11:** Tabulación pregunta 10.

**Elaborado por:** David Tenemaza, 10 de marzo 2023

### Interpretación

Los resultados de las encuestas indican que los participantes, a más del interés por practicar el canyoning y la espeleología sienten curiosidad por el aviturismo, el tubing y el rafting. Actividades que por la geografía de la provincia de Pastaza se pueden realizar en conjunto, pudiendo crear paquetes turísticos de interés para los turistas que se animen a visitar la provincia de Pastaza.

### Síntesis del capítulo

A continuación, se presenta un resumen de los resultados más relevantes de base a las respuestas de la encuesta realizada.

**Tabla 2.** Resumen de resultados de las entrevistas.

DESCRIPCIÓN	N de personas	
	aje	Porcent
El turista se informó del turismo mediante redes sociales	119	44,00 %
La actividad más practicada es senderismo	87	44,00 %
Viaje entre amigos	140	52 %
La mayoría del turista maneja un presupuesto 150-200 usd	145	54 %
El turista en su gran mayoría busca seguridad en sus lugares de destino	266	98,15 %
Las redes sociales son el medio preferible del turista para informarse sobre nuevos destinos turísticos	205	75,65 %
Cayonning es la primera actividad que los turistas les gustaría practicarlo	228	84,13 %

**Elaborado por:** David Tenemaza, 10 de marzo 2023

En el presente capítulo se presentaron las herramientas para el diseño metodológico que nos permitió delinear el método cualitativo como fundamento de nuestro estudio y el uso de las técnicas como la observación de los lugares donde se practica el canyoning y la espeleología con el fin de recolectar información en situ en busca de las mejores postales para la promoción de los mismos, además se utilizó la entrevista a los operadores turísticos y a los usuarios sobre las experiencias y sensaciones que les deja las actividades del canyoning y la espeleología y mediante el uso de las encuestas poder medir de forma numérica a los usuarios, la edad promedio, su requerimientos y conocer sus recomendaciones para mejorar la experiencia y extranjeros adentrarse en el turismo de aventura y hacer en la provincia de Pastaza.

### **Capítulo III: La Propuesta Descripción de la propuesta**

Diseño de material promocional turístico digital para la difusión del turismo de aventura en la modalidad canyoning y espeleología en la provincia de Pastaza. Busca promocionar a Pastaza como una provincia de gran potencial turístico en lo referente al turismo de aventura, al poseer los recursos naturales y los atractivos ideales para la práctica del canyoning y la espeleología, lo que se pretende es crear un catálogo digital promocional de los diferentes lugares donde se puede practicar, exponer las experiencias y sensaciones únicas e inolvidables que los turista pueden llevarse de la convivencia de la naturaleza, además asegurar a los aventureros que la práctica de estas modalidades se encuentran debidamente regentadas y supervisadas por guías capacitados y se cuenta con equipos homologados que brinden seguridad y confianza a los turistas.

La información digital elaborada podrá ser utilizado para la promoción de los atractivos turísticos de los mejores lugares donde practicar el canyoning y la espeleología, detalles de estos, información de las actividades complementarias que se puede realizar, los servicios a los que se pueden acceder en los lugares y demás información que resulte atrayente a los turistas que invite y motive a formar parte de las experiencias únicas que les puede brindar practicar los deportes de aventura.

Además, se busca promocionar la información digital mediante las redes sociales como principal fuente de información a los turistas nacionales y extranjeros.

**Tabla 3.** Resumen de resultados de las entrevistas.

PLAN DE EJECUCIÓN								
OBJETIVO	Establecer las estrategias de promoción turística de aventura a través de canales de difusión como catálogo digital, redes sociales de difusión, press trips, convenios con influencers de contenido, para poner en escena a la provincia como destino de aventura.							
ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	RECURSOS				RESPONSABLE	INDICADOR	TEMPORALIDAD
		H	T	M	E			
DISEÑO DE CATÁLOGO DIGITAL	1. Inventario de los recursos turísticos del lugar o lugares.	X		X	X	David Tenemaza		6 días
	2. Recopilación de material fotográfico de lugares turísticos		X		X	David Tenemaza		5 días
	3. Diseño de rutas	X		X		David Tenemaza		5 días
	4. Ensamble del catalogo		X	X		David Tenemaza		6 días
DISEÑO PÁGINA DE FACEBOOK	1. Creación de una cuenta en la red social	X			X	David Tenemaza		1 días
	2. Elaboración de la portada e información de la cuenta	X		X		David Tenemaza		3 días
	3. Publicación de fotografías y catalogo digital	X		X		David Tenemaza		2 días
	4. Control continuo de la cuenta			X		David Tenemaza		
ELABORACIÓN DE VIDEO PROMOCIONAL DE SEGURIDAD	1. Selección de los lugares	X		X		David Tenemaza		2 días
	2. Grabación de cortos de video			X	X	David Tenemaza		3 días
	3. Edición y ensamble del video promocional			X	X	David Tenemaza		8 días
	4. Publicación y promoción del video en Fan page		X	X		David Tenemaza		1 día

