



**DISEÑO DE UNA RUTA ECOTURÍSTICA PARA EL CANTÓN MORONA,  
PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO.**

## **TRABAJO DE TITULACIÓN**

**PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL TÍTULO  
DE INGENIERA EN ECOTURISMO**

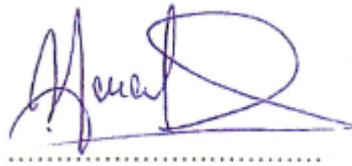
**EILYN MARITHZA QUEZADA GALLARDO**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO  
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

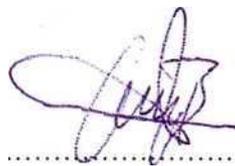
**RIOBAMBA – ECUADOR**

**2015**

EL TRIBUNAL DE TRABAJO DE TITULACIÓN, CERTIFICA QUE: El trabajo de investigación titulado "DISEÑO DE UNA RUTA ECOTURÍSTICA PARA EL CANTÓN MORONA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO", de responsabilidad de la señorita egresada Eilyn Marithza Quezada Gallardo, ha sido prolijamente revisada, quedando autorizada su presentación y defensa.



Ing. Renato Herrera  
**DIRECTOR**



Ing. Carlos Cajas  
**MIEMBRO**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE RECURSOS NATURALES**  
**ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

**Macas, Junio de 2015.**

## **DEDICATORIA**

*Quiero dedicar el esfuerzo y el tiempo empleado para llegar a la culminación del presente trabajo, a mi motor de lucha personal, Andrea y Luis Angel. Son mi motivación y mi deseo de superación constante, cada paso que doy es por y para ustedes, mi mayor satisfacción es ser su orgullo eternamente.*

*Eilyn.*

## **AGRADECIMIENTO**

*Levantaré mis ojos al cielo para agradecer al Creador, permitirme concretar esta meta en mi vida.*

*A la ESPOCH, Institución académica que me brinda esta oportunidad. A cada uno de sus docentes que compartió conmigo de sus conocimientos y amistad a lo largo del trayecto. De manera especial a los Ingenieros; Renato Herrera y Carlos Cajas, de su aporte aprendí mucho.*

*A mi familia entera, mi esposo; Bladimir, mis padres; Wilma y Andrés, mis hermanos; Alexis, Joan y Brandon por el apoyo incondicional cuando fue necesario, y por sus muestras de cariño y aliento, el impulso para continuar con la marcha.*

*A todos quienes contribuyeron de una u otra manera a cumplir este reto y que resultaría complejo numerar. Les estaré infinitamente agradecida.*

*Eilyn*

## I N D I C E

<b>I. DISEÑO DE UNA RUTA ECOTURÍSTICA PARA EL CANTÓN MORONA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO .....</b>	<b>1</b>
<b>II. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>A. JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>2</b>
<b>B. OBJETIVOS .....</b>	<b>4</b>
1. OBJETIVO GENERAL .....	4
2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	4
<b>C. HIPÓTESIS DE TRABAJO .....</b>	<b>4</b>
<b>III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA .....</b>	<b>5</b>
<b>A. CONCEPTUALIDADES GENERALES .....</b>	<b>5</b>
1. Ecoturismo .....	5
2. Producto turístico .....	5
3. Ruta turística .....	6
<b>B. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO .....</b>	<b>6</b>
1. Diagnóstico .....	7
2. Inventario de atractivos turísticos .....	9
3. Análisis FODA .....	12
<b>C. DISEÑO TÉCNICO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS .....</b>	<b>13</b>
1. Paquete .....	13
2. Pasos para el diseño de paquetes turísticos .....	14
a. Estudio de Mercado .....	14
b. Selección de servicios turísticos .....	26
c. Definición de categorías .....	27
d. Programación de actividades .....	28
e. Identificación y caracterización de productos turísticos .....	28
f. Análisis de costos .....	29
g. Presentación técnica y comercial del paquete .....	30
<b>D. EVALUACIÓN Y JERARQUIZACIÓN DE RUTAS .....</b>	<b>30</b>
1. Criterios para la evaluación de rutas temáticas .....	31
<b>IV. MATERIALES Y MÉTODOS .....</b>	<b>40</b>
<b>A. CARACTERÍSTICAS DEL LUGAR .....</b>	<b>40</b>
<b>B. METODOLOGÍA .....</b>	<b>42</b>
1. Evaluación del potencial turístico del cantón Morona .....	42
b. Inventario de atractivos turísticos .....	43
c. Análisis Situacional .....	43

3. Evaluación y jerarquización de la ruta .....	49
<b>V. RESULTADOS.....</b>	<b>50</b>
<b>A. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DEL CANTÓN.....</b>	<b>50</b>
1. Diagnóstico situacional .....	50
2. Inventario de atractivos turísticos .....	114
3. Análisis situacional .....	138
<b>B. DISEÑO TÉCNICO DE LA RUTA.....</b>	<b>138</b>
2. Conceptualización de la ruta .....	193
3. Propuesta de empaquetamiento.....	199
4. Requerimientos de operación de la ruta .....	221
<b>C. EVALUACIÓN Y JERARQUIZACIÓN DE LAS RUTAS .....</b>	<b>233</b>
1. Análisis de ejes estratégicos.....	233
2. Aplicación de Matriz.....	236
<b>VI. CONCLUSIONES.....</b>	<b>238</b>
<b>VII. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>239</b>
<b>VIII. RESUMEN .....</b>	<b>240</b>
<b>IX. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>242</b>
<b>X. ANEXOS.....</b>	<b>245</b>

## INDICE DE TABLAS

Cuadro No.1 Conceptos base para determinar mercado objetivo .....	24
Cuadro No. 2. Procedimiento para obtener mercado objetivo .....	25
Cuadro No. 3. Identificación y caracterización de los productos turísticos .....	29
Cuadro No. 4. Evaluación de rutas turísticas .....	39
Cuadro No. 5. Zonas de vida del cantón Morona.....	41
Cuadro No. 6. Distribución política del cantón Morona .....	50
Cuadro No. 7. Distribución étnica de la población de Morona.....	54
Cuadro No. 8. Población por género del cantón Morona.....	56
Cuadro No. 9. Nivel de Instrucción del habitante de Morona.....	58
Cuadro No. 10. Rama de ocupación del habitante del cantón Morona.....	59
Cuadro No. 11. Establecimientos de salud del cantón Morona.....	66
Cuadro No. 12. Cooperativas de transporte interprovincial.....	68
Cuadro No. 13. Operadores de transporte intercantonal .....	70
Cuadro No. 14. Transportación interna del cantón Morona .....	71
Cuadro No. 15. Clasificación ecológica del cantón Morona.....	76
Cuadro No. 16. Flora representativa del cantón Morona .....	81
Cuadro No. 17. Fauna/ Mamíferos del cantón Morona.....	83
Cuadro No. 18. Fauna/ Reptiles del cantón Morona .....	87
Cuadro No. 19. Fauna/ Anfibios del cantón Morona .....	92
Cuadro No. 20. Fauna/ Aves del cantón Morona .....	99
Cuadro No. 21. Atractivos turísticos parroquia Macas .....	114
Cuadro No. 22. Atractivos turísticos de la parroquia Sevilla Don Bosco .....	117
Cuadro No. 23. Atractivos turísticos de la parroquia Cuchaentza.....	119
Cuadro No. 24. Atractivos turísticos de la parroquia Sinaí .....	121
Cuadro No. 25. Atractivos turísticos de la parroquia Rio Blanco .....	122
Cuadro No. 26. Atractivos turísticos de la parroquia General Proaño .....	124
Cuadro No. 27. Atractivos turísticos de la parroquia Zuñac .....	125
Cuadro No. 28. Atractivos turísticos de la parroquia 9 de Octubre.....	126
Cuadro No. 29. Atractivos turísticos de la parroquia San Isidro.....	127
Cuadro No. 30. Matriz FODA.....	130
Cuadro No. 31. Establecimientos de alojamiento del cantón Morona .....	140
Cuadro No. 32. Establecimientos de alimentación y bebidas .....	142
Cuadro No. 33. Centros de recreación y diversión del cantón Morona .....	144
Cuadro No. 34. Agencias de viaje del cantón Morona.....	145
Cuadro No. 35. Ingresos de turistas al PNS zona baja.....	147
Cuadro No. 36 Género del turista nacional.....	149
Cuadro No. 37. Provincia/Ciudad de procedencia del turista nacional.....	151
Cuadro No. 38. Aceptación de la ruta de la ruta ecoturística de parte del turista.....	167
Cuadro No. 39. Género del turista nacional.....	170
Cuadro No. 40. Predisposición del turista extranjero a contratar un paquete turístico en Morona.....	174
Cuadro No. 41. De qué manera lleva sus viajes el turista extranjero.....	175

Cuadro No. 42. Aceptación de la ruta de parte del turista extranjero.....	184
Cuadro No. 43. Principales competidores del cantón Morona.....	187
Cuadro No. 44. Atractivos turísticos de la zona 1.....	194
Cuadro No. 45. Atractivos turísticos de la zona 2.....	195
Cuadro No. 46. Atractivos turísticos de la zona 3.....	196
Cuadro No. 47. Atractivos turísticos de la zona 4.....	197
Cuadro No. 48. Alojamiento/Cabañas del Valle.....	199
Cuadro No. 49. Alojamiento/ Hostería Las Tolitas.....	200
Cuadro No. 50. Alojamiento Hostal Casa Blanca.....	201
Cuadro No. 51. Alojamiento/ Hotel Heliconia.....	202
Cuadro No. 52. Alojamiento/ Hostal Don Humbert.....	203
Cuadro No. 53. Alimentación / Rincón del sabor.....	204
Cuadro No. 54. Alimentación/El Cafetal.....	204
Cuadro No. 55. Transporte/ Coop. Macas Ltda.....	205
Cuadro No. 56. Transporte/ Compañía Trujama.....	205
Cuadro No. 57. Transporte/ Compañía Cutucú.....	206
Cuadro No. 58. Transporte/ Compañía Rayo de Luna.....	206
Cuadro No. 59. Transporte/ Cooperativas de taxi.....	207
Cuadro No. 60. Paquete No.1 "Aventura Verde".....	208
Cuadro No. 61. Paquete No. 2 "Extrema adrenalina".....	211
Cuadro No. 62. Paquete No.3.....	214
Cuadro No. 63. Costos paquete No.1.....	217
Cuadro No. 64. Costos paquete No.2.....	219
Cuadro No. 65. Costes paquete No.3.....	220
Cuadro No. 66. Módulo No.1.....	222
Cuadro No. 67. Módulo No. 2.....	224
Cuadro No. 68. Módulo No.3.....	226
Cuadro No. 69. Matriz de evaluación de la ruta.....	236

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No.1. Esquema para diseño de paquete turístico .....	14
Gráfico No.2. Mapa de la macro localización y división política del cantón Morona .....	51
Gráfico No. 3. Autodefinition del habitante de Morona.....	53
Gráfico No. 4. Pirámide Poblacional cantón Morona .....	56
Gráfico No. 5. Cobertura del agua en el cantón Morona .....	61
Gráfico No. 6. Cobertura de la energía en el cantón Morona .....	62
Gráfico No. 7. Formas de eliminación de excretas en el cantón Morona .....	63
Gráfico No. 8. Eliminación de desechos en Morona.....	64
Gráfico No. 9. Mapa del sistema hídrico del cantón Morona .....	78
Gráfico No. 10. Edad del turista nacional .....	149
Gráfico No. 11. Nivel de instrucción del turista nacional .....	150
Gráfico No. 12. Ocupación del turista nacional .....	150
Gráfico No. 13. Motivación del viaje del turista nacional .....	152
Gráfico No. 14. Tiempo de estancia del turista nacional .....	152
Gráfico No. 15. Con quién suele viajar el turista nacional. ....	153
Gráfico No. 16. Promedio de gasto diario del turista nacional .....	153
Gráfico No. 17. Predisposición del turista nacional a contratar un paquete turístico en Morona.....	154
Gráfico No. 18. Modalidad de viaje del turista nacional .....	154
Gráfico No. 19. Trimestre que suele tomar el turista nacional vacaciones .....	155
Gráfico No. 20. Número de personas que conforman el grupo de viaje .....	156
Gráfico No. 21. Línea de producto de preferencia del turista nacional.....	156
Gráfico No. 22. Atractivo que le gustaría visitar en el cantón Morona.....	157
Gráfico No. 23. Actividades de preferencia del turista nacional.....	158
Gráfico No. 24. Tipo de alojamiento que gusta el turista nacional .....	158
Gráfico No. 25. Alimentación que prefiere el turista nacional.....	159
Gráfico No. 26. Medio de comunicación por el cual obtiene información turística .....	160
Gráfico No. 27. Medios online que utiliza el turista nacional .....	160
Gráfico No. 28. Buscadores utilizados por el turista.....	161
Gráfico No. 29. Redes Sociales utilizadas por el turista .....	161
Gráfico No. 30. Videos utilizados por el turista .....	162
Gráfico No. 31. Webs de viajes conocidas por el turista.....	162
Gráfico No. 32. Prensa escrita utiliza por el turista .....	163
Gráfico No. 33. Revistas turísticas utilizadas por los turistas .....	164
Gráfico No. 34. Nivel de satisfacción del turista con relación a la cantidad de información turística.....	165
Gráfico No. 35. Nivel de percepción de los productos turísticos de Morona .....	166
Gráfico No. 36. Atractivos turísticos de Morona que conoce el turista .....	167
Gráfico No. 37. Edad del turista extranjero .....	170
Gráfico No. 38. Nivel de instrucción del turista extranjero .....	171
Gráfico No. 39. Ocupación del turista extranjero .....	171

Gráfico No. 40. País de procedencia del turista extranjero .....	172
Gráfico No. 41. Motivo de visita del turista extranjero .....	172
Gráfico No. 42. Tiempo de estancia del turista extranjero .....	173
Gráfico No. 43. Con quién viaja el turista extranjero .....	173
Gráfico No. 44. Gasto promedio por día del turista extranjero .....	174
Gráfico No. 45. Trimestre del año que toma vacaciones el turista extranjero .....	175
Gráfico No. 46. Número de personas con las que viaja el turista extranjero .....	176
Gráfico No. 47. Línea de producto que prefiere el turista extranjero .....	176
Gráfico No. 48. Atractivo que le gustaría visitar el turista extranjero.....	177
Gráfico No. 49. Actividad de preferencia del turista extranjero .....	177
Gráfico No. 50. Alojamiento que gusta al turista extranjero.....	178
Gráfico No. 51. Alimentación que gusta el turista extranjero .....	178
Gráfico No. 52. Medios de comunicación por el cual el turista obtiene información turística..	179
Gráfico No. 53. Medios online frecuentados por el turista extranjero .....	180
Gráfico No. 54. Buscadores utilizados por el turista extranjero .....	180
Gráfico No. 55. Redes sociales utilizada por el turista extranjero .....	181
Gráfico No. 56. Webs de viajes y turismo visitadas por el turista.....	181
Cuadro No. 57. Revistas de turismo utilizadas por el turista extranjero .....	182
Gráfico No.58. Nivel de satisfacción del turista con respecto a información de Morona.....	183
Gráfico No. 59. Apreciación del turista de los productos turísticos de Morona .....	183
Gráfico No. 60. Atractivos turísticos que conoce el turista extranjero.....	184
Gráfico No. 61. Mapa de la ruta ecoturística Morona.....	198
Gráfico No. 62. Mapa del circuito No. 1 de la ruta.....	210
Gráfico No. 63. Mapa del circuito No.2 de la ruta.....	213
Gráfico No. 64. Mapa del circuito No.3 de la ruta.....	216
Gráfico No. 65. Señales informativas de destino .....	229
Gráfico No. 66. Vallas de soporte tubular .....	229
Gráfico No. 67. Pórticos tubulares.....	230
Gráfico No. 68. Señales de aproximación.....	230
Gráfico No. 69. Pictograma con poste .....	231
Gráfico No. 70. Tótems.....	232

# **I. DISEÑO DE UNA RUTA ECOTURÍSTICA PARA EL CANTÓN MORONA, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO**

## **II. INTRODUCCIÓN**

La importancia del turismo como industria económica ha sido consolidada durante los últimos años, consecuencia de su rápido y vertiginoso crecimiento el año pasado alcanzó la cifra récord de 1.138 millones de llegadas de turistas internacionales lo que significó un crecimiento anual del 4,7% a nivel mundial. (OMT, Barómetro. 2014).

Al Ecuador arribaron 1'557. 006 turistas durante el 2014 y para este año se prevé incrementos, pues solo en el primer trimestre de este año se observa un incremento del 6,4% en relación al año anterior. (MINTUR, 2015).

Este hecho ha promovido, la necesidad imperiosa de que muchos países, han venido planteando y ejecutando planes de desarrollo turísticos para potencializar las ventajas competitivas de los mismos, posicionar una imagen y fortalecer la infraestructura de los atractivos turísticos.

El Ecuador para su programa de difusión turística a nivel internacional ha dividido su territorio en cuatro mundos: Galápagos, Costa, Andes y Amazonía. Cada uno de ellos ha sido representado simbólicamente bajo un eje temático común, catalogado como rutas; así encontramos la del “Spondylus” en el litoral, la de “Los Volcanes” en los andes y del “Yaku Ñambi” o ruta del agua en la Amazonía ecuatoriana y que corresponde a la región en donde se desarrollará el presente trabajo de titulación.

El cantón Morona situado en la provincia de Morona Santiago es parte de la extensa ruta del “Yaku Ñambi”, repositorio de escenarios de infinita belleza, ofrece a propios y visitantes la majestuosidad de sus recursos hídricos combinados con la alta diversidad de su flora y fauna extraordinaria.

Desde esta visión general, para que se concrete y funcione el sistema como tal, es vital de que los diferentes destinos dentro de sus circunscripciones territoriales macro o micro busquen potencializar sus recursos a través de una puesta en valor integral de los mismos

donde se creen y definan nuevos productos turísticos. Así, el turismo al igual que otras actividades económicas, puede crear productos a partir de la oferta turística de atractivos y servicios existentes en un destino determinado, la concreción de nuevos productos turísticos permite diversificar la oferta turística existente, revitalizarla y fortalecerla.

Su contribución directa sirve para incrementar la posición competitiva del destino, para integrar los componentes dispersos, para responder a las exigencias y necesidades de mercados actuales pero sobre todo para lograr los objetivos de desarrollo de cada destino.

El presente trabajo propone el diseño de una ruta ecoturística como una línea de producto para el cantón Morona, la misma que busca intervenir en el sector de manera que se fortalezca al centro turístico local, coadyuve al posicionamiento del destino Morona a nivel regional y nacional y promueva el desarrollo intensivo de estrategias de promoción.

## **A. JUSTIFICACIÓN**

Tomando en cuenta las cifras en relación a la afluencia turística como un indicador de la eficiencia del sector, el turismo en sus diversos tipos y modalidades se inscribe plenamente en una estrategia para el desarrollo.

El cantón Morona constituye un espacio geográfico atrayente y apacible donde es notorio el paisaje exuberante de la naturaleza en su máxima expresión, dispone de los recursos naturales y culturales y de las condiciones físicas favorables para el desarrollo de la actividad turística.

A pesar de aquello, el sector no ha manifestado connotación en el quehacer diario y productivo del cantón, es aún un lugar poco conocido por el turista nacional y extranjero, no refiere como destino turístico baluarte del Ecuador y su crecimiento está relativamente por debajo del contexto nacional.

Entre algunos de los aspectos que influyen en la realidad de esta condición se observa la escasa y deficiente oferta de productos turísticos específicos y plenamente diferenciados, que le permita al visitante movilizarse por el territorio, para así conocer sitios de interés o disfrutar de actividades culturales, recreativas, que hagan placentera su estadía.

Esto muestra por último que no se está potenciando ni promocionando las principales características socioculturales, naturales y económicas del cantón Morona.

Morona Santiago cuenta con un Plan de Ordenamiento Territorial participativo impulsado por el Gobierno Provincial y que constituye la línea base para el emprendimiento de las diferentes acciones por parte de todos los actores sociales involucrados en el desarrollo local, en el mismo consta el apartado correspondiente al subsistema económico, el programa 13 que hace referencia a la gestión integral de un turismo sostenible.

A su vez este plan detalla algunos proyectos, entre ellos se menciona por ejemplo la investigación y diseño de rutas de turismo especializado en ecología, ornitología, espeleología; he aquí la necesidad de dar respuesta a dicho planteamiento con la propuesta de diseño de una ruta ecoturística en el cantón Morona.

Con la realización de la ruta se pretende motivar y fortalecer el sector turístico local, integrar cada uno de sus recursos y componentes potenciales de forma que se pueda incrementar su competitividad a fin que permita conceptualizar a Morona como destino turístico. Aportando así al cumplimiento de los objetivos a largo plazo estipulados en el plan y que consiste en el posicionamiento de destino Morona a nivel nacional e internacional.

## **B. OBJETIVOS**

### **1. OBJETIVO GENERAL**

Diseñar una ruta ecoturística para el cantón Morona, provincia de Morona Santiago.

### **2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Evaluar el potencial turístico del cantón
2. Desarrollar el diseño técnico de la ruta
3. Evaluar y jerarquizar la ruta.

## **C. HIPÓTESIS DE TRABAJO**

El diseño de una ruta ecoturística en el cantón Morona en base a la demanda existente nos permitirá diversificar su oferta turística mejorando su competitividad en el mercado.

### **III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA**

#### **A. CONCEPTUALIDADES GENERALES**

##### **1. Ecoturismo**

Para una mejor comprensión y visión del término ecoturismo se ha tomado como referencia varios planteamientos:

Uno de los primeros conceptos inherentes a esta temática fue aportado por Lascuráin considerado también como el padre del ecoturismo.

"Aquella modalidad turística ambientalmente responsable, consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales" (CEVALLOS, H. 1993 en MADER, 2011).

Luego, una versión más reciente detalla que:

Ecoturismo es el viaje a zonas frágiles y prístinas, por lo general protegidas, cuyo objetivo es ser de bajo impacto y (generalmente) a pequeña escala. Ayuda a educar al viajante; suministra fondos para la conservación del medio ambiente; beneficia directamente el desarrollo económico y la soberanía de las comunidades locales; y fomenta el respeto a diferentes culturas y los derechos humanos. (HONNEY, 2000).

##### **2. Producto turístico**

“El producto turístico sería el conjunto de combinaciones e interacción sinérgica de múltiples prestaciones, tangible e intangibles, que se ofrecen a un consumidor llamado turista durante toda su experiencia y hacia un espacio, (destinado) deseado, con el objeto de satisfacer sus necesidad y deseo. (PONS, 2000 en SANHUEZA, 2011).

Posteriormente otro concepto señala que:

“Un sistema de componentes ensamblados, capaces de hacer viajar a la gente para realizar actividades que satisfacen sus necesidades, otorgándoles beneficios y satisfacción de manera integral”. (SECTUR, 2008).

### **3. Ruta turística**

“La creación de un clúster de actividades y atracciones que incentivan la cooperación entre diferentes áreas y que sirven de vehículo para estimular el desarrollo económico a través del turismo”. (BRIEDENHANN Y WICKENS, 2003 en LÓPEZ Y SANCHEZ, 2008).

Así también se describe más ampliamente que:

La “Ruta Turística” puede ser definida como un itinerario o recorrido temático propio de una comunidad o área geográfica, que permite el conocimiento de sus valores y atractivos más particulares, capaz de atraer visitantes y motivar su desplazamiento a lo largo de ella, visitando los atractivos, realizando actividades y utilizando los servicios que han sido habilitados con ese objeto. (SERNATUR, 2007).

## **B. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO**

Según la Organización Mundial de Turismo la evaluación del potencial turístico de una zona permitirá determinar el territorio correspondiente en el que se llevará a cabo el proyecto de desarrollo turístico una evaluación precisa del potencial turístico del territorio constituye una excelente base de adopción de decisiones para los organismos de desarrollo, ya que les permitirá minimizar los riesgos de implicarse en malas inversiones. (OMT en TIERRA, 2010).

Por ello evaluar el potencial turístico local conlleva dos fases fundamentales, se describen a continuación:

**Primera fase:** El análisis de la situación turística existente, es decir una fase inicial en la que se analiza la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado en esta fase nos referimos específicamente al estudio de mercado.

**Segunda fase:** El diagnóstico de la potencialidad turística que comparando los resultados del análisis de la situación permitirá identificar los puntos fuertes y débiles del territorio, las oportunidades y los riesgos, y por último, decidir la conveniencia o no del turismo en la zona.

La segunda fase se divide en dos partes:

Análisis del Potencial Turístico del área o el inventario de atractivos naturales y culturales y de la declaratoria de la imagen turística de la zona.

Diagnóstico de las Características Generales del área que correspondería al análisis situacional. (TIERRA, 2010).

## **1. Diagnóstico**

El término diagnóstico proviene del griego *diagnostikós* formado por el prefijo *dia* =“a través” y *gnosis* = “conocimiento”, “apto para conocer”; por lo tanto, se trata de un “conocer a través” o un “conocer por medio de”, esta primera aproximación al término nos permite precisar el concepto al que se quiere llegar. Es así como la palabra diagnóstico es utilizada en diferentes momentos o contextos, para hacer referencia a la caracterización de una situación, mediante el análisis de algunos eventos. (COTABAB, 2011).

Aportando al desarrollo del concepto se afirma que:

Ander-Egg, desarrolla su concepción del diagnóstico a partir de ubicarlo dentro de la primera fase de la estructura básica de procedimiento -estudio, investigación y diagnóstico-, considerando que para actuar hay que tener un conocimiento de la realidad que se quiere modificar disponiendo de los datos básicos y su correspondiente análisis e interpretación.

El diagnóstico es situacional porque trata fundamentalmente sobre la relación entre actores sociales y sus acciones; y la realidad que los condiciona es una situación, es necesario que se centre en identificar las posibles determinaciones y relaciones causales que inciden en la producción de los fenómenos sociales y delimitar las posibilidades de acción". (ARTEAGA Y GONZÁLES, 2001).

#### **a. Sistemas que desarrolla el diagnóstico**

##### **1) Sistema ambiental:**

Corresponde al patrimonio natural que sostiene y condiciona las diversas actividades de la población. También puede denominarse sistema biofísico. Se debe establecer la situación general del medio ecológico o físico natural del cantón, en el marco del diagnóstico ambiental provincial: sus potencialidades y limitaciones para el desarrollo de las actividades de la población; con opción a medidas de acción afirmativa para personas y colectivos en situación de desventaja; las condiciones de sustentabilidad; las amenazas naturales y socio-naturales existentes y potenciales; y las opciones y condiciones para acoger las actividades y a la población.

Los principales componentes son clima, ecosistemas, agua, suelo, aire, recursos naturales no renovables, topografía, geología y geomorfología. (SENPLADES, 2011).

##### **2) Sistema económico:**

Comprende al conjunto e interrelación de factores vinculados con el desarrollo de la economía integral del territorio y las opciones o potencialidades que pueden aprovecharse para fomentar el logro del Buen Vivir. Debe establecerse la situación general de la economía del cantón: condición económica de la población con las desagregaciones requeridas por los enfoques de igualdad; opciones de desarrollo endógeno; opciones para el desarrollo de emprendimientos que generen trabajo y empleo; potencialidades y recursos con los que puede contarse; factores de concentración y redistribución de la riqueza. (SENPLADES, 2011).

### 3) **Sistema sociocultural:**

La parte social comprende la dinámica poblacional, las características demográficas, las formas de organización de las y los actores sociales, el aporte a la cogestión del territorio; lo cultural se refiere al conjunto de valores que componen las identidades y culturas de los grupos poblacionales. Apunta a la identificación de las desigualdades de los diferentes grupos poblacionales asentados en los territorios respecto al ejercicio de sus derechos sociales, políticos y culturales, mostrando problemas específicos para hacer visibles patrones de discriminación y exclusión. (SENPLADES, 2011).

### 4) **Sistema político-institucional:**

Comprende el campo del desarrollo organizacional general, tanto de la institución municipal (y sus actores territoriales) cuanto de las instancias desconcentradas de gobierno, para cumplir con las competencias y roles que les asignan la Constitución y las leyes pertinentes. (SENPLADES, 2011).

## 2. **Inventario de atractivos turísticos**

Según el MINTUR (2004) El inventario de atractivos es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a conformar la oferta turística del país.

### a. **Atractivo turístico**

El conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante. (MINTUR, 2004).

Otra definición para los atractivos o denominados también recursos turísticos es:

Son los que motivan y generan desplazamientos de los turistas hacia determinado lugar para realizar en éste actividades propias de las características del destino y su

equipamiento Son la base sobre la que se desarrolla la actividad turística, e incluyen elementos de la naturaleza, cultura e historia, así como las instalaciones para el ocio.

El SNIP resalta de manera especial la importancia que tiene al constituirse como la base de un producto turístico integral.

#### **b. Clasificación de los atractivos**

Según la metodología propuesta por el MINTUR (2004) estos se clasifican en dos grandes grupos: Sitios Naturales y Manifestaciones culturales, dichas categorías se agrupan en tipos y subtipos.

Dentro de la categoría Sitios Naturales se reconocen los tipos: montañas, planicies, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos, costas o litorales, ambientes marinos, tierras insulares, sistema de áreas protegidas.

Dentro de la categoría Manifestaciones Culturales se reconocen los tipos: históricos, etnográficos, realizaciones técnicas y científicas, realizaciones artísticas contemporáneas y acontecimientos programados.

#### **c. Evaluación y jerarquización**

La jerarquía se establece a partir de la suma de los valores asignados a cada valor y en función de los puntos obtenidos se determina el rango jerárquico donde se ubica el atractivo. (MINTUR, 2004).

Estos rangos son:

1 a 25 puntos	Jerarquía I
26 a 50 puntos	Jerarquía II
51 a 75 puntos	Jerarquía III
76 a 100 puntos	Jerarquía IV

Los atractivos una vez jerarquizados deberán responder más o menos a las siguientes características:

**1) JERARQUÍA IV:**

Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz de motivar por sí solo una importante corriente de visitantes actual o potencial.

**2) JERARQUÍA III:**

Atractivos con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje del internacional, ya sea por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos.

**3) JERARQUÍA II:**

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

**4) JERARQUÍA I:**

Atractivo sin mérito suficiente para considerarlo a nivel de jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico. (MINTUR, 2004).

**d. Declaración de la imagen turística de la zona**

Según Tierra (2010) la formulación de la declaratoria de la imagen de un sitio turístico está en función del conocimiento de las características del área y de los atractivos, así como de la evaluación de éstos últimos (atractivos).

Para realizar la declaratoria de la imagen turística de la zona se procede a:

- Codificar las fichas de inventarios
- Procesar las fichas
- Analizar los cuadros por: tipos de atractivos, por características, calidad ambiental, aptitud turística por atractivo, jerarquía por atractivo.
- Declaratoria de la imagen turística.

Para la redacción de la declaratoria de la imagen turística se debe describir:

- El número de los atractivos identificados en el sitio turístico, indicando a que categoría y tipos corresponden.
- Analizar el valor procesado de la media del estado de conservación, de la percepción del entorno y de la posibilidad de desarrollar actividades turísticas en base a los parámetros establecidos.
- Analizar la estructura porcentual, respecto de la jerarquía lo cual nos indica hacia qué mercado turístico es factible su promoción y futura comercialización

Toda esta descripción permite formular una declaratoria que se constituye en una imagen turística inicial. (TIERRA, 2010).

### **3. Análisis FODA**

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual del objeto de estudio (persona, empresa u organización, etc) permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permite, en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados. (TIERRA, 2010).

En efecto, según la OMT, se analiza de forma integrada e interrelacionada todos los elementos del sistema turístico con la finalidad de determinar la potencialidad turística del lugar, calcular las limitaciones de crecimiento, segmentar el mercado objetivo,

identificar los productos potenciales y obtener resultados que permitan el direccionamiento del plan y la toma de decisiones. (OMT en RICAURTE, 2009).

**a. FORTALEZAS.**

Las principales ventajas (comparativas), capacidades y recursos, en los cuales el sistema turístico local se puede apoyar para llegar a concretar la visión u objetivo de desarrollo. Identificar las fortalezas de cada uno de los elementos del sistema turístico.

**b. DEBILIDADES.**

Razones, circunstancias reales o percibidas, conflictos internos por las cuales el sistema turístico no funciona bien (no se orienta hacia la visión u objetivos). Identificar las debilidades de cada uno de los elementos del sistema turístico.

**c. OPORTUNIDADES.**

Circunstancias externas favorables que el sistema turístico local puede aprovechar para avanzar hacia la visión. Identificar las oportunidades económicas, ambientales, sociales o políticas que pueden afectar positivamente al desarrollo del sistema turístico.

**d. AMENAZAS.**

Aspectos desfavorables en el entorno, que pueden perturbar el desarrollo del sistema turístico local. Identificar las amenazas económicas, ambientales, sociales o políticas que impedir o retrasar el avance hacia la visión u objetivos de desarrollo.

**C. DISEÑO TÉCNICO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS**

**1. Paquete**

Es la combinación de los servicios turísticos (alojamiento, alimentación, transporte, etc.) dentro de un tiempo determinado. (GAMBOA, Comp. 2010).

A esta definición también se complementa una condicionante que consiste en; siempre que dicha prestación sobrepase las 24 horas o incluya una noche de estancia.

Se puede definir como un conjunto de servicios y atractivos que se venden por un tiempo y precio fijo. (LÓPEZ, 2003. en VALENCIA s.f).

## 2. Pasos para el diseño de paquetes turísticos

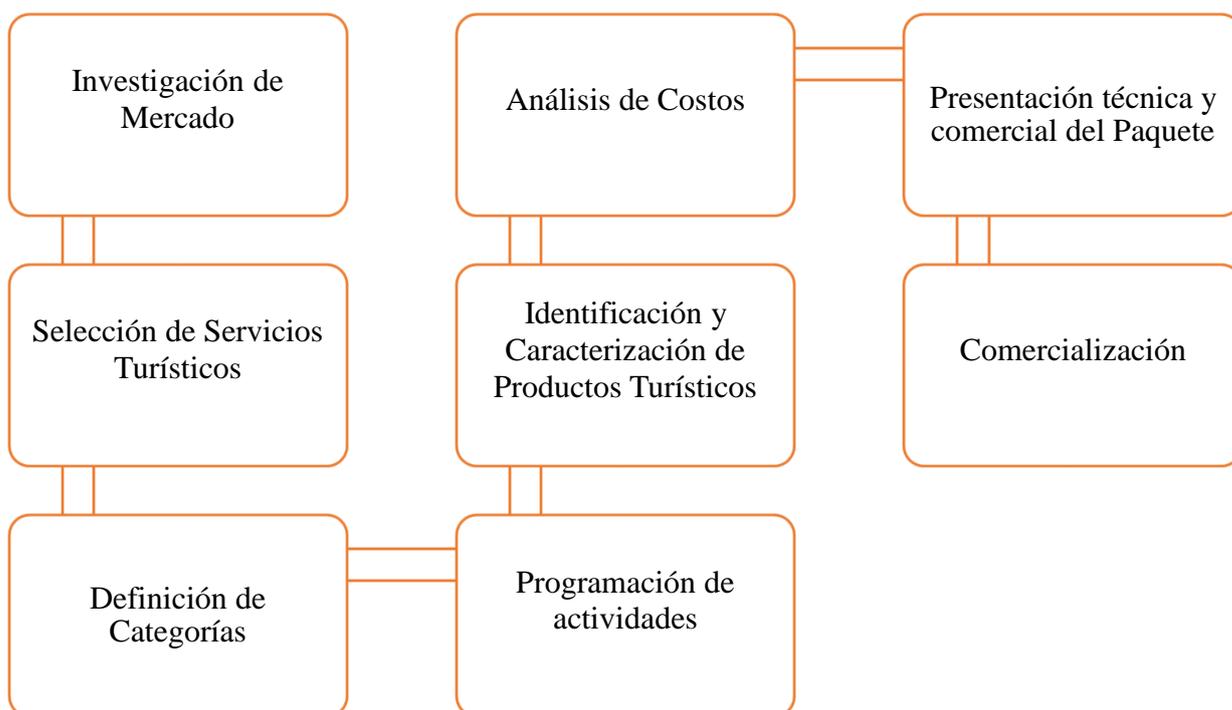


Gráfico No.1. Esquema para diseño de paquete turístico

### a. Estudio de Mercado

El mercado es el punto de encuentro entre la demanda y la oferta y por lo tanto está controlado por los componentes de estos dos conceptos. Cada uno de ellos tiene sus variables propias que lo identifican y sobre las que hay que realizar un trabajo importante para conocerlas e identificarlas, dado que en ello está el éxito o fracaso del negocio turístico.

## **1) Técnicas y herramientas para la elaboración de un estudio de mercado**

### **a) Según la procedencia de los datos**

- Fuentes de datos primarias.
- Fuentes de datos secundarias.

#### **i. Fuentes primarias**

Cuando dicha fuente ha sido creada expresamente para proporcionar los datos que nos resultan de interés. Implica la elaboración de encuestas para obtener datos tanto como objetivos como subjetivos. (CEII, 2010)

#### **ii. Fuentes secundarias**

Las fuentes de datos secundarias van a representar un papel importante también en el transcurso de nuestra investigación. Este tipo de fuentes son aquellas que contienen datos genéricos, estadísticos o cualitativos, son informes y estudios que no han sido diseñados específicamente para el tratamiento del problema o el asunto que nos proponemos investigar pero que contienen datos relacionados.

Cuando se consulta una fuente que había sido previamente creada, bien con un propósito investigador distinto del nuestro, para disponer de un fondo estadístico general. (CEII, 2010)

### **b) Según la tipología de la información a obtener:**

Existen dos grandes grupos:

- Cuantitativas.
- Cualitativas.

### **i. Técnicas cuantitativas**

Son aquellas que nos permiten medir, o cuantificar como su nombre indica el alcance de un determinado fenómeno. Por ejemplo, nos permiten averiguar, cuántas personas de determinado grupo de consumidores estarían dispuestas a adquirir un determinado producto a un precio estipulado. (CCII, 2010).

La investigación cuantitativa basa su análisis en la información que proporciona los datos y fuentes de información. Los resultados obtenidos del análisis cuantitativo deben de explicar el comportamiento de la población que se quiere estudiar, de ahí la importancia de la precisión estadística en la obtención de la muestra, en los diseños de los cuestionarios y en las fuentes de información utilizadas en la investigación cuantitativa. (OMT, 2001).

Las dos técnicas más usuales de tipo cuantitativo son:

- Encuestas
- Paneles.

### **ii. Técnicas cualitativas**

La investigación cualitativa es una estrategia usada para responder a preguntas sobre los grupos, comunidades e interacciones humanas y tiene una finalidad descriptiva de los fenómenos de interés o predictiva de los fenómenos turísticos, o de los comportamientos humanos y su relación con el turismo. (OMT, 2001).

Estas técnicas nos facilitan información del por qué, o sea de las razones por las que existen determinados hábitos de consumo o de actuación en general. También nos aportan muchas otras cosas, como las preferencias de uso, las estéticas, necesidades ergonómicas, deficiencias que perciben en los productos actuales, los temores, el desconocimiento, la simpatía que despiertan, u otros temas más difíciles de averiguar por ser opiniones mucho más complejas y difíciles de obtener mediante un sondeo masivo. (CEII, 2010).

Las técnicas cualitativas más importantes son:

- Observación directa
- Entrevista en profundidad
- Reuniones en grupo.

## 2) Análisis de la demanda

### a) La demanda turística

Tal como refiere la OMT, la población demandante de servicios turísticos está conformada por el total de personas que viaja o desea viajar para usar las instalaciones y servicios turísticos ubicados en lugares distintos al de residencia y trabajo de los usuarios. Por lo tanto, está formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de servicios turísticos, de quienes se asume demandarán los servicios turísticos públicos.

*El servicio turístico público, que genera la “unidad productiva de turismo”, se da a partir del conjunto de instalaciones turísticas y el recurso turístico, debido a que la visita incluye la utilización de los servicios que ofrecen ambos de forma conjunta y que es percibido como una unidad integral. La unidad de medida para la demanda del servicio turístico es visita/día o visita/año. Se asume que cada visitante demandará un servicio integral expresado en una visita. (OMT, 2001).*

Para una mejor comprensión y estudio de la demanda la OMT ha realizado la siguiente clasificación.

- **Demanda efectiva:** Número actual de personas que participan en la actividad turística como compradores de los servicios y que tienen los medios y voluntad para hacerlo. Es una variable de fácil medición y sobre la que se deben centrar todos los estudios de fidelización del cliente.
- **Demanda Latente:** Formada por las personas que no participan en la actividad turística (no viajan), por algún motivo relacionado con variables que afectan a la demanda.

Dentro de esta clase hay dos grupos claramente diferenciados

- **Demanda Potencial:** No ha viajado por un motivo determinado pero podrían hacerlo en el futuro, por ejemplo problemas de renta o de disponibilidad familiar para viajar (tener niños, enfermedades, etc.).
- **Demanda diferida:** No ha podido viajar por algún problema relacionado con el entorno o causada por problemas de la oferta, por ejemplo desastres naturales, limitaciones de la oferta, problemas de billeteaje, etc.

## b) **Determinantes de la demanda turística**

La demanda turística es el factor clave de los estudios de mercado y el concepto al que se ha dedicado más energía y dinero dentro de los campos de la investigación. A pesar de ello, solo son conocidos algunos de los factores que la condicionan así como sus principales características. Cuando más se conoce sobre estas variables es más amplio el conocimiento que se tiene sobre la demanda. Buscamos obtener con ello la definición del perfil de los turistas. (OMT, 2001).

### i. **Determinantes sociológicos:**

Son relativos a las características personales de las unidades demandantes. Fundamentalmente son:

- Edad.
- Sexo.
- Nacionalidad
- Estado civil.

### ii. **Determinantes económicas:**

Hace referencia a las condicionantes económicas de la unidad demandante.

- Actividad económica
- Ocupación profesional
- Nivel de renta.

**iii. Con respecto al viaje:**

Formado por conceptos que definen las características propias del viaje tales como son:

- Propósito o motivo de la visita
- Forma de compra u organización del viaje
- Duración de estancia.

**3) Análisis de la oferta****a) Oferta turística**

El conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en destino determinado para su disfrute y consumo (OMT, 2001).

Estos bienes y servicios se utilizan en la actividad turística a continuación una clasificación propuesta por la OMT.

**i. Bienes y servicios específicos.**

Aquellos directamente relacionados con el cliente turístico. Productos característicos que en ausencia del fenómeno turístico desaparecerían por completo o su consumo se veía sensiblemente disminuido. Se asocian al turismo hoteles, paquetes turísticos, restaurantes, servicios ocio y recreo en zonas turísticas.

**ii. Productos asociados o conexos:**

Son consumidores en cantidades significativas por los visitantes, aunque en ausencia de turismo seguirían siendo consumidos por los residentes por ejemplo los taxis, transporte interurbano, museos, teatros.

Bienes y servicios no específicos: Aquellos relacionados indirectamente con el cliente turístico (Centros de salud, gasto farmacéutico, supermercados, etc.).

#### 4) El Muestreo

En un universo de trabajo en donde se desea aplicar un análisis estadístico, cuando el muestreo cubre a todos los elementos de la población, se realiza un censo. En muchos de los casos, la realización de un censo no es posible por ser muy costoso, muy extenso o que la muestra se destruya como resultado del análisis. En tales oportunidades se debe practicar un análisis muestral. La muestra es una parte seleccionada de la población que deberá ser representativa, es decir, reflejar adecuadamente las características que deseamos analizar en el conjunto en estudio. (TORRES Y PAZ, 2011).

Se pueden realizar diferentes tipos de muestreo, que quedan clasificados en dos grandes grupos: probabilísticos y no probabilísticos.

En el **muestreo probabilístico**, todos los individuos o elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser incluidos en la muestra extraída, asegurándonos la representatividad de la misma.

Así encontramos diferentes tipos, descritos por CASAL MATEU (2003):

- **Aleatorio simple:** Consiste en extraer todos los individuos al azar de una lista (marco de la encuesta).
- **Sistemático:** En este caso se elige el primer individuo al azar y el resto viene condicionado por aquél.
- **Estratificado:** Se divide la población en grupos en función de un carácter determinado y después se muestrea cada grupo aleatoriamente, para obtener la parte proporcional de la muestra.
- **Conglomerados:** Se divide la población en varios grupos de características parecidas entre ellos y luego se analizan completamente algunos de los grupos, descartando los demás. Dentro de cada conglomerado existe una variación importante, pero los distintos conglomerados son parecidos.

El segundo gran conjunto es el **muestreo no probabilístico**, donde se seleccionan los elementos de la muestra de acuerdo a determinados criterios previamente establecidos. Este tipo de muestreo se utiliza cuando el probabilístico resulta muy costoso, teniendo presente que no sirve para hacer generalizaciones puesto que no existe certeza de que la muestra extraída tenga representatividad, puesto que no todos los elementos de la población tiene la misma probabilidad de ser seleccionados.

- **Muestreo por cuotas** que presupone un buen conocimiento de los estratos de la población y se selecciona a los elementos o individuos más representativos.
- **Muestreo de opinión o intencional** en donde deliberadamente se obtienen muestras de grupos focales.
- **Muestreo casual o incidental** cuando se selecciona directa a intencionadamente a los elementos de la muestra.
- **Muestreo bola de nieve** en donde algunos elementos seleccionados de la muestra conducen a otros y estos a otros hasta conseguir una muestra adecuada en tamaño.
- **Muestreo discrecional** en donde los elementos de la muestra son seleccionados con el encuestador de acuerdo a criterios que él considera de aporte para el estudio. (TORRES Y PAZ, 2011).

#### a) **Cálculo del tamaño de la muestra**

A continuación se presenta la propuesta metodológica descrita por TORRES Y PAZ que señala que:

Para determinar el tamaño de una muestra se deberán tomar en cuenta varios aspectos, relacionados con el parámetro y estimador, el sesgo, el error muestral, el nivel de confianza y la varianza poblacional.

Definimos a continuación cada uno de ellos.

El **parámetro** se refiere a la característica de la población que es objeto de estudio.

El **estimador** es la función de la muestra que se usa para medirlo.

El **error muestral**, siempre se comete ya que existe una pérdida de la representatividad al momento de escoger los elementos de la muestra. Sin embargo, la naturaleza de la investigación nos indicará hasta qué grado se puede aceptar.

El **nivel de confianza**, por su parte, es la probabilidad de que la estimación efectuada se ajuste a la realidad; es decir, que caiga dentro de un intervalo determinado basado en el estimador y que capte el valor verdadero del parámetro a medir.

#### **i. Tamaño de muestra para proporciones**

Cuando deseamos estimar una proporción, debemos conocer varios aspectos:

**El nivel de confianza o seguridad** ( $1 - \alpha$ ). El nivel de confianza prefijado da lugar a un coeficiente ( $Z\alpha$ ). Para una seguridad del 95%,  $Z\alpha = 1.96$ , para una seguridad del 99%,  $Z\alpha = 2.58$ . (Estos valores provienen de las tablas de la distribución normal  $Z$ )

La **precisión** que deseamos para el estudio.

Una idea del valor aproximado del **parámetro** que queremos medir (en este caso una proporción). Esta idea se puede obtener revisando la literatura, por estudio pilotos previos. En caso de no tener dicha información utilizaremos el valor  $p = 0.5$  (50%). El problema que puede enfrentarse en un estudio de investigación es la cantidad de información con la que se cuente; específicamente se pueden tener dos casos: desconocer la población del fenómeno estudiado, o bien, conocerla.

#### **ii. Cálculo del tamaño de la muestra desconociendo el tamaño de la población.**

La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se desconoce el tamaño de la población es la siguiente:

$$n = \frac{Za^2 \times p \times q}{d^2}$$

En donde,

Z = nivel de confianza,

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = probabilidad de fracaso

D = precisión (error máximo admisible en términos de proporción).

### iii. Cálculo del tamaño de la muestra conociendo el tamaño de la población.

La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se conoce el tamaño de la población es la siguiente:

$$n = \frac{N \times Za^2 \times p \times q}{d^2 \times (n - 1) + Za^2 \times p \times q}$$

En donde,

N = tamaño de la población

Z = nivel de confianza,

P=probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = probabilidad de fracaso

D = precisión (error máximo admisible en términos de proporción). (MURRAY Y LARRY, 2005).

## 5) Determinar el mercado objetivo

Se trata de determinar cuáles son los parámetros de segmentación de nuestro mercado potencial. En definitiva, debemos concretar el perfil de nuestros potenciales clientes, para, más adelante, perfeccionarlo al definir el segmento de mercado al que pertenece nuestro público.

Se trata del público objetivo o target-group. Consiste en el conjunto de personas físicas y/o jurídicas, individuos, consumidores, clientes, etc. Que pertenecen a ese nicho de mercado que hemos decidido segmentar. Son, en definitiva, los individuos que componen nuestro mercado potencial.

Con base en los datos recogidos de las estadísticas demográficas y de la muestra piloto, se procede a definir el mercado objetivo, para determinar el número de compradores potenciales insatisfechos. (IZQUIERDO, 2011 en CEEI,2010).

### **Procedimiento para determinar la demanda objetivo**

#### **i. Conceptos referenciales**

Es importante analizar los siguientes conceptos que son la base del procedimiento.

Cuadro No.1 Conceptos base para determinar mercado objetivo

<b>POBLACIÓN</b>	<b>TURISTAS</b>	<b>ESCURSIONISTAS</b>
<b>Población de referencia</b>	Arribos de turistas al distrito donde se ubica el centro soporte.	Población local cuya visita al recurso turístico sea menor a 24 horas. (No requiere pernociación)
<b>Población demandante potencial</b>	Turista que tiene la disposición a realizar actividades turísticas relacionadas con el recurso turístico que se intervendrá en el proyecto.	Población de referencia, que tiene la disposición a realizar actividades turísticas.
<b>Población demandante efectiva</b>	Turista que visitarán el recurso turístico y hará uso de las instalaciones turísticas, para la realización de la actividades turísticas.	Individuos que visitarán el recurso turístico y hará uso de las instalaciones turísticas, para la realización de la actividades turísticas.

(Fuente: SNIP, 2010).

## ii. Procedimiento

Según la metodología del SNIP (2010) se expone el siguiente planteamiento:

### ○ Cuando hay información:

Se analiza de forma directa la demanda efectiva: Es determinada a partir de los visitantes que llegan actualmente al recurso turístico y hacen uso de las instalaciones turísticas.

La información se obtendrá a partir del reporte y/o registro de visitantes al recurso turístico.

### ○ Cuando no hay información:

Para hallar la demanda efectiva se analiza desde la población referencial, a partir de la población de referencia y la población demandante potencial respectiva; en base a la información obtenida de la encuesta a visitantes.

Cuadro No. 2. Procedimiento para obtener mercado objetivo

<p style="text-align: center;"><b>DEMANDA REFERENCIAL</b></p>	<p><b>¿Cómo se obtiene?</b> <i>Turistas:</i> A partir del flujo anual de arribos al distrito, provincia o región donde se ubica el centro soporte.</p>	<p style="text-align: center;">INFORMACIÓN SECUNDARIA</p>
<p style="text-align: center;"><b>DEMANDA POTENCIAL</b></p>	<p><b>¿Cómo se obtiene?</b> Obtener la proporción de visitantes dispuestos a realizar actividades turísticas afines con el tipo de turismo que desarrollará el proyecto, este porcentaje se conoce como factor del demanda potencial (Fdp).</p>	<p style="text-align: center;">ENCUESTA TURÍSTICA</p>

<p style="text-align: center;"><b>DEMANDA EFECTIVA</b></p>	<p><b>¿Cómo se obtiene?</b></p> <p>Obtener el proporción de visitantes dispuestos a la adquisición (uso y pago) de los servicios turísticos públicos que ofrecerá el proyecto, este porcentaje se le conoce como factor de demanda efectivo (Fde)</p>	<p>ENCUESTA TURÍSTICA</p>
--	---	-------------------------------

(Fuente: SNIP, 2010).

a) **Pronóstico del mercado**

El pronóstico es un proceso de estimación de un acontecimiento futuro, sobre la base de datos del pasado, los que se combinan sistemáticamente en forma predeterminada para hacer la estimación. (EVERETH et al. 1991).

Las proyecciones utilizarán para cálculo la fórmula del interés compuesto.

$$C_o = C_n (1+i)^n$$

Dónde:

$C_o$  = Año a proyectar

$C_n$  = Demanda actual: turistas nacionales y extranjeros

$I$  = Incremento de turismo nacional e internacional (7%)

$N$  = El año a proyectarse (1–10).

b. **Selección de servicios turísticos**

1) **Servicios turísticos**

Son el conjunto de medios y actividades que facilitan la estancia y el bienestar del viajero. Lógicamente los servicios que se analizan son las que se encuentran en el destino de turístico.

Los servicios turísticos elegidos conforme al criterio de la demanda y del técnico, se convierten en nuestros proveedores.

Los proveedores deben ser de total confianza, siempre considere un proveedor de respaldo. (GAMBOA, M. Comp. 2010).