PLANIFICACIÓN DE EVENTO PROMOCIONAL = FERIA	1. Búsqueda de la fecha para la promoción	X				David Tenemaza		1 día
	2. Selección del material promocional	X	X	X	X	David Tenemaza		2 días
	3. Exposición de equipos de seguridad para la práctica segura	X		X		David Tenemaza		2 días
	4. Clase de demostrativa	X		X		David Tenemaza		2 días
	5. Promoción de las actividades de aventura	X			X	David Tenemaza		2 días

**Elaborado por:** David Tenemaza, 10 de marzo 2023

### **Desarrollo de la propuesta**

El trabajo de investigación propone generar material promocional digital, mediante la creación de un catálogo digital donde agrupe los mejores lugares para la práctica de las actividades, material audiovisual de la práctica del canyoning y la espeleología y la creación de una página promocional en la red social Facebook como medio de difusión de la propuesta de promoción de la provincia de Pastaza como una alternativa de gran potencial y desarrollo en las actividades de aventura.

#### ***Catálogo digital***

El catálogo digital propuesto tiene como objetivo brindar información básica de las actividades de canyoning y la espeleología. Detalle de los lugares idóneos para su práctica, información gráfica de la ubicación y distancia aproximada desde la ciudad del Puyo, además de incluir una selección de fotografías de cada lugar con el fin de promocionar el paisaje natural, la gastronomía típica de la zona, las actividades

culturales, las normas de seguridad y equipos para una práctica segura de las actividades de aventura. Para la elaboración del catálogo digital se realizaron las siguientes actividades:

- Recopilación fotográfica de los atractivos turísticos de los lugares y sitios donde se realizan las prácticas de canyoning y espeleología.
- Elaboración de mapas y rutas para visitar estos sitios turísticos de canyoning y espeleología.
- Información de las poblaciones donde se encuentran, de los atractivos, información técnica de la práctica de espeleología y de canyoning

**El producto final se lo puede revisar en el apéndice C.**



**Figura 12:** Catalogo digital.

**Elaborado por:** David Tenemaza, 10 de marzo 2023

### ***Material audiovisual***

La propuesta del material audiovisual es un video de una duración de 5 minutos, donde en la parte introductoria se muestra cortos de video de la práctica del canyoning y la espeleología en los diferentes atractivos de la provincia de Pastaza.

Además, se incluye una exposición de los equipos utilizados en la práctica con el fin de brindar información y seguridad a los posibles turistas que se animen a practicar tanto las actividades de canyoning como la espeleología.



**Figura 13:** Video promocional.

**Elaborado por:** David Tenemaza, 10 de marzo 2023

### ***Página promocional***

La creación de la página promocional en la red social Facebook, busca ser el medio de difusión y promoción de las actividades de canyoning y espeleología en la provincia de Pastaza. La facilidad en la creación, bajos costos de mantenimiento, el gran alcance que tiene la red social y la inmediatez en la difusión y promoción de contenido es la razón principal para la selección de Facebook como el principal medio de promoción.



**Figura 14:** Pagina promocional.

**Elaborado por:** David Tenemaza, 10 de marzo 2023

### *Planificación de evento promocional*

La planificación del evento promocional se resume en la siguiente tabla

**Tabla 4:** Planificación del evento promocional.

EVENTO	Feria artesanal comercial y gastronómica turística		
FECHA:	05 mayo 2023		
COMISIONES	ACTIVIDADES	Responsable	Temporalidad
PLANIFICACIÓN	Preparación del material promocional digital y material publicitario para el stand	David Tenemaza	2 días
	Selección de los equipos para la exposición de las actividades de turismo de aventura	David Tenemaza	1 días
	Designación del personal humano a cargo del stand en el recinto ferial	David Tenemaza	1 días
LOGÍSTICA	Solicitud de stand en el recinto ferial, pagos de arrendamiento y traslados de los equipos al recinto ferial	David Tenemaza	3 días
PROMOCIÓN	Impresión de material publicitario, exposición de la Fan page y promoción del catálogo digital mediante redes sociales	David Tenemaza	3 días
FINANZAS	Elaboración de presupuesto para la promoción de las actividades del turismo de aventura en la provincia de Pastaza y busca de financiamiento público y privado	David Tenemaza	3 días