### **c. Definición de categorías**

Las categorías de los paquetes turísticos pueden ser determinadas de conformidad con el nivel de dificultad técnica y por la exigencia personal requerida.

#### **1) Por nivel de dificultad**

Se entiende por dificultad técnica el grado de conocimiento y experiencia exigida al participante con relación a la utilización de equipamiento idóneo, manejo de técnicas requeridas por la actividad específica o por una de las actividades programadas.

- a) Principiante: Sin conocimiento de las técnicas y del manejo del instrumental requeridos por la actividad. Sin experiencia en las actividades.
- b) Avanzado. Con algún conocimiento sobre las técnicas y el manejo del instrumental requerido por la actividad y con experiencia en la práctica de la actividad.
- c) Experto: Alto grado de conocimientos sobre las técnicas y del manejo del instrumental requerido por la actividad y con experiencia en la práctica de la actividad.

#### **2) Por la exigencia personal**

Se entiende por exigencia personal al requerimiento de capacidad física y mental/emocional del participante para afrontar con éxito la actividad programada.

- a) Baja: Exige solamente capacidad de desplazamiento individual.

- b) Moderada: Exige resistencia para soportar el desarrollo de una actividad prolongada.
- c) Alta: Exige un estado físico que garantice resistencia y fuerza para soportar el desarrollo de la actividad sin afectar el disfrute de la actividad y el logro del objetivo propuesto.
- d) Extrema: Las particularidades de la actividad podrían requerir llevar el límite de la resistencia el esfuerzo físico y mental del participante. Se evidencia un mayor nivel de riesgo. (GAMBOA, M. Comp. 2010).

#### **d. Programación de actividades**

##### **1) Itinerario**

El origen de la palabra en el vocablo latino *itinerarius* permite hacer referencia al rumbo, orientación y descripción de un determinado trayecto o travesía.

Por lo tanto, un itinerario es la dirección y descripción de un camino o recorrido que incluye menciones a los lugares, paradas y sitios de visita que pueden encontrarse a lo largo del recorrido.

Quien programa un paquete debe tener un dossier de itinerarios y sugerencias del paquete de viaje. Se recomienda realizar el recorrido y consultar a practicantes que realicen el itinerario piloto programado. (GAMBOA, M. Comp. 2010).

#### **e. Identificación y caracterización de productos turísticos**

Se deben tomar en cuenta los siguientes criterios y asignarle a cada uno de ellos sus propias características.

Cuadro No. 3. Identificación y caracterización de los productos turísticos

<b>Criterio</b>	<b>Características específicas</b>
DENOMINACIÓN	Corresponde al nombre de identificación y/o comercialización del producto
DURACIÓN DE LA ESTANCIA	Número de días/noches
TEMPORALIDAD	Temporada de operación
MODALIDADES DE TURISMO	Modalidades de turismo incluidas en el producto
ACTIVIDADES TURÍSTICAS	Actividades como pesca, caminatas, cabalgatas, etc., a ser desarrolladas
ATRATIVOS TURÍSTICOS	Potencialidad en función de las jerarquías de los atractivos
PLANTA TURÍSTICA	Identifica los establecimientos de hospedaje y alimentación considerando: denominación, tipos, categorías, número de plazas, entre otros.
INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA BÁSICA	Agua, sanidad, energía y transporte
ZONA DE INFLUENCIA	Identificación geográfica de la operación del producto: comunidad, parroquia, cantón, provincia.
DEMANDA	Identifica el tipo de demanda que capta el producto nacional / internacional
PRECIOS	Precio de venta del producto

(Fuente: GAMBOA, Comp. 2010).

#### **f. Análisis de costos**

Los costos y la fijación de precios de un paquete turístico permiten ordenar los trámites financieros (egresos generales y los costos fijos) en los que se incurre al contratar los servicios de diferentes agencias de turismo y/o servicios, así como en la adecuada racionalización de un precio competitivo. Es preciso determinar los costos fijos o generales y variables individuales. (GAMBOA, M. Comp. 2010).

- 1) Costos Generales: Son todos aquellos valores que se pagan en forma grupal: Transporte, Eventos culturales, Guías.
- 2) Costos Variables: Son todos aquellos valores que se pagan en forma individual; Hospedaje, Alimentación, Ingresos a sitios, Souvenirs.

**g. Presentación técnica y comercial del paquete**

- Nombre del paquete: Corto y llamativo
- Codificación Numeración
- Duración : Horas / Días/ Noches
- Carácter: Historia/Naturaleza/Cultura/Aventura.
- Tiempo de las actividades: Inicio Duración.
- Itinerario: Atractivos naturales y culturales, actividades, tiempos, sitios.
- Dificultad. Fácil. Moderado, difícil.
- Precio: Por número de pasajeros
- Servicios que se incluyen
- Servicios que no se incluyen
- Observaciones: requerimientos para la visita, condiciones para reservaciones, impedimentos.
- Mapa y fotografía

**h. Comercialización**

La comercialización se entiende como el momento en que se pone a través de un intermediario o directamente un producto o servicio turístico en manos de un consumidor. (GAMBOA, Comp. 2010).

**D. EVALUACIÓN Y JERARQUIZACIÓN DE RUTAS**

Consiste en el análisis individual de cada ruta, con el fin de calificarla en función de la información y las variables seleccionadas (CAJAS, 2008).

## **1. Criterios para la evaluación de rutas temáticas**

### **a. Ámbito Organizacional**

Constituye uno de los ejes de mayor relevancia, debido a que el desarrollo de actividades debe estar enmarcado siempre dentro de un marco organizativo sólido, capaz de gestionar, administrar, controlar y evaluar las actividades ejecutadas en el contexto territorial. De este modo, se lo considera importante en la estructuración de rutas turísticas y productos, como un eje transversal que permita su desarrollo enmarcado en la sostenibilidad ambiental, socio – económica y cultural.

#### **1) Gobiernos Locales – Incidencia pública**

Gobiernos locales que hayan firmado el convenio de transferencia de competencias en el ámbito turístico es decir, que sean municipios descentralizados y como tales tengan la capacidad de gestionar y dictaminar ordenanzas, leyes y reglamentos para el desarrollo de la actividad turística, tendrán una mejor ponderación correspondiente a 8 puntos, en tanto que los municipios no descentralizados pero que de una u otra manera estén desarrollando actividades turísticas tendrán una valoración máxima de 2 puntos y los municipios no descentralizados que no ejerzan acciones en el ámbito turístico tendrán una valoración de 0.

##### **a) Descentralizados**

Gobierno local que cuente con herramientas de/para:

##### **i. Planificación**

Plan Estratégico y Plan Operativo Anual (POA), presencia del Consejo Cantonal de Turismo y una Comisión de Turismo en el pleno del Consejo Municipal.

**ii. Control para la prestación de servicios turísticos a nivel cantonal**

Evidencia de un plan de inspecciones para la actualización del catastro turístico que incluya la participación de organizaciones como Dirección de Salud, Bomberos, CAPTUR, Intendencia, Policía de migración, MINTUR. Estadísticas Turísticas actualizadas.

**b) No Descentralizados:**

Gobierno local que cuente con herramientas de/para:

**i. Planificación**

Plan estratégico y Plan Operativo Anual.

**ii. Control para la prestación de servicios turísticos a nivel cantonal**

Estadísticas turísticas actualizadas.

**iii. Difusión y promoción de productos y/o atractivos turísticos**

A través de medios elaborados para este fin.

**2) Organizaciones privadas y comunitarias – Incidencia**

Organizaciones que tengan injerencia directa en el sector turístico mediante el desarrollo de la actividad y/o que puedan apoyar al desarrollo turístico en el ámbito privado: Empresa privada, Organismos no Gubernamentales ONGs, Organizaciones de cooperación Internacional; y en el ámbito comunitario organizaciones como las de tercer grado, segundo y las organizaciones de base, todas jurídicamente constituidas de acuerdo al marco legal existente, considerando que la actividad turística de gestión comunitaria desarrollada en las comunidades de base, pueden ser reconocidas legalmente por el Ministerio de Turismo en calidad de Centros de Turismo Comunitario.

**a) Sector Comunitario****i. Comunidades de base sin reconocimiento legal para desempeñar actividades turísticas**

Que desarrollen actividades turísticas que prestan uno o más servicios turísticos relacionados con hospedaje, alimentación, guianza, transporte y servicios complementarios.

**ii. Comunidades de base con reconocimiento legal para desempeñar actividades turísticas**

Que desarrollen actividades turísticas que prestan uno o más servicios turísticos relacionados con hospedaje, alimentación, guianza, transporte y servicios complementarios, reconocidos por el Ministerio de Turismo como Centros de Turismo Comunitario.

**b) Sector Privado****i. Registrados y Catastrados**

Establecimientos turísticos de hospedaje, alimentación, intermediación, operación, recreación, discotecas y bares que estén debidamente registrados, catastrados y que cuenten con Licencia Única Anual de Funcionamiento.

**ii. No registrados**

Establecimientos turísticos de hospedaje, alimentación, intermediación, operación, recreación, discotecas y bares que no estén debidamente registrados, catastrados y que no cuenten con Licencia Única Anual de Funcionamiento. Pero que sin embargo, cuenten con el permiso de funcionamiento de la Intendencia de Policía.

**c) Organizaciones No Gubernamentales que estén trabajando en el territorio para el desarrollo de la actividad turística**

Que exista al menos una Organización No Gubernamental u organismo de cooperación que apoye el desarrollo de actividades turísticas.

**b. Ordenación del Territorio**

Es una herramienta de planificación del territorio que a través de la identificación de las potencialidades y limitantes del mismo, constituye una base para una adecuada administración y control de los recursos: ambientales, socio – económicos y culturales, logrando un manejo territorial integral y efectivo en materia del turismo.

**1) Identificación y articulación de recursos como potenciales atractivos turísticos**

La ruta debe ser capaz de articular recursos naturales y culturales con potencialidad, que se encuentran dispersos en el territorio con capacidad de integrarse entre si estos puedan ser focales y complementarios para que formen parte de la oferta turística.

**a) Conectividad entre recursos con potencialidad turística**

Que posea como mínimo 2 recursos turísticos con potencialidad en el territorio que permita la realización de circuitos o excursiones de un día que puedan integrarse a la ruta.

**b) Conectividad entre recursos con potencialidad turística y poblados**

Recursos vinculados a centros poblados que presten servicios de hospedaje y alimentación o que la población tenga el interés de incursionar en la actividad turística.

**2) Identificación y articulación de espacios turísticos**

Identificar espacios turísticos con potencialidad, difundidos pero no posicionados en el mercado turístico nacional y/o internacional, los mismos que puedan articularse a

espacios turísticos con mayor potencialidad y posicionados en el mercado turístico nacional y/o internacional para el desarrollo turístico de la zona.

**a) Vías de comunicación**

Que cuente con vías de acceso en un estado aceptable que no implique riesgo para la seguridad del visitante, permitiendo por lo tanto el acceso a los espacios turísticos.

**b) Infraestructura básica**

Poblados cercanos a los recursos con potencialidad turística y que posean servicios de energía eléctrica, agua potable y/o entubada de buena calidad, comunicación, sanidad y transporte.

**c. Jerarquización de los Atractivos**

Para impulsar la actividad turística es necesario contar con atractivos turísticos focales, complementarios y de apoyo, que impulsen el desarrollo turístico del sector, de ahí que, para la estructuración de una ruta turística se requiere identificar, evaluar y jerarquizar los atractivos turísticos que forman parte de la ruta, considerando las jerarquías IV, III, II y I, que pueden atraer la afluencia turística nacional e internacional por el potencial correspondiente a cada una de las jerarquías.

Se debe tomar en cuenta que el momento de evaluar las jerarquías con respecto a los ejes tanto la jerarquía I como II hace referencia a un potencial menor lo cual implicaría menor puntuación, en tanto que los atractivos de jerarquía III y IV, cuentan con mayor potencialidad, por lo que implica una mayor puntuación, de tal manera que si una ruta posee al menos un atractivo de jerarquía VI, puntuación correspondiente es mayor.

**d. Oferta Turística**

Para el diseño de una ruta turística, es necesario que exista en el territorio los elementos necesarios como: patrimonio natural y cultural, servicios turísticos, diversidad de

actividades turísticas y otros elementos indispensables para la ejecución de actividades, que motiven la visitación de una demanda nacional e internacional.

### **1) Patrimonio Natural y Cultural**

El diseño de rutas turísticas fomentará la revalorización y conservación del patrimonio natural y cultural tanto por los residentes como por los visitantes de los sitios turísticos incluidos en la ruta desde la perspectiva de sustentabilidad.

#### **a) Valor Cultural**

Importancia histórico - cultural tanto en el contexto local (que tenga importancia en el contexto local), nacional (cuando posea una declaratoria de patrimonio cultural tangible e intangible, otorgado por las instancias respectivas) e internacional (con declaratoria de patrimonio cultural otorgada por la UNESCO) como parte del patrimonio cultural.

#### **b) Valor Natural**

Importancia en el contexto local (que tenga importancia en el contexto local), nacional (cuando posea una declaratoria de patrimonio natural otorgado por las instancias respectivas) e internacional (con declaratoria de patrimonio natural otorgada por la UNESCO) de los recursos turísticos naturales y biodiversidad existentes en la ruta.

### **2) Servicios Turísticos**

Disponibilidad de servicios turísticos de hospedaje, alimentación, guianza, transportación y recreación que satisfagan las necesidades del turista.

### **3) Diversificación de actividades turísticas**

Los destinos turísticos identificados en la ruta deben presentar atractivos complementarios o actividades turísticas innovadoras contemplándose dentro de ellas la existencia de microempresas comunitarias y/o privadas que aporten a la consolidación de la ruta turística como atractivos de visitación, y que por lo tanto incrementen el interés

del turista por el destino, prolongando su tiempo de permanencia con relación a los siguientes rangos: una microempresa con uno a dos días de permanencia, dos microempresas con tres a cuatro días de permanencia y más de tres microempresas con cuatro días de permanencia.

#### **4) Definición de ejes temáticos**

Identificar los atractivos turísticos existentes en la ruta y que se relacionen a temas de biodiversidad, cultura, arqueología, producción, agrobiodiversidad, historia, lo cual permitirá enfocar a la ruta sobre un eje temático, valorándose en función a la cantidad de ejes identificados así: un eje y más de dos ejes temáticos con su valoración correspondiente.

#### **5) Indicadores Sociales**

Se han priorizado los indicadores sociales relacionados con: índice de pobreza y efecto replica. Esta priorización responde a que, mundialmente el turismo ha sido considerado como una estrategia para la erradicación de la pobreza y complementariamente a ésta acción se genera el efecto réplica como una alternativa capaz de constituirse en un modelo para el desarrollo de nuevas experiencias.

##### **a) Índice de pobreza**

Considerar los sectores que presenten mayores índices de pobreza representados por recintos, parroquias, comunidades y cantones, de acuerdo a datos estadísticos presentados por el INEC. En virtud, de que el turismo es eje de reducción de la pobreza del país y del mundo, se debe visualizar este eje que permita la articulación de estos espacios generando fuentes de empleo que contribuyan a mejorar las condiciones de vida de las poblaciones existentes en la ruta. Para este componente se valorará la ruta en función del porcentaje de pobreza total existente a nivel local en relación al provincial.

**b) Efecto réplica**

Se analizará en la ruta el número de veces que las diferentes experiencias turísticas sean capaces de replicarse en torno a las poblaciones locales inmersas en la ruta, que a su vez sirva como estímulo para la creación de nuevas rutas turísticas basadas en las ya desarrolladas, permitiendo su conectividad a la vez que facilita la generación de nuevas iniciativas con visión micro - empresarial a nivel local diversificando con ello la oferta turística del territorio y contribuyendo al mejoramiento de la economía local.

Con estos criterios se elaboró una Matriz de Evaluación de Rutas Turísticas, misma que incluye un proceso de evaluación y categorización de la ruta, permitiendo identificar la potencialidad para la estructuración de productos turísticos, que por sus características permitirán una integración del territorio del área en estudio y por ende el mejoramiento de las condiciones de vida de las poblaciones asentadas en su trayectoria.

La Evaluación de las Rutas, se complementa con la Asignación de diferentes Categorías, mismas que corresponden a 4 y son: Categoría A, B, C y D. (FIERRO. G, TIERRA. P, PIRAY. M. 2009).

Cuadro No. 4. Evaluación de rutas turísticas

<b>CATEGORÍA</b>	<b>VALORACIÓN</b>
<b>A</b>	75 a 100
<b>B</b>	51 a 75
<b>C</b>	26 a 50
<b>D</b>	1 a 25
<b>CATEGORÍA A</b>	Ruta que cuenta con un mayor porcentaje de los ejes estratégicos demostrando una buena factibilidad de ejecución y potencial turístico a corto plazo, contribuyendo al desarrollo de las poblaciones locales asentadas en su trayectoria.
<b>CATEGORÍA B</b>	Ruta que posee un grado intermedio de los ejes estratégicos, lo que denota, que está en proceso de estructuración y de integración, demostrando que esta ruta tiene potencialidad para la ejecución de un desarrollo turístico a mediano plazo, mediante la participación de los organismos públicos, privados, comunitarios y de las poblaciones locales asentadas en su trayectoria.
<b>CATEGORÍA C</b>	Ruta que presenta limitantes en cuanto a los ejes y criterios, lo cual indica que requiere de mayor fortalecimiento en los ejes estratégicos, permitiendo su potencialidad de ejecución y de desarrollo turístico a largo plazo, para proyectarse a impulsar el desarrollo de las poblaciones locales y del turismo del sector.
<b>CATEGORÍA D</b>	Ruta que presenta serios limitantes en cuanto a los ejes y criterios valorados, demostrando que requiere de un trabajo integral más fuerte, concentrado a mejorar cada uno de los ejes estratégicos, por tanto debe integrarse a las rutas turísticas de mayor jerarquía para lograr su desarrollo turístico al largo plazo.

(Fuente: FIERRO. G, TIERRA. P, PIRAY, M.2009).

#### **IV. MATERIALES Y MÉTODOS**

##### **A. CARACTERÍSTICAS DEL LUGAR**

###### **1. Localización**

El presente trabajo se realizó en el cantón Morona, provincia de Morona Santiago, que limita al norte con Huamboya y Taisha, al sur con Sucúa y Logroño, al este con Taisha y al oeste con los cantones Guamote y Alausí. (PDOTM, 2012)

###### **2. Ubicación Geográfica**

Altitud: 1.070 m.s.n.m.

Latitud: Entre 01° 26' de latitud Sur y 03° 36' de latitud Sur

Longitud: Entre 76° 35 de longitud Oeste y 79° 05' de longitud Oeste. (PDOTM, 2012)

###### **3. Características Climáticas**

Temperatura: 18°– 26° C

Humedad: 80%

Precipitación: 3000 – 4000 mm. /año (PDOTM, 2012).

#### 4. Clasificación ecológica

Cuadro No. 5. Zonas de vida del cantón Morona

CLASIFICACIÓN ECOLÓGICA DEL CANTÓN MORONA		
ZONA	ALTIUD	CARACTERÍSTICAS
<b>BOSQUE SIEMPREVERDE PIEMONTANO</b>	600 y 1.300 m.s.n.m.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ocurre una franja donde el traslape entre las especies amazónicas y andinas es muy obvia.</li> <li>• Pocas especies de árboles de las tierras bajas superan el límite superior de los 1.300 m.s.n.m.</li> <li>• El dosel superior en estos bosques alcanza los 30 m de altura.</li> <li>• El subdosel y sotobosque son muy densos.</li> </ul>
<b>BOSQUE SIEMPREVERDE MONTANO BAJO</b>	1.300 m.s.n.m. y 1.700	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sobre las laderas de la Cordillera Galeras el bosque alcanza los 20-30 m de altura.</li> <li>• El número de especies epífitas y semiepífitas aumenta considerablemente con relación a los bosques de tierras bajas, en especial dentro de las familias Piperaceae, Araceae, Melastomataceae y Orchidaceae.</li> </ul>
<b>MATORRAL HÚMEDO MONTANO BAJO</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sobre las crestas de las colinas de la cordillera Galeras y Cutucú la vegetación es densa, achaparrada, no superior a 8 m de altura.</li> <li>• Alto nivel de endemismo.</li> </ul>

Fuente: Sierra, R. (1999).

## **B. METODOLOGÍA**

La presente es una investigación fundamentalmente aplicada, de tipo no experimental, que se llevó a cabo usando técnicas de revisión bibliográfica y de campo a un nivel exploratorio, descriptivo, analítico y prospectivo; cuyos objetivos se cumplieron la siguiente manera.

### **1. Evaluación del potencial turístico del cantón Morona**

#### **a. Diagnóstico**

Para el levantamiento del diagnóstico situacional del cantón se empleó una revisión documental, de tipo secundaria; para ello se tomó como referencia diferentes estudios que se encuentren relacionados a los diversos ámbitos del accionar cantonal.

Dichas fuentes de información corresponde a entidades locales seccionales, gubernamentales, privadas y ONGs. También se tomó en cuenta publicaciones particulares como libros, artículos, etc.

Los ámbitos desarrollados son los siguientes:

- Socio Cultural
- Económico Productivo
- Político Administrativo
- Ecológico Territorial
- Físico Espacial

Para efecto de los mismos se empleó como guía del proceso el cuadro de ámbitos de la información a recabar del texto básico de Planificación Territorial. (Anexo No. 1).

Con respecto a la información no disponible se recurrió a las fuentes de tipo primario para ello se hizo uso de algunas herramientas técnicas de investigación, por ejemplo se efectuó entrevistas a los actores claves del escenario cantonal.

Se realizó una validación de la información a través de la técnica de observación directa.

#### **b. Inventario de atractivos turísticos.**

Para el proceso de Inventario turístico se aplicó la metodología propuesta por el MINTUR (2004), como herramienta se utilizó la matriz de levantamiento de datos corregida por Cajas y Tierra (2008).

Comprendió una fase de validación de la información existente en relación a los atractivos y recursos turísticos del cantón.

Según los casos así lo requirió se realizaron algunas salidas de campo a las parroquias del cantón para a través de la técnica de la entrevista obtener nuevos recursos turísticos a inventariar.

Una vez seleccionados los recursos se realizó las salidas de campo respectivas. Se elaboró un cronograma de visitas.

Cada uno de los recursos y atractivos turísticos fueron documentados mediante la aplicación de la ficha de caracterización de atractivos.

Para una mejor comprensión y sistematización de la información, para el desarrollo de la ruta turística se elaboró un cuadro resumen de los atractivos turísticos que contiene sus características más importantes.

#### **c. Análisis Situacional**

##### **1) Matriz FODA**

Para concluir esta fase se desarrolló un minucioso análisis y juicio crítico de los diferentes componentes del sistema turístico local se aplicó la matriz FODA. Donde se identificaron los principales aspectos a favor o por el contrario limitante para el desarrollo turístico.

Tomando en cuenta cada uno de los elementos internos que componen el sistema turístico gobernanza, infraestructura, oferta de servicios demanda, atractivos turísticos del cantón, mismo que nos permitió definir en cada uno de ellos las fortalezas y debilidades.

Así también los aspectos externos del sistema que corresponden generalmente a los factores económicos, sociales políticos culturales que afectan de manera positiva o negativa al sistema, pero que no dependen de él, donde se definieron las oportunidades y amenazas.

## **2) Matriz CPES**

A partir de la matriz Foda se elaboró esta matriz, tomando en cuenta las debilidades y amenazas identificadas se trasladaron estos datos a los problemas y así se fueron determinando las causas, los efectos y posibles soluciones para cada uno de ellos.

## **2. Diseño técnico de la ruta**

### **a. Estudio de mercado**

#### **1) Análisis de la Oferta**

Se realizó una revisión bibliográfica de tipo secundaria y primaria según el proceso así lo requirió acudiendo a los gobiernos locales y demás organizaciones vinculadas al turismo en el cantón. Se realizó su caracterización respectiva.

#### **2) Análisis de la Demanda**

En función al desarrollo de la investigación se aplicaron las técnicas mencionadas en la parte bibliográfica en relación a este apartado según el caso y realidad encontrados. Para ello se aplicó la metodología del muestreo probabilístico y la técnica de la encuesta.

### a) **Calculo del tamaño de la muestra**

Durante el proceso de investigación y desarrollo del anteproyecto se pudo determinar que no se dispone de información estadística con respecto a los flujos turísticos en las dependencias locales, por lo tanto se realizó la aplicación de la fórmula cuando se desconoce la población o universo propuesta por Murray Larry.

La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se desconoce el tamaño de la población es la siguiente:

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{d^2 \times (n - 1) + Z_{\alpha}^2 \times p \times q}$$

En donde,

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población (2740)

Z = nivel de confianza, con un 95% (1,96).

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada, con el 5% (0,05%).

Q = (1- p)/ (1 - 0,05= 0,95)

D = precisión (error máximo admisible en términos de proporción) 4%.

### b) **Aplicación de encuestas**

Se elaboró un cuestionario mismo que se encuentra enfocado a conocer las características del producto turístico que queremos implantar y determinar el perfil de turista. (Anexo No.2)

La encuesta fue aplicada por medio de salidas de campo a los turistas nacionales y extranjeros en los diferentes escenarios donde acuden los flujos turísticos, así como terminal terrestre y aérea, agencias y operadores, servidores turísticos, etc.

c) **Análisis y sistematización de datos**

La información recolectada fué sometida a un proceso de tabulación de datos, la misma se encuentra presentada en cuadros estadísticos indicando datos porcentuales y reales.

Este proceso se realizó mediante el uso de hojas de cálculo.

i. **Intervalos de edad**

Para obtener los intervalos de edad se desarrolló el siguiente procedimiento, aplica la fórmula:

$$\text{INTERVALO} = \frac{\text{Recorrido}}{\# \text{ de Grupos } (5 - 10)}$$

$$\text{Recorrido} = \delta \text{Máxima} - \delta \text{Mínima}$$

**Recorrido:** Límite superior de edad (Edad mayor del total de los encuestados) menos el límite inferior de edad (Edad menor del total de los encuestados)

Así:

$$\text{INTERVALO} = \frac{(62 - 15)}{\# \text{ de grupos } (5 - 10)}$$

$$\text{INTERVALO} = \frac{47}{5}$$

$$\text{INTERVALO} = 9$$

Los intervalos de edad quedarían de la siguiente manera:

- De los 15 a 24 años
- De los 24 a los 33 años
- De los 33 a los 42 años

- De los 42 a los 51 años
- De los 51 a los 62 años

#### **d) Determinación del mercado objetivo**

En base a los resultados que arroje la encuesta se realizó este apartado, tomando como guía el Cuadro No.2 del procedimiento de determinación de mercado objetivo el que ayudó a definir cuál es el corresponde a nuestro estudio.

Se realizó la proyección del mismo aplicando la fórmula de interés compuesto.

$$Co = Cn (1+i)^n$$

Dónde:

Co = Año a proyectar

Cn = Demanda actual: turistas nacionales y extranjeros

I = Incremento de turismo nacional e internacional (7%)

N = El año a proyectarse (1-10).

#### **b. Diseño técnico de la ruta**

Se definieron el objetivo y características de concepto de la ruta. Para ello se determinó cada uno de los siguientes criterios:

- Objetivo.
- Características de acuerdo a estudio de mercado.
- Actividades principales y complementarias.
- Se elaboró un mapa temático de la ruta identificando los atractivos que la contiene mediante la aplicación d software ARC GIS.

### **c. Propuesta empaquetamiento**

#### **1) Selección de servicios turísticos**

Tomando en cuenta los resultados de la encuesta, se seleccionaron varios servidores turísticos del catastro levantado en la fase anterior definiendo los posibles proveedores con algunas alternantes de opción para el turista.

Se realizó una caracterización de cada uno de ellos.

#### **2) Definición de categorías**

Tomando en cuenta el grado de dificultad y el nivel de exigencia personal que muestra la ruta según los atractivos y actividades seleccionados se le han asignado las correspondientes categorías. (Bibliografía/Paquetes Turísticos/Definición de categorías Pág 27.)

#### **3) Programación de actividades**

Se elaboraron tres itinerarios de dos días de duración para la propuesta, es flexible donde se incluye tiempos, lugares y actividades diarias.

#### **4) Identificación y caracterización**

Se definieron las características de la ruta en base a cada uno de los criterios señalados en el cuadro de investigación y caracterización de productos turísticos. (Pág 28-29)

#### **5) Análisis de Costos**

Para establecer el precio de los paquetes turísticos se determinaron cuáles son los gastos generales e individuales en que incurre el desarrollo de cada uno de los itinerarios. Se acudió a los diferentes proveedores turísticos para consultares cada uno de los valores

correspondientes, Para un adecuado manejo de los costos se elaborarán tablas de precios de uno a diez pax.

Se hizo uso de hojas de cálculo.

#### **6) Presentación técnica y comercial del paquete**

Se juntaron todos los elementos desarrollados y fueron estructurados en una ficha técnica de sistematización de datos. (Anexo No. 3)

Para la presentación comercial se incluyeron descripciones y elementos llamativos. Se realizó el diseño de la marca para la ruta turística.

#### **7) Requerimientos necesarios para la operación de la ruta**

A través de diferentes salidas de campo fue posible determinar los elementos carentes y que son indispensables para la operación de la ruta aquí consta varias de las propuestas desarrolladas; diseño de la marca para la ruta turística, programa de capacitación turística a fin, implementación de señalética dentro del territorio a fin de optimizar su operación.

### **3. Evaluación y jerarquización de la ruta**

Para desarrollar este proceso ha sido aplicada la metodología propuesta por los Ingenieros TIERRA, Patricia, PIRAY, Myriam y FIERRO, Gustavo (2009), dicho análisis está fundamentado en los siguientes ejes estratégicos: Ámbito organizacional, ordenación del territorio, jerarquización de los atractivos, oferta turística, indicadores sociales y significado.

Para su puntuación respectiva se hizo uso de la matriz de evaluación y jerarquización de rutas. (Anexo No. 4).

## V. RESULTADOS

### A. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DEL CANTÓN

#### 1. Diagnóstico situacional

##### a. **Ámbito Físico Espacial**

##### 1) **División Político administrativa**

El cantón Morona consta de 8 parroquias rurales y un área urbana correspondiente a la cabecera cantonal, ciudad de Macas.

Cuadro No. 6. Distribución política del cantón Morona

<b>PARROQUIA</b>	<b>SUPERFICIE (Km<sup>2</sup>)</b>	<b>ALTURA (m.s.n.m)</b>
<b>9 DEOCTUBRE</b>	227.2	2600
<b>CUCHAENTZA</b>	401.5	1000
<b>PROAÑO</b>	42.4	1100
<b>MACAS</b>	56.9	1070
<b>RIOB BLANCO</b>	480.4	1000
<b>SAN ISIDRO</b>	149.5	1100
<b>SEVILLA</b>	2208	1100
<b>SINAI</b>	342.3	2600
<b>ZUÑAC</b>	718.2	2800
Fuente: PCDOT, 2012		

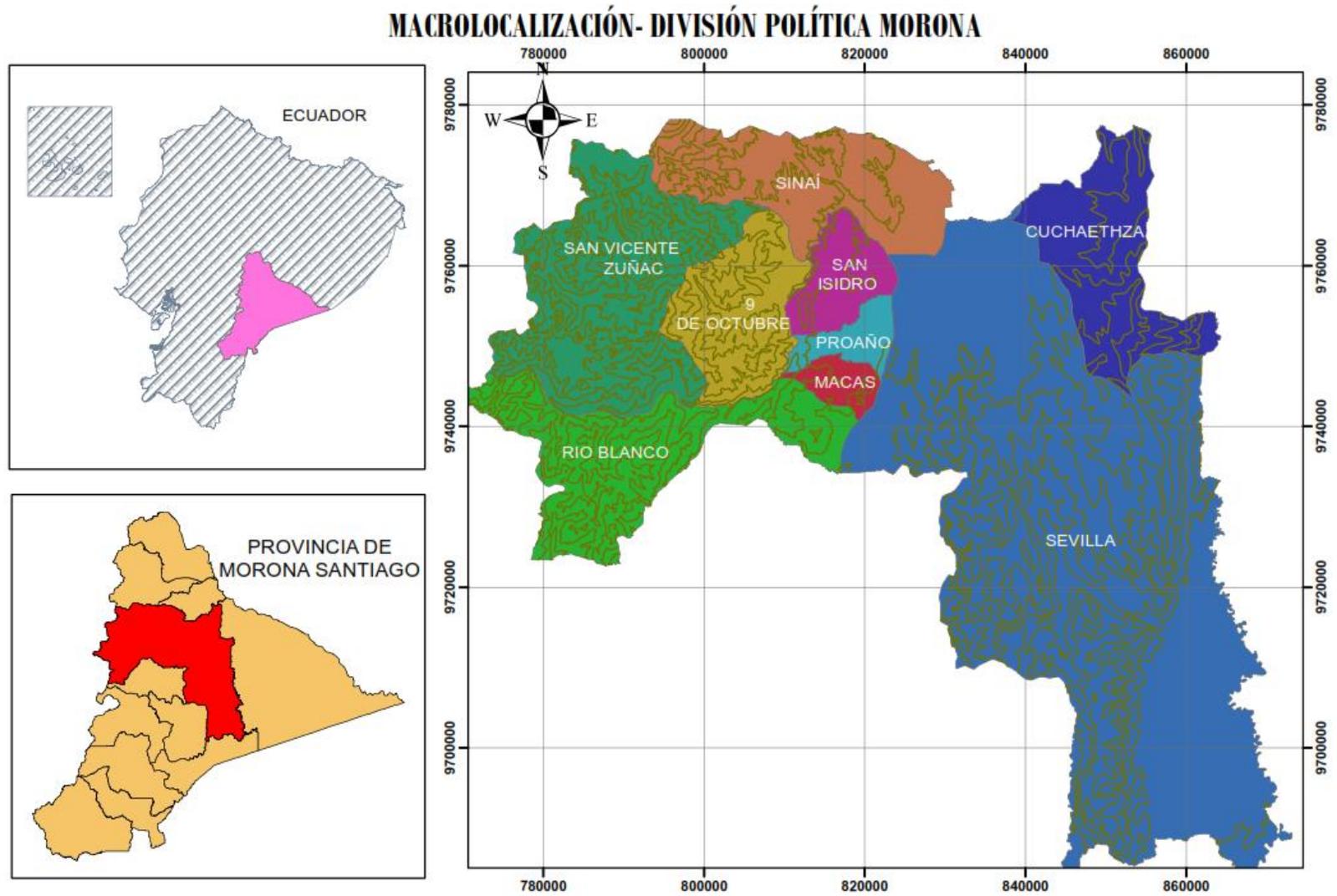


Gráfico No.2. Mapa de la macro localización y división política del cantón Morona.

## 2) Vialidad

El eje vial principal lo constituye la troncal amazónica que atraviesa longitudinalmente el cantón y la provincia. Las principales vías corresponden a los cuatro accesos y son de primer orden, estas son:

Norte:

- Guamote - Macas
- Puyo – Macas.

Sur:

- Gualaceo - Limón
- Guarumales - Mendéz

En cuanto a la vialidad interna existe una importante red carreteras que llevan a las diferentes parroquias en la generalidad son de primer y segundo orden, también están los caminos vecinales, lo que dificulta el acceso a las comunidades sobre todo si se considera que la zona no tiene meses ecológicamente secos haciendo que las vías se deterioren aún más por efecto de las lluvias.

### b. **Ámbito Socio Cultural**

#### 1) **Autodefinición cultural**

La cultura está íntimamente relacionada al ecoturismo y al desarrollo de sus diferentes actividades.

Existen varios grupos claramente definidos, que se identifican por sus propias costumbres, creencias, y otros rasgos culturales llamativos, constituyéndose en atractivos complementarios de la ruta, considerando su valor y aporte para el producto turístico Morona.

Este apartado hace referencia al grupo cultural que se declara plenamente identificado el individuo que habita dentro del cantón.

Extrayendo los datos del INEC, el censo realizado en el 2010, del universo poblacional cantonal el 39% se identificó como miembros de las nacionalidades y pueblos indígenas del país, el 60,55% restante se identificó con otros grupos culturales.

En el cantón se encuentran otras culturas que en el transcurso del tiempo se han definido con mayor fuerza: los colonos y los macabeos. Sin embargo, es necesario considerar a los pobladores kichwas de la sierra, afro ecuatorianos, montubios destacándose en Morona una evidente y muy rica diversidad cultural.

Cada uno de estos grupos se encuentra distribuido de la siguiente manera:

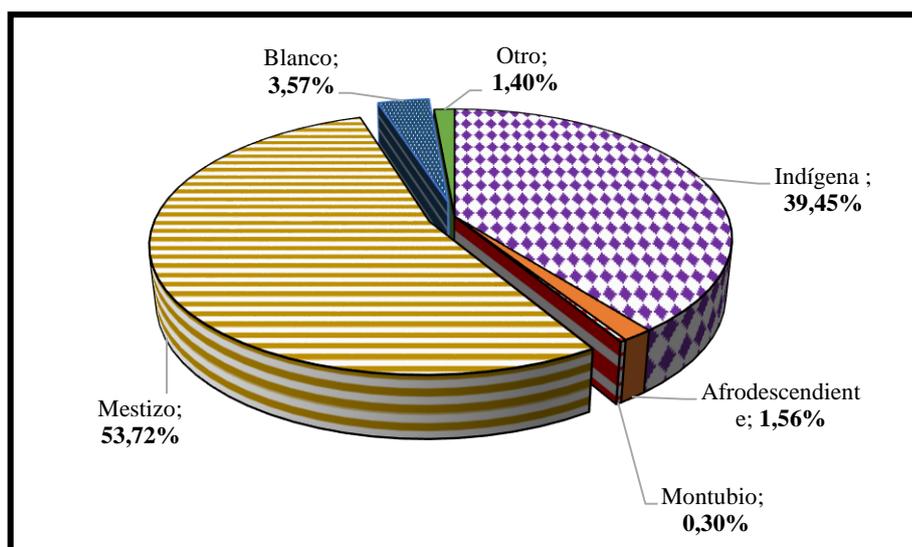


Gráfico No. 3. Autodefinición del habitante de Morona

## 2) Etnicidad

La distribución poblacional étnica está conformada por 16.234 habitantes y que corresponde al 39,45%, habitantes que se autodefinieron pertenecer a las diferentes nacionalidades y pueblos indígenas del Ecuador.

Así tenemos:

Cuadro No. 7. Distribución étnica de la población de Morona

<i>Nacionalidad o Pueblo Indígena</i>	<i>Hombre</i>	<i>Mujer</i>	<i>Total</i>
Shuar	7198	7341	14539
Achuar	35	35	70
Otros de la Amazonía	53	48	101
Kichwas de la Sierra	235	233	468
Otros del país	15	15	30
Mestizos	12610	12311	24921
Se ignora	465	561	1026
<b>Total</b>	<b>20611</b>	<b>20544</b>	<b>41155</b>

Fuente: INEC, 2010.

De la constatación en el campo, se distingue un rápido proceso de transculturación de la nacionalidad shuar, como dato referencial de las 14539 personas que se autodefinieron en Morona como shuar, solamente el 73,46% habla el idioma shuar.

El sistema organizativo originario de los shuar desapareció con la llegada de los misioneros salesianos asumiendo un sistema federativo de agrupamiento por asociaciones, centros y dirigencias de poderes formales, lo cual les alejó de su legítima organización y los roles que tenían los líderes en el manejo del poder real.

De igual forma sucede en el sistema de alimentación tradicional, cuidado de la salud del pueblo y otros elementos importantes que distinguían su cultura.

Si bien esta situación puede ser generalizable a los distintos centros shuar que habitan en el cantón Morona, hay que considerar los diferentes impactos que han tenido las diferentes poblaciones shuar, con respecto al acercamiento y contacto diario con los demás habitantes del cantón, con los medios de comunicación, con los medios de información con el sistema educativo, lo cual ha implicado un proceso continuo de cambios en sus formas de vida en los habitantes y poblados con quienes se relacionan cotidianamente.

### **3) Historia**

La historia es también parte de la conformación de la cultura en el transcurso del tiempo, en el cantón Morona esta se encuentra estrechamente ligada a la inmensa selva que desde sus inicios fue habitada por los pueblos pertenecientes a las culturas shuar y achuar, que han sobrevivido hasta estos días. Los incas no intervinieron fuertemente en estos pueblos como en el resto del territorio ecuatoriano.

Con la llegada de los españoles, al igual que el resto de jurisdicciones, estas tierras fueron blanco del interés de fortuna donde se realizaron numerosas expediciones. Así arribaron algunos personajes como Nuñez de Bonilla, Diego de Torres, Pedro de la Gasca, entre otros. Este último dividió al Oriente en cuatro conquistas: Bracamoros, Yaguarzongo, Quijos y Macas.

Más tarde la gobernación de Yaguarzongo presidida por Juan Salinas de Loyola envía sus emisarios y funda las ciudades de Nuestra Señora del Rosario, el 15 de agosto de 1563 que desapareció y posteriormente Sevilla de Oro en 1576. Así esta última tuvo vigencia hasta el año 1599 cuando los shuar la destruyeron en represaría al maltrato de los españoles.

En 1824, época de la Gran Colombia la convirtió en cantón de la provincia de Chimborazo. Posteriormente el 29 de mayo de 1861 Macas “figura como cabecera del Cantón Sangay y pertenece a Chimborazo. Ya para 1920 Macas es cabecera del Cantón Morona y capital de la Provincia de Santiago Zamora.

Finalmente el 1953, se constituye la provincia de Morona Santiago con Macas como capital, parte del cantón Morona, que es como se le conoce en la actualidad.

### **4) Población**

El universo poblacional del cantón Morona de acuerdo al último censo del 2010 es de 41155 habitantes distribuidos por género y edad, datos que se presentan a continuación.

a) Población por género

Cuadro No. 8. Población por género del cantón Morona

GÉNERO		
Sexo	Casos	%
<b>Hombre</b>	20611	50,08%
<b>Mujer</b>	20544	49,92%
<b>Total</b>	<b>41155</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: INEC, 2010.

b) Población por grupos de edad

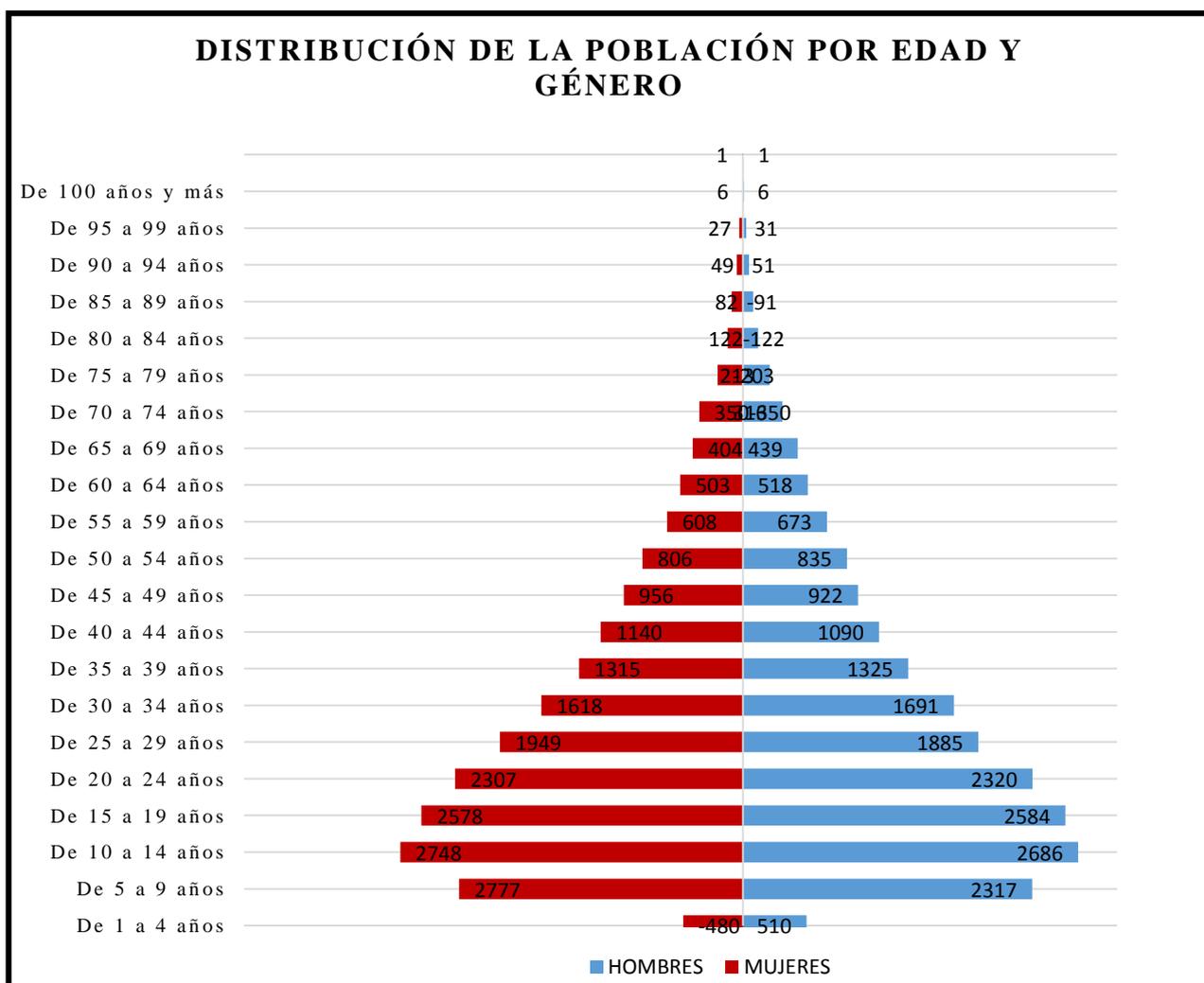


Gráfico No. 4. Pirámide Poblacional cantón Morona

Como se observa en la pirámide poblacional el crecimiento es el adecuado, donde sobresalen las edades tempranas como base de la pirámide, en especial los grupos de edades entre los 10 y 14 años con el mayor número de habitantes y los entre 14 y 19 años, a continuación esta desencadena en un decrecimiento paulatino y proporcional de los distintos grupos hasta llegar hasta las edades más avanzadas con el mínimo porcentaje.

#### **4) Migración**

La migración es uno de los problemas sociales más constantes en el país, en gran medida se debe a la falta de espacios y oportunidades dentro del mismo entorno que le permitan al individuo desarrollarse plenamente.

El flujo migratorio de pobladores ecuatorianos a otros países tiene una larga historia, las emigraciones internacionales de los últimos años, en el país, no solo se identifican por el incremento en número sino también por haber diversificado sus características.

Hasta el año 2007 Morona Santiago era considerada como la quinta provincia con mayor número de migrantes internacionales, con respecto a sus población inclusive antes que el Oro y Pichincha.

La migración local sigue la tendencia marcada por el contexto nacional, como referencia en el Ecuador durante el período comprendido entre el año 2007 y 2009 se estableció una tasa de crecimiento del 46%, el 18% en 2008 y -10% en 2009 con tendencia a la baja.

Actualmente residen fuera del país 966 personas, que corresponde el 2,35% de la población cantonal, sobresalen un mayor número de migrantes varones 640 y 26 mujeres.

Si se considera la relación entre número de personas emigrantes con el total de la población de cada parroquia. La parroquia con mayor incidencia de migración internacional es Zuñac con el 8,07% seguida por San Isidro en donde la incidencia es del 6,62% a continuación están las parroquias de 9 de Octubre y Sinaí, le siguen Proaño y Rio Blanco y finalmente las parroquias con menor incidencia de migración corresponden a Cuchaentza y Sevilla Don Bosco.

Si se considera el total de la población migrante cantonal la mayoría pertenecen a Macas 627 personas, desde Sevilla Don Bosco emigraron 99 personas, en General Proaño 7 emigrantes, 52 individuos desde San Isidro, Rio Blanco registra 52 salidas, desde Sinai emigraron 18 individuos, Alshi 17 individuos y apenas 5 personas lo hicieron desde Cuchaentza.

### 5) Nivel de instrucción

Los datos que se muestran a continuación corresponden a los niveles de educación formal alcanzados por la población, es decir el elemento humano con que cuenta el cantón. Existe un déficit de profesionales que contribuya con sus conocimientos al desarrollo económico.

La apropiación de la temática del turismo debe dirigida a cada uno de estos sectores.

Cuadro No. 9. Nivel de Instrucción del habitante de Morona

<b>NIVEL DE INSTRUCCIÓN</b>		
<i>Nivel de instrucción más alto al que asiste o asistió</i>	<i>Casos</i>	<i>%</i>
Ninguno	1352	3,80%
Centro de Alfabetización/(EBA)	182	0,51%
Preescolar	429	1,21%
Primario	11993	33,72%
Secundario	6180	17,37%
Educación Básica	6201	17,43%
Bachillerato - Educación Media	3458	9,72%
Ciclo Postbachillerato	458	1,29%
Superior	3990	11,22%
Postgrado	342	0,96%
Se ignora	986	2,77%
<b>Total</b>	<b>35571</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: INEC, 2010.

## 6) Profesión u ocupación

Cuadro No.10. Rama de ocupación del habitante del cantón Morona

<b>OCUPACIÓN</b>		
<i>Rama de actividad (Primer nivel)</i>	<i>Casos</i>	<i>%</i>
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	4966	29,95%
Explotación de minas y canteras	26	0,16%
Industrias manufactureras	793	4,78%
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	36	0,22%
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	40	0,24%
Construcción	1290	7,78%
Comercio al por mayor y menor	2078	12,53%
Transporte y almacenamiento	710	4,28%
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	553	3,33%
Información y comunicación	158	0,95%
Actividades financieras y de seguros	103	0,62%
Actividades inmobiliarias	7	0,04%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	199	1,20%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	164	0,99%
Administración pública y defensa	1610	9,71%
Enseñanza	1134	6,84%
Actividades de la atención de la salud humana	413	2,49%
Artes, entretenimiento y recreación	89	0,54%
Otras actividades de servicios	253	1,53%
Actividades de los hogares como empleadores	365	2,20%
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	16	0,10%
No declarado	1118	6,74%
Trabajador nuevo	462	2,79%
<b>Total</b>	<b>16583</b>	<b>100,00%</b>

Apenas el 4,24% y 3,33% de la población está ligada a actividades vinculadas al turismo, sumados estos valores alcanza un 8% del conglomerado, lo que evidencia el estado actual del sector en el cantón. Su representatividad es relativamente baja y los establecimientos que prestan servicios turísticos son aún escasos.

A través del diseño de la ruta se pretende motivar las iniciativas privadas o comunitarias de turismo, canalizar las diferentes actividades hacia y en beneficio del turismo local, para que el corto y mediano plazo estos vayan en incremento como respuesta a las necesidades de la demanda y del sector como tal.

## **7) Servicios básicos disponibles**

Cabe mencionar la red de servicios básicos con los que cuenta el cantón, entre ellos dispone de servicios de agua potable (75,07%), luz eléctrica (86,40%), alcantarillado (47,62%), recolección de residuos (65,76%).

Los sitios que no tienen cobertura aún corresponden a los lugares más dispersos y con menos concentración poblacional y que es, en gran parte en donde se encuentran ubicados los atractivos turísticos focales de la ruta, sin embargo, la ruta tiene como centro de soporte la ciudad de Macas.

A continuación se muestra la cobertura que tiene cada uno de ellos:

### **a) Agua**

El agua de red pública administrado por una empresa de carácter mixto creada en el 2005 quien se encarga del mantenimiento y el cobro de haberes por concepto del servicio.

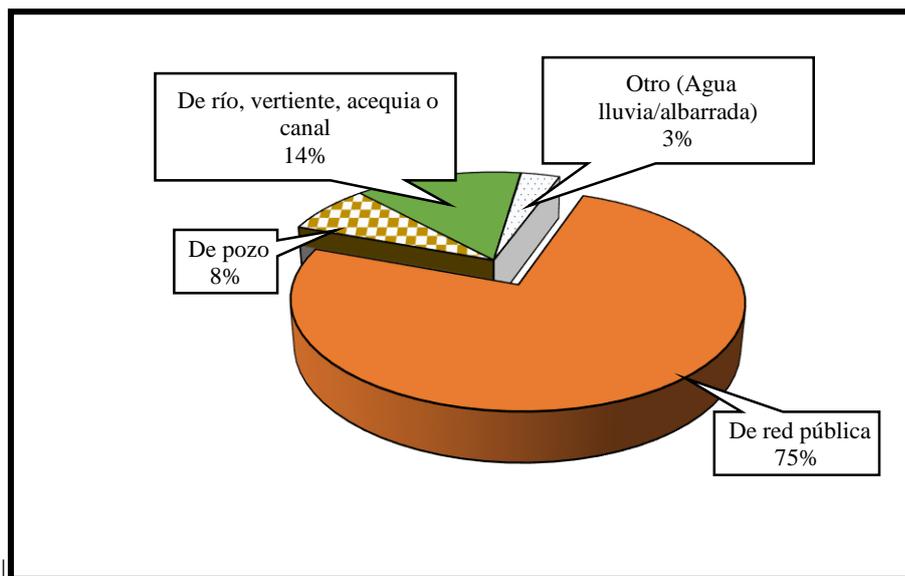


Gráfico No. 5. Cobertura del agua en el cantón Morona

La mayoría de atractivos turísticos de la ruta se encuentran en las comunidades rurales del cantón, donde la cobertura de agua potable no llega, este porcentaje corresponde a la sumatoria de las restantes fuentes de provisión de agua (25%), donde en la mayoría de los casos el agua es entubada proveniente de pozo, allí funcionan las juntas de agua comunales, quienes se encargan de la administración del sistema de agua, las tareas de mantenimiento de las instalaciones y del tratamiento y purificación del agua.