PROVEEDORES - ALIANZAS	Invitación a la cámara de turismo de la provincia de Pastaza, la dirección de turismo del GAD de Pastaza y Jaguar Explorer	David Tenemaza	3 días
---------------------------	--	----------------	--------

**Elaborado por:** David Tenemaza, 10 de marzo 2023

### **Metodología por utilizar**

La metodología por utilizar se presenta en la tabla 5.

**Tabla 5.** Metodología promocional

Exposición con actores culturales y actividades de naturaleza
Talleres participativos
Degustaciones y demostraciones
Recorridos en campo

**Elaborado por:** David Tenemaza, 10 de marzo 2023

### **Sistema de evaluación**

Los sistemas de evaluación de resultados de la acogida del producto turístico se presentan en la siguiente tabla.

**Tabla 6.** Sistema de evaluación de promoción.

Evaluación diagnóstica – Lluvia de ideas con los temas desarrollados
Evaluación participativa- Taller y recorridos con los participantes
Evaluación final- Cuestionario de satisfacción

**Elaborado por:** David Tenemaza, 10 de marzo 2023

### **Registro de datos de participantes al proceso**

Para el registro de los participantes en las actividades utilizaremos el siguiente formato que se recoge en la tabla, donde buscamos generar una base de datos de posibles turistas interesados en la práctica de los deportes de aventura.

**Tabla 7.** Tabla de registro de participantes.

		<b>NOMBRE PROYECTO</b> <b>Actividad:</b>		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>CÉDULA IDENTIDAD</b>	<b>TELÉFONO DE CONTACTO</b>	<b>ORGANIZACIÓN / COMUNIDAD</b>	<b>CORREO ELECTRÓNICO</b>

**Elaborado por:** David Tenemaza, 10 de marzo 2023

## CONCLUSIONES

El diagnóstico del potencial turístico que posee la provincia de Pastaza en las actividades de aventura como lo son el canyoning y la espeleología, la identificación de los lugares idóneos para la práctica de estas actividades han permitido crear un material digital visual donde se resalta los encantos naturales e invitan a los turistas nacionales y extranjeros a practicarlos y visitar la provincia de Pastaza.

El estudio estadístico mediante el uso de encuestas nos muestra la viabilidad de nuestra propuesta pues quienes han participado en nuestro estudio son consumidores de las nuevas tecnologías digitales y utilizan las redes sociales como principal fuente de información, a partir de ello podemos potenciar la promoción de servicios turísticos dentro de la provincia de Pastaza.

Conocer el mercado objetivo, permitió conocer los intereses adicionales de los consumidores de servicios turísticos con los cuales se pueden crear actividades complementarias en incluirlas en los próximos catálogos digitales con el fin de impulsar a la provincia de Pastaza como un destino turístico de gran importancia en el país.

La promoción digital de las actividades de aventura como el canyoning y la espeleología resulta ser un producto visualmente atractivo y económicamente viable pues la promoción de estos mediante el uso de redes sociales de consumo masivo tiene un bajo costo y alto impacto.

## **RECOMENDACIONES**

Del proyecto de investigación se desprende la mejora continua de los prestadores de servicio turísticos y la diversificación de estos creando paquetes atractivos donde se combinen actividades varias como el aviturismo, senderismo y canyoning como un solo producto creando expectativa en los consumidores de un producto total e integral a un precio atractivo.

Para la diversificación de los servicios turísticos es necesario una mayor capacitación a los prestadores de servicio para brindar a los usuarios un trato más cordial y ameno que les motiven a promocionar su experiencia con amigos y familiares.