Sin embargo, no es posible garantizar la calidad del recurso hasta su consumo, debido a la contaminación por el desarrollo de las actividades ganaderas en alrededores a las fuentes hídricas por lo que se recomienda al turista llevar consigo su provisión de agua.

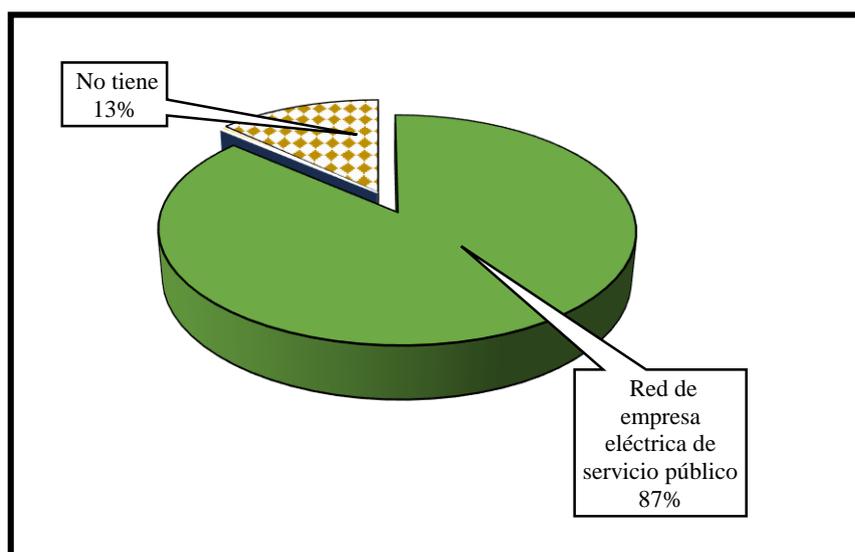
**b) Energía**

Gráfico No. 6. Cobertura de la energía en el cantón Morona

En gran parte del cantón se dispone de energía eléctrica, sobre todo en la ciudad de Macas y cabecera parroquiales, no así en las zonas dispersas donde aún no se cuenta con este servicio. La ruta atraviesa varios sectores sin provision de luz, los de las comunidades aledañas al PNS, como Quinta Cooperativa, Wapula.

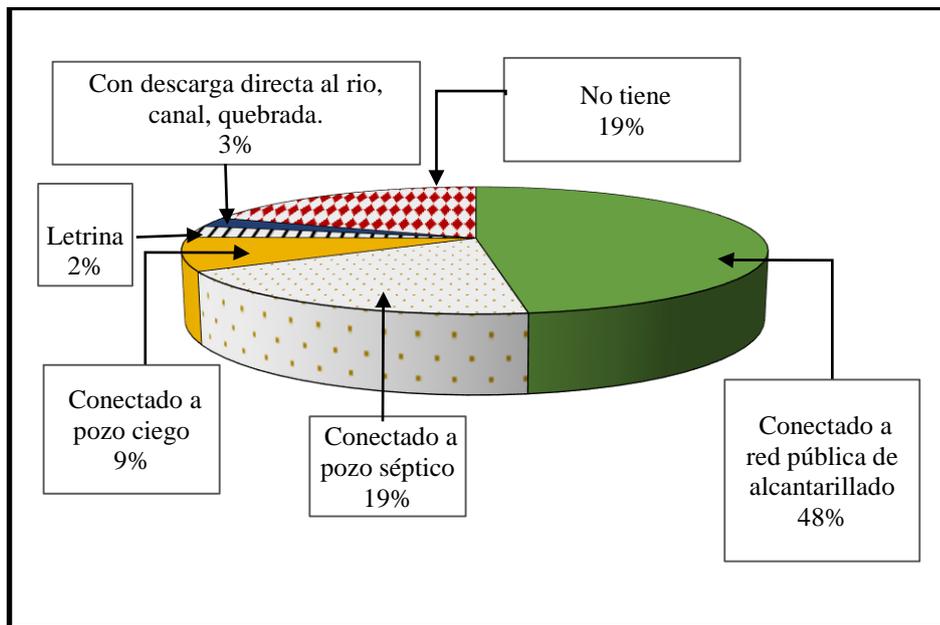
**c) Eliminación de excretas**

Gráfico No. 7. Formas de eliminación de excretas en el cantón Morona

Insuficiente cobertura del sistema de alcantarillado sanitario, sobre todo en las parroquias y comunidades y sectores más dispersos que es en donde se encuentran la mayoría de atractivos de la ruta. Algunas formas de eliminación no son ecológicamente amigables con el ambiente.

#### d) Tratamiento de desechos

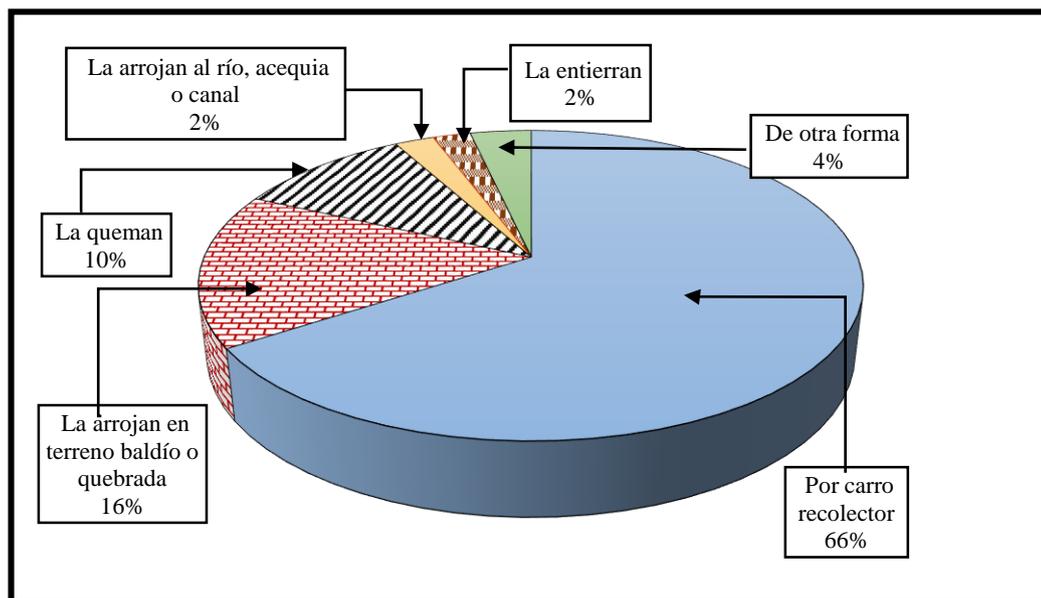


Gráfico No. 8. Eliminación de desechos en Morona

La cobertura de recolección de residuos es media, el servicio de recolección no llega a las comunidades y sectores dispersos donde están ubicados los atractivos de la ruta. Existe un problema de contaminación ambiental por la inadecuada disposición de los desechos.

#### 8) Salud

Considerar las contingencias para los casos emergentes y fortuitos como aspectos complementarios y parte de la logística de la ruta es importante a la hora de llevar a cabo ciertos procedimientos correctamente.

En el área de salud, el cantón Morona dispone de un Hospital General de Especialidades, el Hospital Civil Macas, ubicado en el barrio la Florida, las áreas de especialidad con las que cuenta corresponden a cirugía, ginecología, pediatría, odontología, medicina general, traumatología, dermatología, psicología, emergencia, cuidados intermedios, rayos X, imagenología y farmacia.

El promedio de atenciones diarias oscila entre los 180 pacientes en consulta externa y 60 pacientes en el área de emergencia por día.

El Hospital de IESS es otro de los centros de atención importantes en el cantón, está ubicado en el Barrio la Barranca presta sus servicios en las áreas de: cirugía general, medicina interna, ginecoobstetricia, medicina general, rayos X, anestesiología, laboratorio, hospitalización, emergencia, farmacia, medicina familiar, pediatría, traumatología, odontología y sala de observación. Este centro cubre un promedio 60 de pacientes en consulta externa, 30 pacientes en laboratorio y 40 en fisioterapia.

La Junta Provincial de la Cruz Roja de Morona Santiago que presta atención en servicio social, medicina general y tipificación sanguínea con un promedio de 5 pacientes diarios en el área de tipificación sanguínea.

Por otro lado están los servicios de salud prestados por el sector privado dos clínicas importantes: Santa Fé y Santa Lucía y otros consultorios particulares.

Cuadro No. 11. Establecimientos de salud públicos del cantón Morona

	<b>UNIDAD OPERATIV.</b>	<b>DENOMINACIÓN</b>	<b>MEDICOS</b>	<b>ENFERMERAS</b>	<b>AUXILIAR ENFERM.</b>	<b>ODONT.</b>
<b>1</b>	Luxemburgo	Centro de Salud	3	1	1	1
<b>2</b>	27 de Febrero	Sub centro de Salud	3	1	1	1
<b>3</b>	INNFA (La Loma)	Centro de Salud	5	4	5	2
<b>4</b>	Sevilla Don Bosco	Sub centro de Salud	3	1		1
<b>5</b>	Sinaí	Sub centro de Salud	1	1	1	1
<b>6</b>	Santa Rosa	Sub centro de Salud	2	1	1	1
<b>7</b>	Ebenecer	Sub centro de Salud	1	1		1
<b>8</b>	Río Blanco	Puesto de Salud	1	1	1	1
<b>9</b>	San Luis de Iñinkis	Puesto de Salud	1	1	1	1
<b>10</b>	9 de Octubre	Puesto de Salud	1	1	1	1
<b>11</b>	Cuchaentza	Puesto de Salud			1	
<b>12</b>	Kusuimi	Puesto de Salud			1	
<b>13</b>	Unidad Móvil		1	1		1

Fuente: Área de Salud No 1. Cantón Morona

De todos los centros de salud enlistados aquellos que se encuentran más próximos a los diferentes atractivos que forman parte de la ruta corresponden a los sub centros ubicados en las parroquias de 9 de Octubre, Sinaí y Sevilla Don Bosco, como el de la comunidad de San Rosa. Así mismo en el centro cantonal está el centro de salud Luxemburgo.

## **9) Educación**

El 91,48% del total de la población sabe leer y escribir, es decir 32 540 personas, mientras que el 8,52% es analfabeta corresponde a 3091 habitantes.

Actualmente, el 46,82% del conglomerado asiste a un establecimiento de enseñanza, el mayor nivel de escolaridad alcanzado por la población con el 33,72% es el de primaria y 4790 individuos tienen un título de ciclo post bachillerato superior o post grado.

Existen 64 establecimientos de enseñanza en el cantón, de entre los cuales están los de tipo inicial, escolares, centros de educación general básica, colegios, unidades educativas, establecimiento de educación especial, centros artesanales, institutos superiores y universidades.

Fuente: Dirección Distrital de Educación M.S.

## **10) Medios de transporte**

### **a) Transporte externo**

La información que se presenta a continuación tiene carácter informativa a fin de que el turista tenga a su alcance los medios por los cuales puede arribar hasta el cantón Morona y elegir entre las opciones que más se ajuste a su ubicación espacial en el Ecuador continental.

Corresponde a las operadoras que prestan su servicio de transporte interprovincial e intercantonal, las diferentes compañías que desde las diferentes ciudades del país tienen frecuencias directas a la ciudad de Macas, centro cantonal de Morona y viceversa.

Cuadro No. 12. Cooperativas de transporte interprovincial

INTERPROVINCIALES		
OPERADORA	FRECUENCIAS	TELEFONO
COOPERATIVA TOURIS SAN FRANCISCO	Macas – Puyo: 05H00-07H00-10H00-13H00-14H00-18H00	2 700 995
	Macas – Quito: 03H00-12H30-20H00-21H00	
	Quito – Macas: 06H45-10H00-18H15-22H00, 16H05.	
	Ambato – Macas: 14H00-16H00-17H00	
COOPERATIVA DE TRANSPORTES TURISMO ORIENTAL	Macas – Cuenca por Guarumales: 8H00, 12H40, 20H00, 22H00, 23H00.	2 700 152
	Macas – Cuenca por Limón: 05H00, 07H00, 10H00, 17H30, 21H30.	
COOPERATIVA DE TRANSPORTE RIOBAMBA	Macas – Riobamba - Guayaquil: 3H00, 12H00, 21H00.	2 701 381
	Guayaquil – Riobamba -Macas: 12H00, 15H00 y 21H20.	
	Macas - Riobamba: 4H00, 7H00, 9H00, 13H00.	
	Riobamba - Macas: 5H45, 7H00, 10H00, 13H00, 16H00, 19H00.	
COOPERATIVA CENTINELA DEL ORIENTE	Macas- Puyo 6H20, 8H00, 9H20, 10H40, 12H00, 13H20, 16H00, 17H20, 18H40, 19H20.	2 702 490
	Macas Quito: 23H30	
	Retorno: 8H30	
	Macas - Cuenca por Guarumales: 23H15, 23H45, 00H20.	

<b>INTERPROVINCIALES</b>		
<b>OPERADORA</b>	<b>FRECUENCIAS</b>	<b>TELEFONO</b>
COOPERATIVA DE TRANSPORTE MACAS LTDA.	Macas- Puyo: 04H00, 05H40, 08H40, 11H20, 14h20, 16H40. Macas - Guayaquil: 20H30, 23H00.	
	Guayaquil - Macas: 18H30, 20H40.	
COOPERATIVA DE TRANSPORTES LATINOAMERICANA	Macas- Quito: 7H30, 20H45.	2 700 149
COOPERATIVA DE TRANSPORTES SANGAY.	Macas – Riobamba: 18H00	2 700 149
COOPERATIVA DE TRANSPORTES SUCÚA	Macas – Cuenca por Guarumales: 5H30, 3H30, 14H30, 22H30, 00H00.	2 700 – 397
	Macas – Cuenca por Limón: 20H30.	
COOP. 16 DE AGOSTO	Macas - Cuenca: 19H00	2 701 097
COOP. UNIDOS	Macas- Riobamba: 02H00, 05H00.	2 703 883
COOPERATIVA DE TRANSPORTES BAÑOS.	Macas - Quito; 22H30, 02H00.	2 703 111
	Quito – Macas: 20H00, 21H30, 22H15, 223H15	

Fuente: Investigación de Campo

Cuadro No. 13. Operadores de transporte intercantonal

	<b>INTERCANTONAL</b>	
<b>OPERADORA</b>	<b>FRECUENCIAS</b>	<b>TELEFONO</b>
COOPERATIVA DE TRANSPORTE SUCÚA.	Macas- Limón: 18H00	2 700 397
	Macas- Mendéz : 10H45	
	Macas – San José de Morona: 09H55, 17H45, 22H50.	
	Macas – Gualaquiza: 9H30, 12H30, 22H45.	
	Macas- Yaupi: 15H00	
	Macas - Logroño: 13H00.	
	Macas – Sucúa: 6H45, 7H55, 8H45, 11H45, 12H45, 13H55, 15H55.	
COOPERATIVA DE TRANSPORTES VALLE DEL UPANO.	Macas – Macuma: 04h50	2 701 095
	Macas – Palora: 8H20, 15H30, 16h30. Macas – Mendéz: 11H15, 15H30.	
	Macas- Logroño: 10H30, 13H30,	
	Macas – Sucúa: 6H30, 7H25, 8H25, 9H10, 12H20, 14H20, 16H20, 17H10, 18H30, 19H25.	
	Macas – Yaupi: 20H50	
	Macuma – Macas: 13H00.	
	Mendéz – Macas: 7H00	
	Yaupi – Macas 18H00.	
COOPERATIVA DE TRANSPORTE ORIENT RUT.	Macas – Méndez: 06H00, 13H45, 18H45.	
	Macas – Yaupi: 04H30, 12H00.	
	Macas – Limón: 16H40.	
	Macas – Gualaquiza: 19H50	
COOPERATIVA DE TRANSPORTE 16 DE AGOSTO	Macas – Gualaquiza: 07H30, 14H00, 17H20	2 701 097
COOPERATIVA DE TRANSPORTE MACAS LTDA.	Macas – San José de Morona: 06H45, 19H30, 22H00.	

Fuente: Investigación de campo

## b) Transporte interno

El siguiente cuadro permite orientar la movilización dentro del cantón, mostrando las opciones que existe, ya sea pública o particular. Los costos van desde los 0,25 centavos en el área urbana y adyacente con turnos periódicos y permanentes, hasta los 2,50 USD hacia las comunidades más remotas con turnos en horarios preestablecidos por las compañías, en el servicio de tipo público.

Para el caso particular, una carrera tiene un costo mínimo de un dólar y va en aumento conforme el kilometraje del recorrido.

Cuadro No. 14. Transportación interna del cantón Morona

TRANSPORTE INTERNO		
Operadora	Tipo	Teléfono
COOPERATIVA DE TRANSPORTE RAYO DE LUNA	Público/Inter-parroquial	2 702 662
COOPERATIVA DE TRANSPORTE MACAS LTDA.	Público/Inter-parroquial	2 700 869
COMPAÑÍA DE TRANSPORTE URBANO "TRUJAMA"	Público/Urbano	2 704 166
COMPAÑÍA DE TRANSPORTE URBANO "TRASNCUTUCÚ"	Público/Urbano	2 702 591
COMPAÑÍA DE TAXI "CASACUENVE" CIA. LTDA.	Taxi	2 702 292
COMPAÑÍA DE TAXIS 5 DE AGOSTO	Taxi	2 701 096
COOPERATIVA DE TAXIS "ORO Y CANELA"	Taxi	2 702 345
COOPERATIVA DE TAXIS 29 DE MAYO	Taxi	2 700 056
COMPAÑÍA DE TAXIS TAXTERMAC. CIA LTDA.	Taxi	2 702 888
COOPERATIVA DE TAXIS KIRUBA.	Taxi	2 704 217
COMPAÑÍA DE TAXIS ESMERALDA ORIENTAL	Taxi	2 701 220

Fuente: Investigación de campo

## 11) Comunicación

Por comunicación se entiende el acceso que tiene la población a los diferentes medios de comunicación tanto convencionales como tecnológicos.

El turista puede conocer a cerca de los medios de comunicación que puede disponer durante su visita al cantón.

Existen numerosos establecimientos que ofertan cada uno de estos servicios en el centro cantonal, convirtiéndose en más escasos en las parroquias rurales y prácticamente nulos en las comunidades más distantes.

Actualmente se dispone de los infocentros comunales, donde se puede acceder a servicios de telefonía e internet. En el cantón Morona existen 4 infocentros, de los cuales dos están ubicados en la ciudad de Macas y los otros restantes en las cabeceras parroquiales de Zuñac y Sevilla Don Bosco.

#### **a) Telefonía convencional**

Los niveles de cobertura telefónica convencional han aumentado considerablemente en los últimos años. El servicio de telefonía fija es prestado por el CNT (Consejo Nacional de Telecomunicaciones).

De acuerdo a las cifras de la Supertel se han registrado 654 abonados durante el 2013, concentrándose estos en la cabecera cantonal disminuyendo sus proporciones en las parroquias, las parroquias con menor cobertura corresponden a las de Zuñac, 9 de octubre y Cuchaethza.

#### **b) Telefonía celular**

En el cantón existen tres operadoras que brindan este servicio móvil y son Claro, Movistar y CNT, donde la mayor parte de la cobertura está dada por la empresa privada.

Esta se encuentra en óptimas condiciones en la ciudad de Macas y parroquias aledañas, siendo las comunidades dispersas donde la señal es baja y en algunos casos es nula.



- La Randimpa                      Edgar Llerena
- El Observador                      William Rivadeneira

A partir de ellos es factible tomarlos en cuenta sobre todo las tareas difusoras.

### **13) Abastecimiento de insumos alimenticios y artesanales**

#### **a) Alimenticios**

Algunos de los productos de consumo masivo son proporcionados por el mercado interno, aquellos que son parte de la producción local y propios de la zona cálida, en cuanto a aquellos productos que no corresponden a esta zona climática sobre todo lo que legumbres y hortalizas se refiere los mismos provienen de las principales ciudades andinas más cercanas como Riobamba y Ambato; además de las provenientes del litoral ecuatoriano especialmente de mariscos, principalmente desde Guayaquil.

Para su distribución y comercialización local existen tres mercados, dos municipales y uno privado: El Mercado Central Municipal ubicado en las calles Domingo Comín entre Guamote y Amazonas; el Mercado Municipal La Unión ubicado en la Av. Jaime Roldos Aguilera y el Mercado Privado ubicado en la calle Guamote.

#### **b) Artesanales**

Lo que a productos artesanales se refiere, los podemos encontrar de forma permanente en el centro cantonal, pasaje Domingo Comín, cada una de las pequeñas casetas que aquí se encuentran, ofrece artículos artesanales y souvenirs en alusión de las culturas shuar y macabea. También está el punto de venta de la Fundación Chankuap ubicado entre las calles Bolívar y Soasti, donde además puedes encontrar otros productos como cosméticos naturales, aceites esenciales, fitofarmacos, hierbas aromáticas y especias.

## **c.    Ámbito Ecológico Territorial**

### **1)    Condiciones ambientales de la zona**

El cantón tiene una altitud promedio de 1.016 msnm, está cruzada por algunas cordilleras: la Domono Alto al Oeste y al Este la Kutukú, Paredes, Huilca, Domono y Río Blanco. El cantón, en su parte oeste, tiene una altitud superior a los 5.000 msnm que corresponden a las estribaciones del Volcán Sangay, declina con dirección al este, hasta llegar a los 400 msnm en el sector de Miazal en la llanura amazónica.

La zona comprende grandes variaciones climáticas; alto andino va desde los 3.500 hasta sobre los 5.400 msnm en las estribaciones del volcán Sangay, temperado cuyas altitudes se extienden desde los 2.000 hasta los 3.500 msnm, subtropical desde los 300 hasta los 1.900 msnm y tropical de la llanura amazónica, por debajo de los 600 msnm.

La temperatura oscila entre los 3 – 6°C en las alturas 3.500 a 4.200 msnm hasta los 26°C en las zonas bajas de 200 a 600 msnm.

Las precipitaciones son más o menos uniformes durante todo el año. Varía en rangos comprendidos entre los 500 hasta los 3.000 mm, no se observan meses secos. La sabana amazónica alcanza precipitaciones superiores a los 3.000 mm.

La cordillera del Cutucú conocida también como tercera cordillera, de la que se desprenden pequeños ramales que se dirigen a la llanura Amazónica. Entre la cordillera del Cutucú y la cordillera central de los Andes se encuentra el valle del Upano en donde se asienta la ciudad de Macas.

La cordillera del Yungallí rodea la parroquia de San Isidro, frente a la ciudad de Macas se levanta el cerro Quílamo y al este de la cordillera del Cutucú se halla la llanura amazónica, (GAD Morona, 2008).

## 2) Clasificación ecológica

Cuadro No. 15. Clasificación ecológica del cantón Morona

PARTE	ALTA	MEDIA	BAJA
ZONAS DE VIDA	<b>BmhSA:</b> Bosque muy húmedo SUB ALPINO		
	<b>BpSA:</b> Bosque pluvial SUB ALPINO		
	<b>BhSA:</b> Bosque húmedo SUB ALPINO	<b>BmhPM :</b> Bosque muy húmedo	<b>BhT :</b> Bosque Húmedo TROPICAL
	<b>BhM:</b> Bosque húmedo MONTANO	PRE MONTANO	
	<b>BmhMB:</b> Bosque muy húmedo MONTANO BAJO		
	<b>BsMB:</b> Bosque seco MONTANO BAJO		

Fuente: GAD MORONA, 2008.

## 3) Suelos

La cordillera Cutucú comprende esencialmente terrenos jurásicos y cretácicos; aún se nota un pequeño núcleo paleozoico en el Norte.

Corresponde a un anticlinario, cuyo flanco oriental forma estructuras secundarias (Macuma, Oso), para finalmente hundirse en una zona de flexuras y fallas. Hacia el Oeste sigue un área sinclinal, con Cretáceos aparente; forma una depresión longitudinal, drenada por el Río Upano. Las capas vuelven a levantarse a lo largo de la Cordillera Real, permitiendo la reaparición de un núcleo jurásico, que colinda con la serie metamórfica de la Cordillera Real. SAUWER ha supuesto, en este sector Sur también, la existencia de una gigantesca falla inversa, separando la serie metamórfica de los sedimentos orientales. Pero los trabajos modernos no lo confirmaron. Aún más, la observación de fósiles cretácicos en rocas metamórficas de la zona de Gualaquiza rinde la innecesaria la

hipótesis de una falla mayor separando los afloramientos metamórficos y sedimentarios (BRISTOW, en GAD, MORONA. 2008).

#### **4) Hidrología**

Los principales sistema hídricos que abarca el cantón Morona pertenecen a 3 cuencas que son: Pastaza (82,85%), Morona (46,44%) y Santiago (50,71%). El sistema hidrográfico principal del cantón está comprendido por subcuencas de los ríos Upano, y Mangosiza.

El río Upano nace en las alturas de las lagunas Tinguichaca. Recibe como afluentes en su margen izquierda a los ríos Cugusha, Salado Grande, Salado Chico, Abanico, Domono Copueno, Jurumbaino y Arapicos, y por su margen derecha a los ríos Anguchaca, Samingo, Sangay, Volcán y Yuquipa. En su recorrido de norte a sur forma el valle del mismo nombre, que es la zona habitada, donde se realiza la principal actividad productiva y la que ha sufrido los mayores impactos ambientales. El río Upano luego de salir del cantón sigue hacia el sur para unirse con el río Paute y formar el río Namangoza que se unirá con el río Zamora para formar el Santiago que desembocará en el Marañón.

Al suroriente del cantón, en la zona de Transcutukú, está el sistema del río Mangosiza que se dirige hacia el río Morona.

La ruta atraviesa varios de los ríos ya mencionados, como el Upano por ejemplo, el más importante en el cantón por su antecedente histórico, travesía y lo que representa. Están contemplados también los ríos Abanico, Jurumbaino, Ambusha, Río Blanco, y el Yuquipa.

Existen 19 lagunas entre las más representativas. El 53% están ubicadas en Zuñac, el 26% en Sinái y el 21% en Río Blanco.

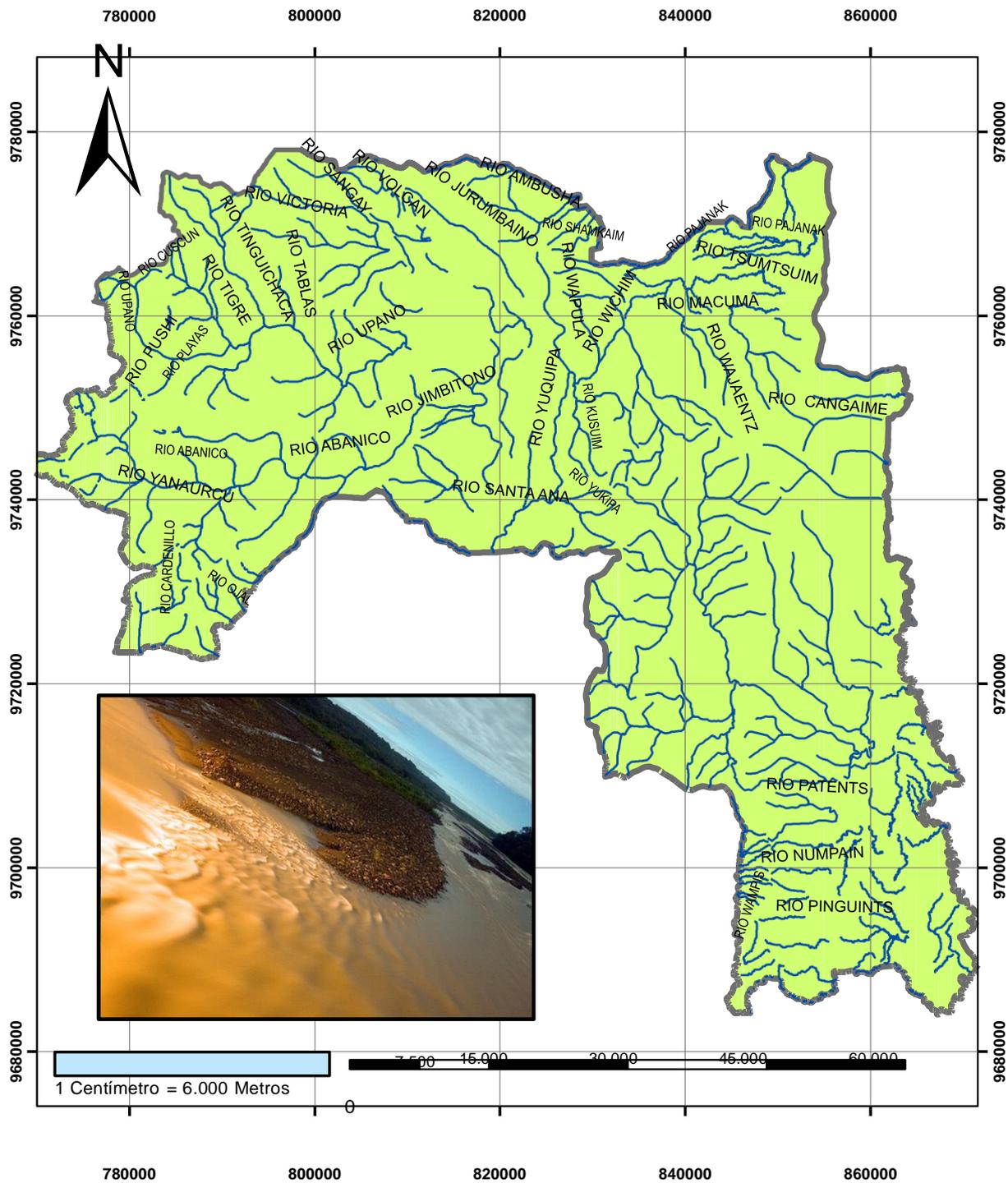


Gráfico No. 9. Mapa del sistema hídrico del cantón Morona

**5) Problemas ambientales**

La tasa de deforestación anual es de un 0,66 %; en Morona Santiago, se talan unas 11.600 hectáreas por año. Los principales problemas que se ocasionan al ser talados los bosques

sin la aplicación de un manejo sostenible, son la destrucción de la cobertura boscosa y consigo la eliminación de especies de la flora y fauna. Estas actividades dan oportunidad a la alteración de los ecosistemas y se suma a los problemas del cambio climático.

Otros problemas ambientales en nuestro cantón constituyen la serie de concesiones mineras (materiales pétreos, áridos, minería artesanal de metálicos y no metálicos) que se realizan en las playas de los ríos, estas actividades en su mayoría no cumplen con los procesos de regularización ambiental, es decir que contribuyen a la alteración de las fuentes de agua en sus cauces y consigo la afectación de la calidad del agua y la riqueza ictiológica.

En nuestra ciudad, no se cuenta con registros de generadores de desechos peligrosos a nivel de las lavadoras de vehículos, hospitales, mecánicas municipales, etc. es competencia del Ministerio del Ambiente en la aplicación de la normativa ambiental para su regularización y control ambiental y del Municipio de Morona su ordenamiento a través de los permisos de usos de suelo y de construcción.

Los cambios de usos de suelo sin ninguna planificación estratégica, afectan los ecosistemas. La falta de voluntad política y la poca o nada concientización de la sociedad, contribuyen a la pérdida de nuestros recursos naturales que en suma afectan y alteran nuestro ambiente (contaminación de agua, alteración del clima). En el Cantón Morona tenemos precipitaciones anuales en algunos años mayores a 4.000 mm mientras que en otros periodos llegan a 2500 mm, esta diferencia sin duda es fruto de la pérdida de bosques nativos. (MAE, 2014).

## **6) Biodiversidad**

### **a) Flora**

La flora en el cantón Morona es exuberante, ya que en él se encuentran variados ecosistemas y pisos climáticos, además de la presencia de una precipitación constante. Es posible apreciar su biodiversidad en sus diferentes estratos, desde la vegetación boscosa con árboles que superan los 40 metros de alto, destacan sobre todo aquellos de las familias Lauraceae, Mimosaceae, Papilionaceae, una importante presencia de bejucos

y lianas, así como musgos y helechos en los fustes de los árboles. Rubiaceae, Melastomaceae y Piperaceae son características del estrato herbáceo y arbustivo.

No existen estudios en la zona sobre diversidad florística y botánica, ya que los mismos se han concentrado en el norte y centro de la Amazonía. Resultaría complejo enumerar ya que son incontables las especies y muchas de ellas aún no han sido conocidas por el hombre.

Resalta la variedad de especies de la familia perteneciente a las orquídeas.

A continuación se presenta un extracto de las especies más comunes y de representación. La mayoría de ellas se encuentra en estado silvestre.

Cuadro No. 16. Flora representativa del cantón Morona

No.	NOMBRE COMÚN	FAMILIA	NOMBRE CIENTIFICO	USO
1	Laurel	BORAGINACEAE	<i>Cordia alliodora</i>	Maderable
2	Copal	BURSERACEAE	<i>Dacryodes peruviana</i>	Maderable
3	Guarumo	CECROPIACEAE	<i>Cecropia peltata</i>	Maderable
4	Pambil	ARECACEAE	<i>Wettinia mayensis</i>	Maderable
5	Canelo negro	LAURACEAE	<i>Octotea floribunda</i>	Maderable
6	Guarango	MIMOSACEAE	<i>Stryphnodendron sp</i>	Maderable
7	Balsa	MALVACEAE	<i>Ochroma pyramidale</i>	Maderable/Artesanal
8	Guadúa	POACEAE	<i>Guadua angustifolia</i>	Maderable
9	Pítiuca	MORACEAE	<i>Clarsia racemosa</i>	Maderable
10	Yumbingue	COMBRETACEAE	<i>Terminalia amazonia</i>	Maderable
11	Pechiche	VERBERNÁCEAE	<i>Vitex cymosa</i>	Maderable
12	Cedro	MELIACEAE	<i>Cedrela odorata</i>	Maderable
13	Canelón	LAURACEAE	<i>Ocotea aciphilla</i>	Maderable
14	Caimito	ZAPOTACEAE	<i>Pouteria caimito</i>	Frutal
15	Naranja	RUTACEAE	<i>Citrus sinensis</i>	Frutal
16	Limón	RUTACEAE	<i>Citrus limón</i>	Frutal
17	Guabilla/Potomo	MIMOSACEAE	<i>Inga pavoniana</i>	Frutal
18	Guaba	MIMOSACEAE	<i>Inga edulis</i>	Frutal
19	Guayaba	MYRTACEAE	<i>Psidium guajava</i>	Frutal
20	Zapote	BOMBACEAE	<i>Matisia cordata</i>	Frutal
21	Arazá/membrillo	MIRTACEAE	<i>Eugenia stipitata</i>	Frutal
22	Uva de monte	URTICACEAE	<i>Pouroma cecropifolia</i>	Frutal
23	Cacao de monte	BOMBACEAE	<i>Pachira aquatica</i>	Frutal
24	Granadilla	PASIFLORACEAE	<i>Pasiflora ligularis</i>	Frutal
25	Papachina	ARACEAE	<i>Colacasia esculenta</i>	Comestible
26	Plátano	SCITAMINEACEAE	<i>Musa sapientum</i>	Comestible
27	Yuca	EUPHORBIACEAE	<i>Manihot esculenta</i>	Comestible
28	Chonta	ASTERACEAE	<i>Bactris gasipaes</i>	Comestible
29	Sangre de drago	EUPHORBIACEAE	<i>Crotón lechleri</i>	Medicinal
30	Ortiga	URTICACEAE	<i>Urtica dioica</i>	Medicinal
32	Guayusa	AQUIFOLIACEAE	<i>Ilex guayusa</i>	Medicinal
33	Malicagua / Floripondio	SOLANACEAE	<i>Brugmancia suaveolens</i>	Medicinal

<b>No.</b>	<b>NOMBRE COMÚN</b>	<b>FAMILIA</b>	<b>NOMBRE CIENTIFICO</b>	<b>USO</b>
34	Escancel	AMARANTHACEAE	<i>Aerva sanguinolenta</i>	Medicinal
35	Heliconia/Platanillo	HELICONECEAE	<i>Heliconia sp</i>	Ornamental
36	Helecho	MYRTACEAE	<i>Ciathea sp.</i>	Ornamental
37	Huicundo	BROMELIACEAE	<i>Bromelia sp.</i>	Ornamental
38	Orquídea	ORCHIDEACEAE	<i>Orchidea sp</i>	Ornamental
39	Anturio	ARACEAE	<i>Anthurium sp</i>	Ornamental
40	Paja toquila	CYCLANTACEAE	<i>Cardulovica palmata</i>	Artesanal
41	Palma de ramos	ARECACEAE	<i>Ceroxylon parvifrons</i>	Artesanal
42	Caucho	MORACEAE	<i>Castilla elástica</i>	Artesanal

## 2) Fauna representativa

## i. Mamíferos de la zona

Cuadro No. 17. Fauna/ Mamíferos del cantón Morona

NO.	FAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN	ENGLIS NAME
1	AOTIDAE	<i>Aotus vociferans</i>	Mico nocturno gritón	Spix's night monkey
2	ATELIDAE	<i>Alouatta seniculus</i>	El mono aullador rojo	Red howler
3	ATELIDAE	<i>Ateles belzebuth</i>	Mono araña común	Spider monkey
4	ATELIDAE	<i>Lagothrix poeppigii</i>	Mono lanudo plateado	Poeppig's Woolly Monkey
5	BRADYPODIDAE	<i>Bradypus variegatus</i>	Perezozo	Brown throated sloth
6	CAENOLESTIDAE	<i>Caenolestes sangay</i>	Ratón marsupial(endemico)	Shrew oposum
7	CALLITRICHIDAE	<i>Cebuella pygmaea</i>	Tití enano, chichico	Pygmy marmoset
8	CALLITRICHIDAE	<i>Saguinus lagonotus</i>	Chichico de manto rojo	Red-mantle Saddle
9	CAVIIDAE	<i>Hydrochoerus hydrochaeris</i>	Capibara	Capybara
10	CEBIDAE	<i>Cebus yuracus</i>	Capuchino de frente blanca	White-fronted Capuchin
11	CEBIDAE	<i>Saimiri macrodon</i>	Mono ardilla ecuatoriano	Ecuadorian Squirrel Monkey
12	CERVIDAE	<i>Mazama americana</i>	Venado colorado	Red Brocket
13	CERVIDAE	<i>Mazama Rufina</i>	Venado del páramo	Dwarf Red Brocket
14	CRICETIDAE	<i>Melanomys robustulus</i>	Ratón arrocero robusto	Robust Dark Rice Rat
15	CRICETIDAE	<i>Neacomys spinosus</i>	Ratón cerdoso común	Bristly Mouse
16	CRICETIDAE	<i>Nectomys apicalis</i>	rata de agua ecuatoriana	Western Amazonian nectomys
17	CRICETIDAE	<i>Oecomys bicolor</i>	Ratón arrocero arborícola	white-bellied oecomys
18	CRICETIDAE	<i>Oecomys superans</i>	Ratón arrocero selvático	Foothill Arboreal Rice Rat
19	CRICETIDAE	<i>Rhipidomys leucodactylus</i>	Rata arbolícola cola de pincel	White-footed Climbing Mouse
20	CRICETIDAE	<i>Scolomys melanops</i>	Roedor	Short-nosed scolomys
21	CUNICULIDAE	<i>Cuniculus paca</i>	Guanta	Spotted Paca
22	CYCLOPEDIDAE	<i>Cyclopes didactylus</i>	Flor de balsa/hormiguero	Silky Anteater
23	DASYPODIDAE	<i>Dasyopus novemcinctus</i>	Armadillo	Nine-banded Armadillo

NO.	FAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN	ENGLIS NAME
24	DASYPODIDAE	<i>Priodontes maximus</i>	Armadillo gigante	Giant Armadillo
25	DASYPROCTIDAE	<i>Dasyprocta fuliginosa</i>	Guatusa negra	Black Agouti
26	DIDELPHIDAE	<i>Caluromys lanatus</i>	Raposa lanuda de oriente	Brown-eared Woolly Opossum
27	DIDELPHIDAE	<i>Chironectes minimus</i>	Raposa de agua	Water Opossum, Yapok
28	DIDELPHIDAE	<i>Marmosa rubra</i>	Raposa chica rojiza	Red Mouse Opossum
29	DIDELPHIDAE	<i>Marmosops impavidus</i>	Raposa chica andina	Andean Slender Mouse Opossum
30	DIDELPHIDAE	<i>Marmosops noctivagus</i>	Raposa chica de vientre blanco	White-bellied Slender Mouse Opossum
31	DIDELPHIDAE	<i>Metachirus nudicaudatus</i>	Raposa marrón de cuatro ojos	Brown Four-eyed Opossum
32	DIDELPHIDAE	<i>Philander andersoni</i>	Raposa de cuatro ojos de Anderson	Anderson's Four-eyed Opossum
33	ECHIMYIDAE	<i>Mesomys hispidus</i>	Rata arborícola espinosa	Spiny Tree Rat
34	ECHIMYIDAE	<i>Proechimys brevicauda</i>	Rata espinosa de cola corta	Huallaga Spiny Rat
35	ECHIMYIDAE	<i>Proechimys quadruplicatus</i>	Rata espinosa del Napo	Napo Spiny Rat
36	ECHIMYIDAE	<i>Proechimys simonsi</i>	Rata espinosa de Simons	Simon's Spiny Rat
37	EMBALLONURIDAE	<i>Peropteryx macrotis</i>	Muerciélago perro menor	Lesser Dog-like Bat
38	EMBALLONURIDAE	<i>Rhynchonycteris naso</i>	Muerciélago narigón	Proboscis Bat
39	EMBALLONURIDAE	<i>Saccopteryx leptura</i>	Murciélago de sacos grandes	Lesser Sac-winged Bat
40	FELIDAE	<i>Leopardus pardalis</i>	Ocelote/tigrillo	Ocelot
41	FELIDAE	<i>Panthera onca</i>	Jaguar	Jaguar
42	FELIDAE	<i>Puma yagouaroundi</i>	Yaguarundi	Jaguarundi, Eyra Cat
43	MEGALONYCHIDAE	<i>Choloepus didactylus</i>	Perezoso de dos dedos	Linné's Two-toed Sloth
44	MOLOSSIDAE	<i>Molossus molossus</i>	Murciélago mastín común	Pallas's Mastiff Bat
45	MUSTELIDAE	<i>Eira barbara</i>	Cabeza de mate	Tayra, Greyheaded Tayra
46	MUSTELIDAE	<i>Galictis vittata</i>	Hurón	Greater Grison
47	MUSTELIDAE	<i>Lontra longicaudis</i>	Nutria de agua	Neotropical Otter
48	MUSTELIDAE	<i>Pteronura brasiliensis</i>	Nutria gigante	Giant Otter
49	MYRMECOPHAGIDAE	<i>Myrmecophaga tridactyla</i>	Hormiguero gigante	Giant Anteater
50	MYRMECOPHAGIDAE	<i>Tamandua tetradactyla</i>	Oso hormiguero	Southern Tamandua

NO.	FAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN	ENGLIS NAME
51	NOCTILIONIDAE	<i>Noctilio albiventris</i>	Murciélago pescador menor	Lesser Bulldog bat
52	NOCTILIONIDAE	<i>Noctilio leporinus</i>	Murciélago pescador mayor	Greater Bulldog Bat
53	PHYLLOSTOMIDAE	<i>Artibeus obscurus</i>	Murciélago frutero oscuro	Dark Fruit-eating Bat
54	PHYLLOSTOMIDAE	<i>Chiroderma villosum</i>	Murciélago pequeño de ojos grandes	Little Big-eyed Bat
55	PHYLLOSTOMIDAE	<i>Choeroniscus minor</i>	Murciélago longistostro menor	Lesser Long-tailed Bat
56	PHYLLOSTOMIDAE	<i>Dermanura anderseni</i>	Murciélago frutero	Andersen's Fruit-eating Bat
57	PHYLLOSTOMIDAE	<i>Diphylla ecaudata</i>	Murciélago vampiro de pies peludos	Hairy-legged Vampire Bat
58	PHYLLOSTOMIDAE	<i>Enchisthenes hartii</i>	Murciélago frutero aterciopelado	Velvety Fruit-eating Bat
59	PHYLLOSTOMIDAE	<i>Lonchophylla robusta</i>	Murciélago nectario anaranjado	Orange Nectar Bat
60	PHYLLOSTOMIDAE	<i>Lonchorhina aurita</i>	Murciélago nariz de lanza de Tomes	Tomes's Sword-nosed Bat
61	PHYLLOSTOMIDAE	<i>Lophostoma silvicolum</i>	Murciélago de orejas redondas	White-throated Round-eared Bat
62	PHYLLOSTOMIDAE	<i>Mesophylla macconnelli</i>	Murciélago de Macconel	Macconnell's Bat
63	PHYLLOSTOMIDAE	<i>Micronycteris megalotis</i>	Murciélago orejudo común	Little Big-eared Bat
64	PHYLLOSTOMIDAE	<i>Mimon crenulatum</i>	Murciélago rayado de nariz peluda	Striped Hairy-nosed Bat
65	PHYLLOSTOMIDAE	<i>Phyllostomus elongatus</i>	Murciélago nariz de lanza menor	Lesser Spear-nosed Bat
66	PHYLLOSTOMIDAE	<i>Phyllostomus hastatus</i>	Murciélago nariz de lanza mayor	Greater Spear-nosed Bat
67	PHYLLOSTOMIDAE	<i>Sturnira bidens</i>	Murciélago de hombros amarillos	Bidentate Yellow-shouldered Bat
68	PHYLLOSTOMIDAE	<i>Sturnira magna</i>	Murciélago grande de hombros amarillos	Greater Yellow-shouldered Bat
69	PHYLLOSTOMIDAE	<i>Sturnira oporaphilum</i>	Murciélago de hombros amarillos de Oriente	Tschudi's Yellow-shouldered Bat

NO.	FAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN	ENGLIS NAME
70	PHYLLOSTOMIDAE	<i>Sturnira tildae</i>		Tilda Yellow-shouldered Bat
71	PHYLLOSTOMIDAE	<i>Tonatia saurophila</i>	Murciélago grande de orejas redondas	Stripe-headed Round-eared Bat
72	PHYLLOSTOMIDAE	<i>Trachops cirrhosus</i>	Murciélago de labio verrugoso	Fringe-lipped Bat
73	PHYLLOSTOMIDAE	<i>Trinycteris nicefori</i>	Murciélago de eorejas grandes	Niceforo's Big-eared Bat
74	PHYLLOSTOMIDAE	<i>Uroderma bilobatum</i>	Murciélago toldero común	Tent-making Bat
75	PHYLLOSTOMIDAE	<i>Vampyressa thoyne</i>	Murciélago de orejas amarillas ecuatoriano	Northern Little Yellow-eared Bat
76	PHYLLOSTOMIDAE	<i>Vampyriscus bidens</i>	Murciélago de orejas amarillas de dos dientes	Bidentate Yellow-Eared Bat
77	PHYLLOSTOMIDAE	<i>Vampyrodes caraccioli</i>	Gran murciélago de líneas faciales	Great Stripe-faced Bat
78	PHYLLOSTOMIDAE	<i>Vampyrum spectrum</i>	Gran falso murciélago vampiro	Spectral Bat
79	PROCYONIDAE	<i>Nasua nasua</i>	Coatí amazónico	South American Coati
80	PROCYONIDAE	<i>Potos flavus</i>	Cusumbo	Kinkajou
81	PROCYONIDAE	<i>Procyon cancrivorus</i>	Oso lavador cranjerero	Crab-eating Raccoon
82	SCIURIDAE	<i>Microsciurus flaviventer</i>	Ardilla enana de Oriente	Amazon Dwarf Squirrel
83	SCIURIDAE	<i>Sciurus igniventris</i>	Ardilla roja norteña	Northern Amazon Red Squirrel
84	SCIURIDAE	<i>Sciurus spadiceus</i>	Ardilla roja sureña	Southern Amazon Red Squirrel
85	TAYASSUIDAE	<i>Pecari tajacu</i>	Pecarí de collar	Collared Peccary
86	TAYASSUIDAE	<i>Tayassu pecari</i>	Pecarí de labio blanco	White-lipped Peccary
87	THYROPTERIDAE	<i>Thyroptera tricolor</i>	Murciélago de ventosas de Spix	Spix's Disk-winged Bat
88	URSIDAE	<i>Tremarctos ornatus</i>	Oso de anteojos	Spectacled Bear
89	VESPERTILIONIDAE	<i>Histiotus montanus</i>	Murciélago marrón orejón andino	Small Big-eared Brown Bat
90	VESPERTILIONIDAE	<i>Myotis albescens</i>	Murciélago vespertino plateado	Silver-tipped Myotis
91	VESPERTILIONIDAE	<i>Myotis keaysi</i>		Hairy-legged Myotis

NO.	FAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN	ENGLIS NAME
92	VESPERTILIONIDAE	<i>Myotis oxyotus</i>	Murciélago verpertino montano	Montane Myotis
93	VESPERTILIONIDAE	<i>Myotis riparius</i>	Murciélago ribereño	Riparian Myotis

Fuente: Sistematización de PUCE, Mammalia Web Ecuador.

UICN.