## REFERENCIAS

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). Mexico D.F: Mc Graw Hill. Recuperado el 27 de Febrero de 2023, de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

GADMB, Gobierno Autónomo Municipal Baños de Agua Santa, 3 febrero 2016, Ordenanza que Regula las Operaciones Turísticas de Aventura de las Agencias de Viaje, Operadoras, o Duales en el Cantón Baños, Fiel Web Evolución Jurídica, Ecuador

MINTUR, 14 mayo 2020, Reglamento de Operación Turística de Aventura, Acuerdo Ministerial 5, Ecuador

Secretaría de Desarrollo Sustentable del Gobierno del Estado de Yucatán, 2018- 2024, <https://sds.yucatan.gob.mx/cenotes-grutas/historia-espeleologia.php>

Vidal, Belén, 05 Dic 2019, Business Intelligence y Analítica, Turismo y Tecnología <https://www.wearemarketing.com/es/blog/turismo-y-tecnologia-como-la-tecnologia-revoluciona-el-sector-turistico.html>

UTPL, 17 enero 2020, ¿Cómo Potenciar el Turismo a través de las Tecnologías? <https://noticias.utpl.edu.ec/como-potenciar-el-turismo-a-traves-de-la-tecnologia#:~:text=Además%2C%20hay%20que%20potenciar%20las,través%20de%20un%20código%20QR>

RAE, 2023, <https://dle.rae.es/espeleolog%C3%ADa>

Galiana, Patricia, 16, septiembre, 2020, <https://www.iebschool.com/blog/marketing-digital-marketing-digital-2-marketing-digital/>

Generalitat Valenciana, 04, noviembre, 2019, 10 Herramientas Gratuitas para Impulsar el Turismo en tu Municipio, <https://www.turismecv.com/2019/11/04/10-herramientas-gratuitas-para-impulsar-el-turismo-en-tu-municipio/>

GADPPZ, 2018, Historia De La Provincia De Pastaza, <https://pastaza.gob.ec/pastaza/historia-de-la-provincia-de-pastaza/>

Lipps, E., & Remia, M.t. (2010). Herramientas para el Turismo Sustentable en Cavernas y Túneles. Espeleología Ambiental.

Entorno Turístico, (28abril2017), PromociónTurística: Qué es y cual es su importancia para los Destinos Turísticos, <https://www.entornoturistico.com/promocion-turistica-importancia-los-destinos-turisticos/>

Ministerio de Turismo, Acuerdo Ministerial 5, Registro Oficial Edición Especial 573 de 14-may.-2020. Reglamento de Operación Turística de Aventura.

Ledesma Zamora, Oscar, 2000, El Pasado en el presente de Puyo: 1930-1960,

Editorial Pedagógica Freire, Ecuador

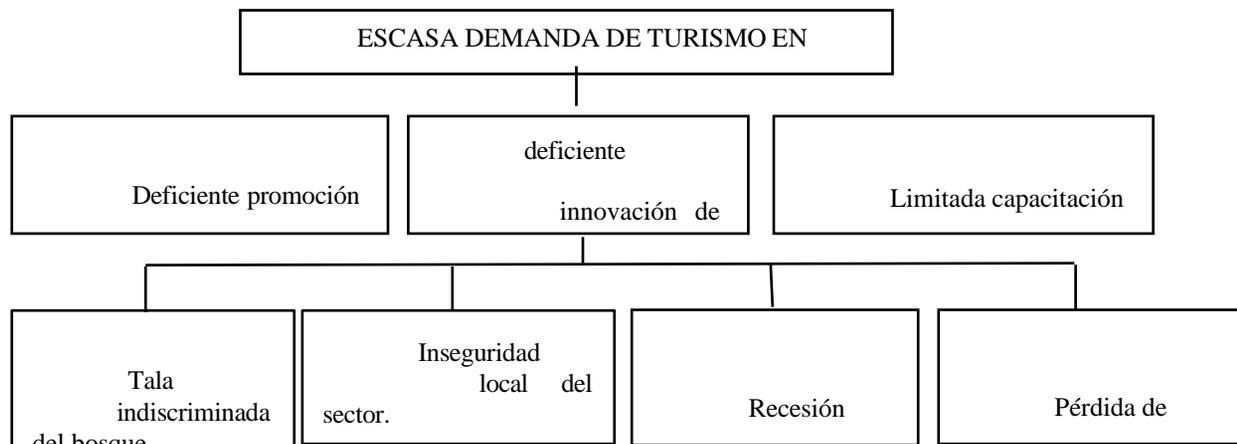
"Espeleología". Autor: Equipo editorial, Etecé. De: Argentina. Para: Concepto.de. Disponible en: <https://concepto.de/espeleologia/>. Última edición: 3 de octubre de 2020. Consultado: 05 de enero de 2023.