## ii. Reptiles de la zona

Cuadro No. 18. Fauna/ Reptiles del cantón Morona

NO.	FAMILIA/SUBFAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN	ENGLISH NAME
1	ALLIGATORIDAE	<i>Paleosuchus trigonatus</i>	Caimán de frente lisa	Smooth-Fronted Caiman
2	AMPHISBAENIDAE	<i>Amphisbaena bassleri</i>	Culebra ciega	Mottled Amphisbaena
3	BOIDAE	<i>Corallus hortulanus</i>	Boa arborícola	Garden Tree Boa
4	BOIDAE	<i>Epicrates cenchria</i>	Boa arcoíris	Rainbow Boa
5	CHELIDAE	<i>Platemys platycephala</i>	Charapita de aguajal	Twist-neck Turtle
6	COLUBRIDAE: COLUBRINAE	<i>Chironius exoletus</i>	Serpiente látigo	Linnaeus' Sipo
7	COLUBRIDAE: COLUBRINAE	<i>Chironius fuscus</i>	Serpiente látigo oliva	Brown Sipo
8	COLUBRIDAE: COLUBRINAE	<i>Chironius monticola</i>	Serpiente látigo de montaña	Mountain sipo
9	COLUBRIDAE: COLUBRINAE	<i>Chironius scurrulus</i>	Serpiente látigo de Wagler	Wagler's Sipo
10	COLUBRIDAE: COLUBRINAE	<i>Dendrophidion dendrophis</i>	Serpiente corredora aceituna de bosque	Olive Forest Racer
11	COLUBRIDAE: COLUBRINAE	<i>Drymoluber dichrous</i>	Common glossy racers	Common Glossy Racer
12	COLUBRIDAE: COLUBRINAE	<i>Oxybelis fulgidus</i>	Culebra verde arborea	Green Vine Snake
13	COLUBRIDAE: COLUBRINAE	<i>Spilotes sulphureus</i>	Serpiente silbadora gigante	Amazon Puffing Snake
14	COLUBRIDAE: COLUBRINAE	<i>Tantilla melanocephala</i>	Culebra de cabeza negra	Black-headed Snake

NO.	FAMILIA/SUBFAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN	ENGLISH NAME
15	COLUBRIDAE: DIPSADINAE	<i>Atractus elaps</i>	Falsa coral tierrera	Black Ground Snake
16	COLUBRIDAE: DIPSADINAE	<i>Atractus major</i>	Culebras tierrera café	Brown Ground Snake
17	COLUBRIDAE: DIPSADINAE	<i>Atractus modestus</i>	Culebra tierrera modesta	Modest Ground Snake
18	COLUBRIDAE: DIPSADINAE	<i>Atractus occipitoalbus</i>	Culebras tierrera gris	Gray Ground Snake
19	COLUBRIDAE: DIPSADINAE	<i>Atractus orcesi</i>	Culebra tierrera de Orce	Orce's Ground snake
20	COLUBRIDAE: DIPSADINAE	<i>Clelia clelia</i>	Chonta	Mussurana
21	COLUBRIDAE: DIPSADINAE	<i>Dipsas catesbyi</i>	Culebra caracolera de Catesby	Catesby's Snail-eater
22	COLUBRIDAE: DIPSADINAE	<i>Dipsas indica</i>	Culebra caracolera neotropical	Neotropical Snail-eater
23	COLUBRIDAE: DIPSADINAE	<i>Dipsas pavonina</i>	Culebra caracolera	Northern Snail-eater
24	COLUBRIDAE: DIPSADINAE	<i>Dipsas vermiculata</i>	Culebra caracolera vermiculata	Vermiculate Snail-eater
25	COLUBRIDAE: DIPSADINAE	<i>Drepanoides anomalus</i>	Culebra	Black-collared Snake
26	COLUBRIDAE: DIPSADINAE	<i>Erythrolamprus guentheri</i>	Falsa coral de nuca rosa	Günther's False Coral Snake
27	COLUBRIDAE: DIPSADINAE	<i>Helicops angulatus</i>	Culebra de agua angulada	Brown-banded watersnake
28	COLUBRIDAE: DIPSADINAE	<i>Hydrops martii</i>	Culebra de agua amazónica	Amazon Water Snake
29	COLUBRIDAE: DIPSADINAE	<i>Imantodes cenchoa</i>	Cordoncillo común	Blunthead Tree Snake
30	COLUBRIDAE: DIPSADINAE	<i>Imantodes lentiferus</i>	Cordoncillo del amazonas	Amazon Basin Tree Snake
31	COLUBRIDAE: DIPSADINAE	<i>Leptodeira annulata</i>	Serpiente ojo de gato anillada	Banded Cat-eyed Snake
32	COLUBRIDAE: DIPSADINAE	<i>Liophis festae</i>		Drab Ground Snake
33	COLUBRIDAE: DIPSADINAE	<i>Liophis reginae</i>	Culebra terrestre real	Royal Ground Snake

NO.	FAMILIA/SUBFAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN	ENGLISH NAME
34	COLUBRIDAE: DIPSADINAE	<i>Liophis typhlus</i>	Culebra terrestre ciega	Blind Ground Snake
35	COLUBRIDAE: DIPSADINAE	<i>Oxyrhopus petolarius</i>	Falsa coral amazónica	Forest Flame Snake
36	COLUBRIDAE: DIPSADINAE	<i>Xenodon rabdocephalus</i>	Falsa equis	False Fer-de-lance
37	COLUBRIDAE: DIPSADINAE	<i>Xenodon severus</i>	Falsa equis oriental	Amazon False Fer-de-lance
38	COLUBRIDAE: DIPSADINAE	<i>Xenoxybelis argenteus</i>	Serpiente liana verde de banda plateada	Diurnal Vine Snake
39	ELAPIDAE	<i>Micrurus langsdorffi</i>	Corales de Langsdorff	Langsdorff's Coral Snake
40	ELAPIDAE	<i>Micrurus lemniscatus</i>	Coral acintada amazónica	South American Coral Snake
41	ELAPIDAE	<i>Micrurus margaritiferus</i>	Coral salpicada	Speckled Coral Snake
42	ELAPIDAE	<i>Micrurus ornatissimus</i>	Coral ornamentada	Ornate Coralsnake
43	ELAPIDAE	<i>Micrurus spixii</i>	Coral amazónica de cuello negro	Amazon Coral Snake
44	GYMNOPHTHALMIDAE	<i>Alopoglossus atriventris</i>	Lajartija de vientre quillado	Keel-Bellied Shade Lizard
45	GYMNOPHTHALMIDAE	<i>Alopoglossus buckleyi</i>	Tejidos de bucley	Buckley's Teiid
46	GYMNOPHTHALMIDAE	<i>Bachia trisanale</i>	Culebra falsa	Stacy's Bachia
47	GYMNOPHTHALMIDAE	<i>Cercosaura oshaughnessyi</i>	Lagartija rayada	White-lipped Prionodactylus
48	GYMNOPHTHALMIDAE	<i>Euspondylus guentheri</i>	Lagartija	Günther's Sun Tegus
49	GYMNOPHTHALMIDAE	<i>Potamites cochrae</i>	Lagartija	Glossy Shade Lizard
50	GYMNOPHTHALMIDAE	<i>Potamites ecleopus</i>	Lagartija ribereña	Common Stream Lizard
51	GYMNOPHTHALMIDAE	<i>Potamites strangulatus</i>		Big-scaled Neusticurus
52	IGUANIDAE: DACTYLOINAE	<i>Anolis fitchi</i>	Anolis de Fitch	Fitch's Anole
53	IGUANIDAE: DACTYLOINAE	<i>Anolis fuscoauratus</i>	Anolis esbeltos	Brown-eared Anole

NO.	FAMILIA/SUBFAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN	ENGLISH NAME
54	IGUANIDAE: DACTYLOINAE	<i>Anolis ortonii</i>	Anolis de Orton	Bark Anole
55	IGUANIDAE: DACTYLOINAE	<i>Anolis punctatus</i>	Anolis manchados	Spotted Anole
56	IGUANIDAE: DACTYLOINAE	<i>Anolis scypheus</i>	Anolis de escamas doradas	Yellow-tongued Anole
57	IGUANIDAE: DACTYLOINAE	<i>Anolis trachyderma</i>	Anolis de piel áspera	Roughskin Anole
58	IGUANIDAE: DACTYLOINAE	<i>Anolis transversalis</i>	Anolis de bandas transversales	Banded Tree Anole
59	IGUANIDAE: HOPLOCERCINAE	<i>Enyalioides laticeps</i>	Lagartija de palo cabezona	Broad-headed woodlizard
60	IGUANIDAE: HOPLOCERCINAE	<i>Enyalioides microlepis</i>	Lagartija de palo microescamada	Small-scaled woodlizard
61	IGUANIDAE: HOPLOCERCINAE	<i>Enyalioides praestabilis</i>	Lagartija de palo de canelos	Canelos woodlizard
62	IGUANIDAE: HOPLOCERCINAE	<i>Enyalioides rubrigularis</i>	Lagartija de palo gargantiroja	Red-throated woodlizards
63	IGUANIDAE: POLYCHROTINAE	<i>Polychrus marmoratus</i>		Many-colored Bush Anole
64	IGUANIDAE: TROPIDURINAE	<i>Plica umbra</i>	Lagartija de labios azules	Blue-Lipped Tree Lizard
65	PHYLLODACTYLIDAE	<i>Thecadactylus solimoensis</i>	Salamanquesas gigantes orientales	South American Blind Snake
66	SPHAERODACTYLIDAE	<i>Gonatodes caudiscutatus</i>	Salamanquesa	Shieldhead Gecko
67	SPHAERODACTYLIDAE	<i>Gonatodes concinnatus</i>	Salamanquesa de tronco	O'Shaughnessy's Gecko
68	SPHAERODACTYLIDAE	<i>Lepidoblepharis festae</i>	Salamanquesa	Brown Dwarf Gecko
69	SPHAERODACTYLIDAE	<i>Pseudogonatodes guianensis</i>	Salamanquesa	Amazon Pigmy Gecko
70	TEIIDAE	<i>Kentropyx pelviceps</i>	Lagartija de bosque	Forest Whiptail
71	VIPERIDAE	<i>Bothriopsis pulchra</i>		
72	VIPERIDAE	<i>Bothriopsis taeniata</i>	Chichis	Peckled Forest Pit Viper
73	VIPERIDAE	<i>Bothrocophias hyoprora</i>	Hocicos de puerco	Hognose Lancehead

<b>NO.</b>	<b>FAMILIA/SUBFAMILIA</b>	<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	<b>NOMBRE COMÚN</b>	<b>ENGLISH NAME</b>
74	VIPERIDAE	<i>Bothrocophias microphthalmus</i>	Hojas podridas	
75	VIPERIDAE	<i>Bothrops atrox</i>	Equis del Oriente	Barba Amarilla,
76	VIPERIDAE	<i>Bothrops brazili</i>	Equis de Brasil	Brazil's Lancehead
77	VIPERIDAE	<i>Lachesis muta</i>	Verrugosa del Oriente	South American Bushmaster

Fuente: Sistematización de PUCE, Reptilia Web Ecuador.

The reptile database.

### iii. Anfibios de la zona

Cuadro No. 19. Fauna/ Anfibios del cantón Morona

NO.	FAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN	ENGLISH NAME
1	AROMOBATIDAE	<i>Allobates femoralis</i>	Rana saltarina de muslos brillantes	Brilliant-thighed poison frog
2	AROMOBATIDAE	<i>Allobates kingsburyi</i>	Rana saltarina del río Topo	Kingsbury's rocket frog
3	AROMOBATIDAE	<i>Allobates zaparo</i>	Rana saltarina zápara	Sanguine Poison Frog
4	BUFONIDAE	<i>Amazophrynella minuta</i>	Sapo diminuto de hojarasca	Tiny Tree Toad
5	BUFONIDAE	<i>Atelopus boulengeri</i>	Jambato de Boulenger	Boulenger's Stubfoot Toad
6	BUFONIDAE	<i>Atelopus halihelos</i>	Jambato de Morona Santiago	Morona-Santiago Stubfoot Toad
7	BUFONIDAE	<i>Atelopus nepiozomus</i>	Jambato de suro	Gualecenita Stubfoot Toad
8	BUFONIDAE	<i>Atelopus planispina</i>	Jambato de planispina	Flat-spined Atelopus
9	BUFONIDAE	<i>Rhaebo ecuadorensis</i>	Sapo gigante ecuatoriano	Ecudorian giant Toad
10	BUFONIDAE	<i>Rhinella festae</i>	Sapo del Valle de Santiago	Valle Santiago Beaked Toad
11	BUFONIDAE	<i>Rhinella margaritifera</i>	Sapo común sudamericano	South American Common Toad
12	BUFONIDAE	<i>Rhinella marina</i>	Sapo de la caña	Cane Toad, Marine Toad
13	BUFONIDAE	<i>Rhinella roqueana</i>	Sapo de Roque	Roque toad
14	CENTROLENIDAE	<i>Centrolene bacatum</i>	Rana de cristal de rostro adornado	
15	CENTROLENIDAE	<i>Chimerella mariaelenae</i>	Rana de cristal de María Elena	María Elena frog
16	CENTROLENIDAE	<i>Cochranella resplendens</i>	Rana de cristal resplandeciente	Resplendent frog
17	CENTROLENIDAE	<i>Espadarana audax</i>	Rana de cristal de espina curva	Spine frog
18	CENTROLENIDAE	<i>Hyalinobatrachium pellucidum</i>	Rana de cristal fantasma	Ghost frog
19	CENTROLENIDAE	<i>Nymphargus cariticommatus</i>	Rana de cristal de Morona Santiago	Morona Santiago frog
20	CENTROLENIDAE	<i>Nymphargus cochranae</i>	Rana de cristal de Cochran	Cochran frog
21	CENTROLENIDAE	<i>Nymphargus sucre</i>	Rana de cristal de Sucre	Cristal frog
22	CENTROLENIDAE	<i>Rulyrana flavopunctata</i>	Rana de cristal de puntos amarillos	

NO.	FAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN	ENGLISH NAME
23	CENTROLENIDAE	<i>Rulyrana mediarmidi</i>	Rana de cristal del Río Jambue	Jambue river frog
24	CENTROLENIDAE	<i>Teratohyla midas</i>	Rana de cristal del Aguarico	Aguarico frog
25	CERATOPHRYIDAE	<i>Ceratophrys cornuta</i>	Sapo bocón cornudo	Horned frog
	CRAUGASTORIDAE	<i>Hypodactylus nigrovittatus</i>	Rana gorda amazónica	The black-banded robber frog
26	CRAUGASTORIDAE	<i>Lynchius simmonsii</i>	Rana de Lynch de Morona Santiago	Morona Santiago robber frog
27	CRAUGASTORIDAE	<i>Noblella lochites</i>	Rana sureña de Ecuador	South ecuadorian frog
28	CRAUGASTORIDAE	<i>Noblella myrmecoides</i>	Rana sureña de Loreto	Loreto frog
29	CRAUGASTORIDAE	<i>Noblella personina</i>	Rana sureña de máscara	South frog
30	CRAUGASTORIDAE	<i>Oreobates quixensis</i>	Sapito bocón amazónico	Big-headed Frog
31	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis achuar</i>	Cutín achuar	Achuar robber frog
32	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis acuminatus</i>	Cutín puntiagudo	Pointed robber frog
33	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis almendariz</i>	Cutín del Almendariz	Almendáriz robber frog
34	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis altamazonicus</i>	Cutín amazónico	Amazonas robber frog
35	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis altamnis</i>	Cutín de Carabaya	Carabaya robber frog
36	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis atratus</i>	Cutín del Suro Rancho	Suro Rancho robber frog
37	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis baryecuius</i>	Cutín manchado	Stained robber frog
38	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis bicantus</i>	Cutín de Yanayacu	Yanayacu robber frog
39	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis bromeliaceus</i>	Cutín de bromelias	Bromelias robber frog
40	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis buckleyi</i>	Cutín de Imbabura	Imbabura robber frog
41	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis carvalhoi</i>	Cutín de Carvalho	Carvalho robber frog
42	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis citriogaster</i>	Cutín de vientre amarillo	Yellow bellied robber frog
43	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis colodactylus</i>	Cutín de Morona Santiago	Morona Santiago robber frog
44	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis condor</i>	Cutín condor	Cóndor robber frog
45	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis conspicillatus</i>	Cutín de Zamora	Zamora robber frog
46	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis cremnobates</i>	Cutín del Napo	Napo robber frog
47	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis croceoinguinis</i>	Cutín de Santa Cecilia	Santa Cecilia robber frog
48	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis cryophilus</i>	Cutín de San Vicente	San Vicente robber frog

NO.	FAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN	ENGLISH NAME
49	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis cryptomelas</i>	Cutín críptico	Cryptic robber frog
50	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis curtipes</i>	Cutín de Intac	Intac robber frog
51	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis diadematus</i>	Cutín de diadema	Diadem robber frog
52	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis exoristus</i>	Cutín del río Piuntza	Piunza river robber frog
53	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis gagliardoi</i>	Cutín de Mazar	Mazar robber frog
54	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis galdi</i>	Cutín verde amazónico	Amazonas Green robber frog
55	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis ganonotus</i>	Cutín de Yapitya	Yapitya robber frog
56	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis gualaceno</i>	Cutín Gualaceño	Gualaceo robber frog
57	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis incanus</i>	Cutín del río Azuela	Azuela river robber frog
58	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis incomptus</i>	Cutín de Santa Rosa	Santa Rosa robber frog
59	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis katoptroides</i>	Cutín del Puyo	Puyo robber frog
60	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis lacrimosus</i>	Cutín llorón	Weeping frog
61	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis lanthanites</i>	Cutín metálico	Metallic robber frog
62	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis latericius</i>	Cutín anaranjado de Tinguichaca	Orange robber frog
63	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis librarius</i>	Cutín de manchas cafes	Brown spots robber frog
64	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis malkini</i>	Cutín del río Ampiyacu	Ampiyacu river robber frog
65	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis martiae</i>	Cutín de Martha	Martha robber frog
66	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis metabates</i>	Cutín de Chiriaco	Chiriaco robber frog
67	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis nigrogriseus</i>	Cutín de Baños	Baños robber frog
68	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis orcesi</i>	Cutín de Orcés	Orcés robber frog
69	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis pecki</i>	Cutín de Peck	Peck robber frog
70	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis peruvianus</i>	Cutín del Perú	Perú robber frog
71	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis phoxocephalus</i>	Cutín silvador	Whistling robber frog
72	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis prolatus</i>	Cutín oculto	Hidden robber frog
73	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis proserpens</i>	Cutín de Sapote	Sapote robber frog
74	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis pseudoacuminatus</i>	Cutín de Sarayacu	Sarayacu robber frog
75	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis pycnodermis</i>	Cutín de antifaz	Thickskin Robber Frog
76	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis quaquaversus</i>	Cutín del río Coca	Coca river robber frog
77	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis rhodostichus</i>	Cutín de Tangarana	Tangarana robber frog
78	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis riveti</i>	Cutín de Riveti	Riverti robber frog
79	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis rubicundus</i>	Cutín rubicundo	Trench robber frog

NO.	FAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN	ENGLISH NAME
80	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis spinosus</i>	Cutín espinoso	Robber frog
81	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis tinajillas</i>	Cutín de Tinajillas	Tinajillas robber frog
82	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis trachyblepharis</i>	Cutín de franja blanca	The White banded robber frog
83	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis variabilis</i>	Cutín variable	Variable Robber frog
84	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis ventrimarmoratus</i>	Cutín de vientre marmoleado	Belly robber frog
85	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis versicolor</i>	Cutín versicolor	Versicolor robber frog
86	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis vidua</i>	Cutín viuda	Mountain crest robber frog
87	CRAUGASTORIDAE	<i>Pristimantis w-nigrum</i>	Cutín Cualita	Cualita robber frog
88	CRAUGASTORIDAE	<i>Strabomantis cornutus</i>	Cutín bocón de cuernos	Suno robber frog,
89	CRAUGASTORIDAE	<i>Strabomantis sulcatus</i>	Cutín bocón de Nauta	Naura robber frog
90	DENDROBATIDAE	<i>Ameerega párvula</i>	Rana venenosa de Sarayacu	Sarayacu poison robber frog
91	DENDROBATIDAE	<i>Colostethus fugax</i>	Rana venenosa de Pastaza	Pastaza poison robber frog
92	DENDROBATIDAE	<i>Excidobates condor</i>	Rana venenosa del Cóndor	Cóndor poison robber frog
93	DENDROBATIDAE	<i>Hyloxalus cevallosi</i>	Rana cohete de Palanda	Palanda dart frog
94	DENDROBATIDAE	<i>Hyloxalus italoii</i>	Rana cohete de Pastaza	Pastaza dart frog
95	DENDROBATIDAE	<i>Hyloxalus mystax</i>	Rana cohete del río Piuntza	Piuntza dart frog
96	DENDROBATIDAE	<i>Hyloxalus nexipus</i>	Rana cohete de Los Tayos	Los tayos frog
97	DENDROBATIDAE	<i>Hyloxalus peculiaris</i>	Rana cohete de Pailas	Pailas dart frog
98	DENDROBATIDAE	<i>Hyloxalus shuar</i>	Rana cohete shuar	Poison Dart Frogs
99	DENDROBATIDAE	<i>Ranitomeya variabilis</i>	Rana venenosa de líneas amarillas	splash-back poison frog
100	HEMIPHRACTIDAE	<i>Gastrotheca andaquiensis</i>	Rana marsupial de Ecuador	Ecuadorian marsupial frog
101	HEMIPHRACTIDAE	<i>Gastrotheca testudinea</i>	Rana marsupial de Jimenez de la Espada	
102	HEMIPHRACTIDAE	<i>Gastrotheca weinlandii</i>	Rana marsupial de Weinland	Dentate Marsupial-Frog
103	HEMIPHRACTIDAE	<i>Hemiphractus bubalus</i>	Rana de cabeza triangular de Ecuador	
104	HEMIPHRACTIDAE	<i>Hemiphractus proboscideus</i>	Rana de cabeza triangular de Sumaco	
105	HEMIPHRACTIDAE	<i>Hemiphractus scutatus</i>	Rana de cabeza triangular cornuda incubadora	
106	HYLIDAE	<i>Agalychnis buckleyi</i>	Rana mono de Buckley	Buckley monkey frog

NO.	FAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN	ENGLISH NAME
107	HYLIDAE	<i>Dendropsophus bifurcus</i>	Ranita payaso pequeña	Upper Amazon treefrog
108	HYLIDAE	<i>Dendropsophus brevifrons</i>	Ranita arbórea de Crump	Short nosed tree frog
109	HYLIDAE	<i>Dendropsophus leucophyllatus</i>	Ranita payaso grande	Beireis' treefrog
110	HYLIDAE	<i>Dendropsophus marmoratus</i>	Ranita marmórea	Marmol tree frog
111	HYLIDAE	<i>Dendropsophus minutus</i>	Ranita amarilla común	Yellow tree frog
112	HYLIDAE	<i>Dendropsophus parviceps</i>	Ranita caricorta	Sarayacu treefrog
113	HYLIDAE	<i>Dendropsophus rhodopeplus</i>	Ranita bandeada	Red-skirted treefrog
114	HYLIDAE	<i>Dendropsophus sarayacuensis</i>	Ranita de Sarayacu	Shreve's Sarayacu treefrog
115	HYLIDAE	<i>Dendropsophus triangulum</i>	Ranita arbórea común	Triangle treefrog
116	HYLIDAE	<i>Hyloscirtus pacha</i>	Rana de torrente de Pacha	Pacha tree frog
117	HYLIDAE	<i>Hyloscirtus phyllognathus</i>	Rana de torrente de Roque	Roque tree frog
118	HYLIDAE	<i>Hyloscirtus psarolaimus</i>	Rana de torrente de Papallacta	Papallacta tree frog
119	HYLIDAE	<i>Hypsiboas almendarizae</i>	Rana arbórea de Almendáriz	Almendariz's treefrog
120	HYLIDAE	<i>Hypsiboas boans</i>	Rana gladiadora	Rusty tree frog
121	HYLIDAE	<i>Hypsiboas cinerascens</i>	Rana granosa	Demerara Falls tree frog
122	HYLIDAE	<i>Hypsiboas fasciatus</i>	Rana arbórea de Gunther	Gunther's Banded Treefrog
123	HYLIDAE	<i>Hypsiboas geographicus</i>	Rana geográfica	The map tree frog
124	HYLIDAE	<i>Hypsiboas lanciformis</i>	Rana lanceolada común	The basin tree frog
125	HYLIDAE	<i>Hypsiboas nympha</i>	Rana arbórea ninfa	Point tree frog
126	HYLIDAE	<i>Hypsiboas punctatus</i>	Rana punteada	The polka-dot tree frog
127	HYLIDAE	<i>Osteocephalus alboguttatus</i>	Rana de casco de Sarayacu	Sarayacu tree frog
129	HYLIDAE	<i>Osteocephalus cannatellai</i>	Rana de casco de Cannatella	Cannatela tree frog
130	HYLIDAE	<i>Osteocephalus duellmani</i>	Rana de casco de Duellman	Duellman tree frog
131	HYLIDAE	<i>Osteocephalus festae</i>	Rana de casco de Festa	Festa tree frog
132	HYLIDAE	<i>Osteocephalus fuscifacies</i>	Rana de casco del Napo	Napo tree frog
133	HYLIDAE	<i>Osteocephalus mutabor</i>	Rana de casco de Pucuno	Spiny-backed treefrog

NO.	FAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN	ENGLISH NAME
134	HYLIDAE	<i>Osteocephalus taurinus</i>	Rana de casco taurina	Manaus slender-legged tree frog
135	HYLIDAE	<i>Osteocephalus verruciger</i>	Rana de casco verrugosa	Slender-legged tree frog
136	HYLIDAE	<i>Phyllomedusa ecuatoriana</i>	Rana mono ecuatoriana	Ecuadorian monkey frog
137	HYLIDAE	<i>Phyllomedusa tarsius</i>	Rana mono lémur	Lemur monkey frog
138	HYLIDAE	<i>Phyllomedusa tomopterna</i>	Rana mono verde naranja	The tiger-leg monkey frog
139	HYLIDAE	<i>Phyllomedusa vaillantii</i>	Rana mono de líneas blancas	White-lined leaf frog
140	HYLIDAE	<i>Scinax cruentommus</i>	Rana de lluvia del río Aguarico	Aguarico river rain frog
141	HYLIDAE	<i>Scinax funereus</i>	Rana de lluvia de Moyabamba	Moyabamba rain frog
142	HYLIDAE	<i>Scinax garbei</i>	Ranita de lluvia garbeana	Garbeana rain frog
143	HYLIDAE	<i>Scinax ruber</i>	Rana de lluvia listada	Red-snouted treefrog
144	HYLIDAE	<i>Trachycephalus cunauaru</i>	Rana de casco de tronco	Wife toad milky treefrog
145	LEPTODACTYLIDAE	<i>Adenomera andreae</i>	Rana terrestre de André	Lowland tropical bullfrog
146	LEPTODACTYLIDAE	<i>Adenomera hylaedactyla</i>	Rana terrestre del Napo	Napo jungle frog
147	LEPTODACTYLIDAE	<i>Edalorhina perezii</i>	Rana vaquita	Perez's snouted frog
148	LEPTODACTYLIDAE	<i>Leptodactylus discodactylus</i>	Rana terrestre de Vanzolini	Vanzolini's Amazon frog
149	LEPTODACTYLIDAE	<i>Leptodactylus knudseni</i>	Sapo terrestre amazónico	Amazonian toad-frog
150	LEPTODACTYLIDAE	<i>Leptodactylus leptodactyloides</i>	Rana terrestre común	Slender-fingered toadlet
151	LEPTODACTYLIDAE	<i>Leptodactylus mystaceus</i>	Sapo-rana terrestre común	Common jungle frog
152	LEPTODACTYLIDAE	<i>Leptodactylus pentadactylus</i>	Rana terrestre gigante	Smoky Jungle Frog
153	LEPTODACTYLIDAE	<i>Leptodactylus petersii</i>	Rana termitera de Peters	Peters' thin-toed frog
154	LEPTODACTYLIDAE	<i>Leptodactylus rhodomystax</i>	Rana terrestre de Boulenger	Boulenger jungle frog
155	LEPTODACTYLIDAE	<i>Leptodactylus wagneri</i>	Rana terrestre de Wagner	Wagner's white-lipped frog
156	LEPTODACTYLIDAE	<i>Lithodytes lineatus</i>	Rana terrestre rayada	Striped jungle frog
157	MICROHYLIDAE	<i>Chiasmocleis antenori</i>	Rana de hojarasca de Ecuador	Ecuador Silent Frog

<b>NO.</b>	<b>FAMILIA</b>	<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	<b>NOMBRE COMÚN</b>	<b>ENGLISH NAME</b>
<b>158</b>	MICROHYLIDAE	<i>Chiasmocleis bassleri</i>	Rana de hojarasca de hocico puntón	Sheep frog
<b>159</b>	RANIDAE	<i>Lithobates palmipes</i>	Rana común del Río Amazonas	Amazonas river frog
<b>160</b>	TELMATOBIIIDAE	<i>Telmatobius niger</i>	Uco de manchas naranjas	Black Water Frog
<b>161</b>	PLETHODONTIDAE	<i>Bolitoglossa equatoriana</i>	Salamandra ecuatoriana	Ecuadorian salamander
<b>162</b>	PLETHODONTIDAE	<i>Bolitoglossa peruviana</i>	Salamandra peruana	Neotropical salamander
<b>163</b>	CAECILIIDAE	<i>Caecilia abitaguae</i>	Cecilia de Abitagua	Abitagua Caecilian
<b>164</b>	CAECILIIDAE	<i>Caecilia crassisquama</i>	Cecilia de Normandia	Normandia Caecilian
<b>165</b>	RHINATREMATIDAE	<i>Epicrionops petersi</i>	Cecilia de Peters	Peters' Caecilian

Fuente: Sistematización de PUCE, Anpibhia Web Ecuador.

UICN.