OSTELEA, 12 sept 2019, <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/que-tipos-de-turismo-existen-y-cuales-triunfaran-en-2020>

*Baños, un carismático y tranquilo lugar al pie de un volcán – Ministerio de Turismo* . (s.f.). Gob.ec. Recuperado el 23 de junio de 2023, de <https://www.turismo.gob.ec/banos-un-carismatico-y-tranquilo-lugar-al-pie-de-un-volcan/>

## APÉNDICE

### APÉNDICE A. árbol de problemas



## APÉNDICE B. Entrevistas

### Entrevista 1

*Entrevistado:* Dra. July Sarmiento (presidenta Cámara de Turismo de Pastaza y ejecutiva del hotel Sarmiento Imperial)

*Entrevistador:* David Tenemaza

Fecha:

1. *¿Considera que se ha dado impulso a las actividades de deportes de aventura en la provincia, por parte de las entidades públicas?*

No

2. *¿Considera que la actividad del canyoning tiene potencial actualmente en la provincia?*

Si

3. *¿Considera que la espeleología puede tener el potencial para su promoción en la provincia?*

Si

4. *De las siguientes opciones, ¿Qué material considera que sería viable lanzarlo, para promocionar el turismo de la provincia?*

Videos Promocionales

Revista digital

Fotografías

Blogs

Post cast

Facebook live

Recorridos virtuales

5. *¿Por qué medios digitales serían los más óptimos para promocionar la provincia?*

Redes sociales

Plataformas turísticas

Páginas web

Blogs

## Entrevista 2

*Entrevistado: Ing. Madelyn Regalado (directora de Turismo GAD Municipal de Pastaza)*

*Entrevistador: David Tenemaza*

*Fecha:*

1. *¿Considera que se ha dado impulso a las actividades de deportes de aventura en la provincia, por parte de las entidades públicas?*

No

2. *¿Considera que la actividad del canyoning tiene potencial actualmente en la provincia?*

Si

3. *¿Considera que el espeleología puede tener el potencial para su promoción en la provincia?*

Si

4. *De las siguientes opciones, ¿Qué material considera que sería viable lanzarlo, para promocionar el turismo de la provincia?*

Videos Promocionales

Revista digital

Fotografías

Blogs

Post cast

Facebook live

Recorridos virtuales

5. *¿Por qué medios digitales serían los más óptimos para promocionar la provincia?*

Redes sociales

Plataformas turísticas

Páginas web

Blogs

### Entrevista 3

*Entrevistado:* Mónica Quemal

*Entrevistador:* David Tenemaza

Fecha:

1. *¿Considera que se ha dado impulso a las actividades de deportes de aventura en la provincia, por parte de las entidades públicas?*

No

2. *¿Considera que la actividad del canyoning tiene potencial actualmente en la provincia?*

Si

3. *¿Considera que la espeleología puede tener el potencial para su promoción en la provincia?*

Si

4. *De las siguientes opciones, ¿Qué material considera que sería viable lanzarlo, para promocionar el turismo de la provincia?*

Videos Promocionales

Revista digital

Fotografías

Blogs

Post cast

Facebook live

Recorridos virtuales

5. *¿Por qué medios digitales serían los más óptimos para promocionar la provincia?*

Redes sociales

Plataformas turísticas

Páginas web

Blogs

## Entrevista 4

*Entrevistado:* Msc. Nelly Durán (representante del Ministerio de Turismo en Pastaza)

*Entrevistador:* David Tenemaza

Fecha:

1. *¿Considera que se ha dado impulso a las actividades de deportes de aventura en la provincia, por parte de las entidades públicas?*

Si

2. *¿Considera que la actividad del canyoning tiene potencial actualmente en la provincia?*

Si

3. *¿Considera que el espeleoturismo puede tener el potencial para su promoción en la provincia? Si*

4. *De las siguientes opciones, ¿Qué material considera que sería viable lanzarlo, para promocionar el turismo de la provincia?*

Videos Promocionales	<input type="checkbox"/>	Revista digital	<input type="checkbox"/>
Fotografías	<input type="checkbox"/>	Blogs	<input type="checkbox"/>
Post cast	<input type="checkbox"/>	Facebook live	<input checked="" type="checkbox"/>
Recorridos virtuales	<input type="checkbox"/>		

5. *¿Por qué medios digitales serían los más óptimos para promocionar la provincia?*

Redes sociales	<input type="checkbox"/>	Plataformas turísticas	<input checked="" type="checkbox"/>
Páginas web	<input type="checkbox"/>	Blogs	<input checked="" type="checkbox"/>