## iv. Aves de la zona

Cuadro No. 20. Fauna/ Aves del cantón Morona

<b>Nº.</b>	<b>FAMILIAS/NOMBRE CIENTÍFICO</b>	<b>NOMBRE COMÚN</b>	<b>ENGLISH NAME</b>
<b>TINAMIFORMES - TINAMIDAE – TINAMUES</b>			
1	<i>Crypturellus soui nigriceps</i>	Tinamú Chico	Little Tinamou
2	<i>Crypturellus undulatus yapura</i>	Tinamú Ondulado	Undulated Tinamou
<b>ANSERIFORMES - ANATIDAE - PATOS - GANZOS Y CISNES</b>			
3	<i>Merganetta armata</i>	Pato Torrentero	Torrent Duck
<b>PELECANIFORMES - ANHINGIDAE - ANHINGAS</b>			
4	<i>Anhinga anhinga</i>	Anhinga	Anhinga
<b>CICONIFORMES - ARDEIDAE - MIRASOLES, GARZAS Y GARCETAS</b>			
5	<i>Bubulcus ibis</i>	Garceta Bueyera	Western Cattle
6	<i>Ardea cocoi</i>	Garza Cocoi	Cocoi Heron
<b>CATHARTIFORMES - CATHARTIDAE - CONDORES Y GALLINAZOS</b>			
7	<i>Coragyps atratus foetens</i>	Gallinazo Negro	Black Vulture
8	<i>Cathartes aura</i>	Gallinazo Cabecirrojo	Turkey vulture
9	<i>Cathartes melambrotus</i>	Gallinazo Cabeciamarrillo Mayor	Greater Yellow-headed Vulture
<b>FALCONIFORMES - ACCIPITRIDAE - ELANIOS, AGUILAS, AZORES Y GAVILANES</b>			
11	<i>Elanoides forficatus yetapa</i>	Elanio Tijereta	Swallow-tailed Kite
12	<i>Ictinia plúmbea</i>	Elanio Plomizo	Plumbeous Kite
13	<i>Buteogallus urubitinga</i>	Gavilán Negro Grande	Great Black-Hawk
14	<i>Leucopternis princeps</i>	Gavilán Barreteado	Barred Hawk
15	<i>Buteo nitidus</i>	Gavilán Gris	Grey-lined Hawk
16	<i>Buteo magnirostris magnirostris</i>	Gavilán Campestre	Roadside Hawk
17	<i>Buteo leucorrhous</i>	Gavilán Lomiblanco	White-rumped Hawk
18	<i>Buteo platypterus platypterus</i>	Gavilán Aludo	Broad-winged Hawk
19	<i>Spizastur melanoleucus</i>	Aguila Azor Blanquinegra	Black-and-White Hawk-Eagle
20	<i>Accipiter superciliosus</i>	Azor Enano	Tiny Hawk
21	<i>Accipiter poliogaster</i>	Azor Ventrigris	Grey-bellied Goshawk
<b>FALCONIFORMES - FALCONIDAE- HALCONES Y CARACARAS</b>			
22	<i>Daptrius ater</i>	Caracara Negro	Black Caracara
23	<i>Herpetotheres cachinnans</i>	Halcòn Reidor	Laughing Falcon
<b>GALLIFORMES - CRACIDAE - PAVONES, PAVAS Y CHACHALACAS</b>			
24	<i>Ortalis guttata guttata</i>	Chachalaca Jaspeada	Speckled Chachalaca

25	<i>Chamaepetes goudotti</i>	Pava Ala de Hoz	Sickle-winged Guan
<b>GALLIFORMES - ODONTOPHORIDAE - CORCOVADOS, CODORNICES Y AGACHONAS</b>			
26	<i>Odontophorus speciosus</i>	Corcovado Pechirrufo	Rufous-breasted Wood-Quail
<b>GRUIFORMES - RALLIDAE - RASCONES, POLLUELAS, POLLAS, GALLARETAS, Y FOCHAS</b>			
27	<i>Anurolimnas castaneiceps castaneiceps</i>	Polla Cabecicastaña	Chestnut-headed crane
28	<i>Laterallus exilis</i>	Polluela Pechigris	Grey-breasted Crane
29	<i>Heliornis fulica</i>	Ave sol	Sungrebe
<b>CHARADRIIFORMES - SCOLOPACIDAE - PLAYEROS, BECASINAS Y FALAROPOS</b>			
30	<i>Actitis macularia</i>	Andarríos Coleador	Spotted Sandpiper
<b>CHARADRIIFORMES - CHARADRIIDAE - PLOVERS, SANPIUPERS AND OTHERS SHOREBIRDS</b>			
31	<i>Vanellus chilensis</i>	Avefria Sureña	
<b>COLUMBIFORMES - COLUMBIDAE - PALOMAS Y TORTOLAS</b>			
32	<i>Columba livia</i>	Paloma Común	Rock dove
33	<i>Columba fasciata albilinea</i>	Paloma Collareja	Band-tailed Pigeon
34	<i>Subvinacea bogotensis</i>	Paloma Rojiza	Ruddy Pigeon
35	<i>Patagioenas (Columba) plumbea pallescens</i>	Paloma Plomiza	Plumbeous Pigeon
36	<i>Geotrygon frenata</i>	Paloma Perdiz Goliblanca	White-throated Quail-Dove
37	<i>Claravis pretiosa</i>	Tortolita Azul	Blue Ground-Dove
38	<i>Leptotila rufaxilla/ dubusi</i>	Paloma Frentigrís	Grey-fronted Dove
39	<i>Columba cayennensis</i>	Paloma Ventripálida	Pale-vented Pigeon
40	<i>Columbina talpacoti</i>	Tortolita Colorada	Ruddy Ground-Dove
<b>PSITACIFORMES - PSITTACIDAE - LOROS Y GUACAMAYOS</b>			
41	<i>Bolborhynchus lineola</i>	Perico Barrethead	Barred Parakeet
42	<i>Pionus menstruus menstruus</i>	Loro Cabeciazul	Blue-headed Parrot
43	<i>Pionus sordidus corallinus</i>	Loro Piquirrojo	Red-billed Parrot
44	<i>Aratinga leucophthalmus</i>	Perico Ojiblanca	White-eyed Parakeet
45	<i>Amazona mercenaria canipalliata</i>	Amazona Nuquiescamosa	Scaly-naped Parrot
<b>CUCULIFORMES - CUCULIDAE - CUCOS Y GARRAPATEROS</b>			
46	<i>Piaya cayana gracili mesura</i>	Cuco Ardilla	Squirrel cuckoo
47	<i>Piaya minuta nigricrissa minuta</i>	Cuco Menudo	Squirrel cuckoo
48	<i>Crotophaga ani</i>	Garrapatero Piquiliso	Smooth-billed Ani
<b>STRIGIFORMES - STRIGIDAE - BUHOS TÍPICOS</b>			
49	<i>Megascops choliba crucigerus</i>	Autillo Tropical	Tropical Screech-Owl

<b>NIGHTJARS AND NIGHTHAWKS - CAPRIMULGIDAE - AÑAPEROS Y CHOTACABRAS</b>			
50	<i>Nyctidromus albicollis albicollis</i>	Pauraque	Pauraque
<b>APODIFORMES - APODIDAE - VENCEJOS</b>			
51	<i>Streptoprocne zonaris altissima</i>	Vencejo Cuelliblanco	White-collared Swift
52	<i>Streptoprocne rutilus brunnitorques</i>	Vencejo Cuellicastaño	Chestnut-collared Swift
53	<i>Chaetura cinereiventris</i>	Vencejo Lomigris	Grey-rumped Swift
54	<i>Chaetura brachyura brachyura</i>	Vencejo Colicorto	Short-tailed Swift
<b>APODIFORMES - TROCHILIDAE - COLIBRÍES</b>			
55	<i>Phaethornis guy apicalis</i>	Ermitaño Verde	Green Hermit
56	<i>Phaethornis syrmatorphorus</i>	Ermitaño Ventrileonado	Tawny-bellied Hermit
57	<i>Phaethornis griseogularis griseogularis</i>	Ermitaño Barbigris	Grey-chinned Hermit
58	<i>Schistes geoffroyi</i>	Colibrí Piquicuña	Wedge-billed Hummingbird
59	<i>Doryfera johannae johannae</i>	Picolanza Frentiazul	Blue-fronted Lancebill
60	<i>Urosticte ruficrissa</i>	Puntiblanca Pechiverde	Rufous-vented Whitetip
61	<i>Campylopterus villaviscensio</i> NT	Alasable del Napo	Napo Sabrewing
62	<i>Colibri thalassinus</i>	Orejivioleta Verde	Green Violet-ear
63	<i>Colibri coruscans coruscans</i>	Orejivioleta Ventriazul	Sparkling Violet-ear
64	<i>Heliodoxa leadbeateri</i>	Brillante Frentivioleta	Violet-fronted Brilliant
65	<i>Popelairia popelairii</i>	Colicerda Crestuda	Wire-crested thorn-tail
66	<i>Discosura langsdorffi</i>	Colicerda Ventrinegra	Black-bellied Thorn-tail
67	<i>Lophornis stictolophus</i>	Coqueta Lentijuelada -	Spangled Coquette
68	<i>Chlorostilbon mellisugus phoeopygus</i>	Esmeralda Coliazul	Blue-tailed Emerald
69	<i>Thalaurania furcata viridipectus</i>	Ninfa Tijereta	Fork-tailed Woodnymph
70	<i>Taphrospilus hypostictus</i>	Colibrí Multipuntrado	Many-spotted Hummingbird
71	<i>Amazilia fimbriata fluviatilis</i>	Amazilia Gorijibrillante	Glittering-throated Emerald
72	<i>Chrysuronia oenone</i>	Zafiro Colidorado	Golden-tailed Sapphire
73	<i>Adelomyia melanogenys maculata</i>	Colibrí Jaspeado -	Speckled Hummingbird
74	<i>Urochroa bougueri leucura</i>	Estrella Coliblanca	White-tailed Hillstar
75	<i>Chaetocercus muheliodor</i>	Estrellita de Gorguera	Gorgeted woodstar
76	<i>Chaetocercus mulsant</i>	Estrellita Ventriblanca	White-bellied Woodstar
77	<i>Ocreatus underwoodii peruanus</i>	Coliespátula Zamarino	Booted Racket-tail

78	<i>Aglaiocercus kingii macoa</i>	Silfo Colilargo	Long-tailed Sylph
79	<i>Coeligena wilsoni</i>	Inca Bronceado	Brown Inca
80	<i>Coeligena torquata</i>	Inca Collarejo	Collared Inca
81	<i>Heliothryx auritus auriculatus</i>	Hada Orejinegra	Black-eared Fairy
<b>TROGONIFORMES - TROGONIDAE - TROGONES Y QUETZALES</b>			
82	<i>Pharomachrus auriceps auriceps</i>	Quetzal Cabecidorado	Golden-headed Quetzal
83	<i>Trogon curucui peruvianus</i>	Trogón Coroniazul	Blue-crowned Trogon
<b>CORACIFORMES - ALCEDINIDAE - MARTINES PESCADORES</b>			
84	<i>Megaceryle torquata</i>	Martín Pescador Grande	Ringed Kingfisher
85	<i>Chloroceryle amazona</i>	Martín Pescador Amazónico	Amazon Kingfisher
86	<i>Chloroceryle americana</i>	Martín Pescador Verde	Green Kingfisher
<b>GALBULIFORMES - GALBULIDAE - JACAMARES</b>			
87	<i>Galbula pastazae ( VU )</i>	Jacamar Pechicpbrizo	Coppery-chested Jacamar
<b>GALBULIFORMES - BUCCONIDAE - BUCOS</b>			
88	<i>Chelidoptera tenebrosa</i>	Buco Golonbdrina	Swallow-wing
<b>PICIFORMES - CAPITONIDAE - BARBUDOS DEL NUEVO MUNDO</b>			
89	<i>Capito auratus punctatus</i>	Barbudo Filigrama	Gilded Barbet
90	<i>Eubucco richardsoni richardsoni</i>	Barbudo Golilimón	Lemon-throated Barbet
91	<i>Eubucco bourcierii orientalis</i>	Barbudo Cabecirrojo	Red-headed Barbet
<b>PICIFORMES - RAMPHASTIDAE - TUCANES</b>			
93	<i>Aulacorhynchus derbianus</i>	Tucanete Filicastaño	Chestnut-tipped Toucanet
94	<i>Ramphastos vitellinus culminatus</i>	Tucán Piquiacanelado	Yellow-ridged Toucan
95	<i>Ramphastos tucanus cuvieri</i>	Tucán Goliblanco	Red-billed or Cuvier's Toucan
<b>PICIFORMES - PICIDAE - CARPINTEROS Y PICOLETES</b>			
96	<i>Picumnus lafresnayi lafresnayi</i>	Picolete de Lafresnaye	Lafresnaye's Piculet
97	<i>Chrysoptilus punctigula</i>	Carpintero Pechipunteado	
98	<i>Colaptes rubiginosus buenavistae</i>	Carpintero Olividorado	Golden-olive
99	<i>Dryocopus lineatus lineatus</i>	Carpintero Lineado	Lineated Woodpecker
100	<i>Veniliornis fumigatus</i>	Carpintero Pardo	Smoky-brown woodpecker
101	<i>Melanerpes cruentatus</i>	Carpintero Penachiamarillo	Yellow-tufted Woodpecker
102	<i>Veniliornis passerinus</i>	Carpintero Chico	Little Woodpecker
103	<i>Campephilus haematogaster</i>	Carpintero Carminoso	Crimson-bellied Woodpecker

<b>PASSERIFOMES - TYRANNI - SUBOSCINES</b>			
<b>PASSERIFORMES - FURNARIIDAE - HORNEROS</b>			
104	<i>Synallaxis moesta brunneicaudalis</i>	Colaespina Oscura	Dusky Spinetail
105	<i>Synallaxis albigularis albigularis</i>	Colaespina Pechioscura	Dark-breasted Spinetail
106	<i>Cranioleuca curtata</i>	Colaespina Cejiceniza -	Ash-browed Spinetail
107	<i>Syndactyla subalaris mentalis</i>	Limpiafronda Lineada	Lineated Foliage-gleaner
108	<i>Anabacerthia striaticollis</i>	Limpiafronda Montana	Montane Foliage-gleaner
109	<i>Philydor rufum bolivianum</i>	Limpiafronda Frentianteada	Buff-fronted Foliage-gleaner
110	<i>Philydor rufus</i>	Limpiafronda Colirrufa	Buff-fronted Foliage-gleaner
111	<i>Pseudocolaptes boissonneautii</i>	Barbablanca Rayada	Streaked Tuftedcheek
112	<i>Thripadectes melanorhynchus melanorhynchus</i>	Trepamusgos Piquinegro	Black-billed Treehunter
113	<i>Siptino striaticollis</i>	Colapús Frontino	
114	<i>Xenops tenuirostris</i>	Xenops Picofino	Slender-billed Xenops
115	<i>Xenops rutilans peruvianus</i>	Xenops Rayado	
<b>PASSERIFORMES - DENDROCOLAPTIDAE - TREPATRONCOS</b>			
116	<i>Glyphorhynchus spirurus rufigularis</i>	Trepatroncos Piquicuña	Wedge-billed Woodcreeper
117	<i>Dendrexetastes rufigula</i>	Trepatroncos Golicanela	Cinnamon-throated Woodcreeper
118	<i>Sittasomus griseicapillus amazonus</i>	Trepatroncos Oliváceo	Olivaceous Woodcreeper
119	<i>Xiphocolaptes promeropirhynchus orenocensis</i>	Trepatroncos Piquifuerte	Strong-billed Woodcreeper
120	<i>Xiphorhynchus triangularis triangularis</i>	Trepatroncos Dorsioliva	Olive-backed Woodcreeper
121	<i>Lepidocolaptes lacrymiger warszewiczi</i>	Trepatroncos Montano	Montane Woodcreeper
122	<i>Lepidocolaptes albolineatus</i>	Trepatroncos Lineado	Lineated woodcreeper
<b>PASSERIFORMES - THAMNOPHILIDAE - HORMIGUEROS TÍPICOS</b>			
123	<i>Taraba major melanurus</i>	Batará Mayor	Great Antshrike
124	<i>Thamnophilus tenuipunctatus tenuifasciatus</i>	Batará Listado	Lined Antshrike
125	<i>Herpsilochmus axillaris</i>	Hormiguerito Pechiamarillo	Yellow-breasted Antwren
126	<i>Myrmotherula multostriata</i>	Hormiguerito Rayado Amazónico	Amazonian Streaked-Antwren
127	<i>Dryophila caudata caudata</i>	Hormiguero Colilargo	Long-tailed antbird

128	<i>Cercomacra nigrescens</i>	Hormiguero Negruzco	Blackish or Riparian Antbird
129	<i>Neotantes niger</i>	Arbusto Negro	Black Bushbird
130	<i>Pyriglena leuconota castanoptera</i>	Ojo de Fuego Dorsiblanco -	White-backed Fire-eye
<b>PASSERIFORMES - FORMICARIIDAE - FORMICARIOS Y CHAMAEZA</b>			
131	<i>Chamaeza campanisona punctigula</i>	Chamaeza Colicorto	Short-tailed Antthrush
132	<i>Formicarius rufipectus</i>	Formicario Pechirrufo -	Rufous-breasted Antthrush
<b>PASSERIFORMES - GRALLARIIDAE - GRALARIAS, GRALARITAS Y TORORIES</b>			
133	<i>Grallaria hypoleuca castanea</i>	Gralaria Ventriblanca	White-bellied Antpitta
134	<i>Grallaria ruficapilla</i>	Gralaria Dorsillana	Chestnut-crowned Antpitta
<b>PASSERIFORMES - RHINOCRYPTIDAE - TAPACULOS</b>			
135	<i>Scytalopus micropterus</i>	Tapaculo Colilargo	Long-tailed Tapaculo
136	<i>Scytalopus atratus/ atratus</i>	Tapaculo Coroniblanco Norteño	Northern White-crowned
<b>PASSERIFORMES - TYRANNIDAE - TIRÁNIDOS</b>			
137	<i>Phyllomyias griseiceps</i>	Tiranolete Coronitizado	Sooty-headed Tyrannulet
138	<i>Phaeomyia murina</i>	Tiranolete Murino	Mouse-colored Tyrannulet
139	<i>Zimmerius chrysops chrysops</i>	Tiranolete Caridorado	Golden-faced Tyrannulet
140	<i>Mionectes striaticollis</i>	Mosquerito Cuellilistado	Streak-necked Flycatcher
141	<i>Myiopagis gaimardii gaimardii</i>	Elenita Selvática	Forest Elaenia
142	<i>Elaenia albiceps</i>	Elenia Crestiblanca	White-crested Elaenia
143	<i>Elaenia gigas</i>	Elenia Cachudita	Mottle-backed Elaenia
144	<i>Elaenia chiriquensis</i>	Elenia Menor	Lesser Elaenia
145	<i>Mionectes olivaceus fasciaticollis</i>	Mosquerito Olivirrayado	Olive-striped Flycatcher
146	<i>Leptopogon superciliaris</i>	Mosquerito Gorripizarroso	Slaty-capped Flycatcher
147	<i>Leptopogon rufipectus</i>	Mosquerito Pechirrufo	Rufous-breasted Flycatcher
148	<i>Mecocerculus minor</i>	Tiranillo Ventriazufrado	Sulphur-bellied Tyrannulet
149	<i>Phylloscartes gualaquizae</i>	Tiranolete Ecuatoriano	Ecuadorian Tyrannulet
150	<i>Phylloscartes ophthalmicus</i>	Orejerito Carijaspeado	Marble-faced Bristle-Tyrant
151	<i>Capsiempis flaveola cerula</i>	Tiranolete Amarillos	Yellow Tyrannulet
152	<i>Lophotriccus pileatus</i>	Cimerrillo Crestiescamado	Scale-crested Pygmy-Tyrant
153	<i>Pseudotriccus ruficeps</i>	Tirano Enano Cabecirrufo	Rufous-headed Pygmy-Tyrant
154	<i>Todirostrum cinereum peruanum</i>	Espatulilla Común	Common Tody-Flycatcher
155	<i>Myiotriccus ornatus phoenicurus</i>	Mosquerito Adornado	Ornate Flycatcher
156	<i>Serpophaga cinérea</i>	Tiranoleta Guardariios	Torrent Tyrannulet

157	<i>Pyrrhomyias cinnamomea</i>	Mosquerito Canelo	Cinnamon Flycatcher
158	<i>Mecocerculus poecilocercus</i>	Tiranillo Coliblanco	White-tailed Tyrannulet
159	<i>Rhynchocyclus fulvipectus</i>	Picoplano Pechifulvo	Fulvous-breasted Flatbill
160	<i>Contopus cooperi</i>	Pibí Boreal	Olive-sided Flycatcher
161	<i>Contopus sordidulus</i>	Pibí Occidental	Western Wood-Pewee
162	<i>Contopus virens</i> ( NT )	Pibí Oriental	Eastern Wood-Pewee
163	<i>Contopus fumigatus</i>	Pibí Ahumado	Smoke-colored Pewee
164	<i>Myiophobus cryptoxanthus</i>	Mosquerito Pechiolaváceo	Olive-chested Flycatcher
165	<i>Empidonax alnorum</i>	Mosquerito de Alisos	Alder Flycatcher
166	<i>Ochthoeca cinnamomeiventris</i>	Pitajo Dorsipizarro	Slaty-backed chat-tyrant
167	<i>Ochthoeca diadema</i>	Pitajo Ventriamarrillo	Yellow-bellied Chat-Tyrant
168	<i>Sayornis nigricans angustirostris</i>	Febe Guardarrios	Black Phoebe
169	<i>Myiarchus tuberculifer atriceps</i>	Capetón Crestioscuro	Dusky-capped Flycatcher
170	<i>Myiarchus cephalotes</i>	Copetón Filipálido	Pale-edged Flycatcher
171	<i>Myiarchus ferox ferox</i>	Copetón Cresticorto	Short-crested Flycatcher
172	<i>Tyrannus melancholicus melancholicus</i>	Tirano Tropical	Tropical Kingbird
173	<i>Conopias cinchoneti</i>	Mosquero Cejilimón	Lemon-browed Flycatcher
174	<i>Pitangus sulphuratus sulphuratus</i>	Bienteveo Grande	Great Kiskadee
175	<i>Phylodycor lictor</i>	Bienteveo Menor	Lesser Kiskadee
176	<i>Myiodynastes chrysocephalus</i>	Mosquero Coronidorado	Golden-crowned Flycatcher
177	<i>Megarynchus pitangua pitangua</i>	Mosquero Picudo	Boat-billed Flycatcher
178	<i>Myiozetetes similis similis</i>	Mosquero Social	Social Flycatcher
<b>PASSERIFORMES - COTINGIDAE - COTINGAS</b>			
179	<i>Pipreola riefferii</i>	Frutero Verdinegro	Green-and-black Fruiteater
180	<i>Rupicola peruviana aequatorialis</i>	Gallo de la Peña Andino	Andean Cock-of-the-rock
<b>PASSERIFORMES - PIPRIDAE - MANAKINS</b>			
182	<i>Manacus manacus</i>	Saltarín Barbiblanco	White-bearded Manakin
183	<i>Chloropipo holochlora</i>	Saltarín Verde	Green Manakin
<b>PASSERIFORMES - TITYRIDAE - TITYRAS, CABEZONES, CHIFORNIS.</b>			
184	<i>Tityra semifasciata</i>	Titira Enmascarada	Masked Tityra
185	<i>Tityra inquisitor</i>	Titira Coroninegra	Black-crowned Tityra
186	<i>Pachyramphus castaneus</i>	Cabezón Nuquigris	Chestnut-crowned Becard
187	<i>Pachyramphus versicolor</i>	Cabezón Barreteado	Barred Becard
188	<i>Pachyramphus polychopterus</i>	Cabezón Aliblanco	White-winged Becard
189	<i>Pachyramphus albobrisens</i>	Cabezón Blanquinegro	Black and-white Becard

<b>PASSERIFORMES - PASSERES - OSCINES</b>			
<b>PASSERIFORMES - CORVIDAE - URRACAS</b>			
190	<i>Cyanocorax violaceus violaceus</i>	Urraca Violácea	Violaceous Jay
191	<i>Cyanocorax yncas yncas</i>	Urraca Inca	Inca or Green Jay
<b>PASSERIFORMES - VIREONIDAE - VIREOS, VIRIEONES Y VERDILLOS</b>			
192	<i>Cyclarhis nigristrostris nigristrostris</i>	Vireón Piquinegro	Black-billed Peppershrike
193	<i>Cyclarhis gujanensis</i>	Vireón Cejirrufo	Rufous-browed Peppershrike
194	<i>Vireo olivaceus olivaceus</i>	Vireo Ojirrojo	Red-eyed Vireo
195	<i>Vireo leucophrys leucophrys</i>	Vireo Gorripardo	Brown-capped Vireo
196	<i>Hylophilus olivaceus</i>	Verdillo Oliváceo	Olivaceous Greenlet
<b>PASSERIFORMES - TURDIDAE - SOLITARIOS, MIRLOS, ZORZALES</b>			
197	<i>Myadestes ralloides venezuelensis</i>	Solitario Andino	Andean Solitaire
198	<i>Catharus ustulatus</i>	Zorzal de Swainson	Swainson's Thrush
199	<i>Turdus serranus</i>	Mirlo Negribriloso	Glossy-black Thrush
200	<i>Platycichla leucops</i>	Mirlo Ojipálido	Pale eyed thrush
201	<i>Turdus ignobilis debilis</i>	Mirlo Piquinegro	Black-billed Thrush
<b>PASSERIFORMES - MIMIDAE - MOCKINGBIRDS</b>			
202	<i>Mimus gilvus</i>	Sinsonte Tropical	Tropical Mockingbird
<b>PASSERIFORMES - CINCLIDAE - CINCLOS</b>			
203	<i>Cinclus leucocephalus leuconotus</i>	Cinclo Gorripardo	White-capped Dipper
<b>PASSERIFORMES - HIRUNDINIDAE - MARTINNES Y GOLONDRINAS</b>			
204	<i>Progne tapera</i>	Martín Pechipardo	Brown-chested Martin
205	<i>Progne chalybea</i>	Martín Pechigris	Grey-breasted Martin
206	<i>Atticora fasciata</i>	Golondrina Fajiblanca	White-banded Swallow
207	<i>Notiochelidon cyanoleuca</i>	Golondrina Azulliblanca	Blue-and-white Swallow
208	<i>Tachycineta albiventer</i>	Golondrina Aliblanca	White-winged Swallow
209	<i>Stelgidopteryx ruficollis ruficollis</i>	Golondrina Alirrasposa	Southern Rough-winged Swallow
210	<i>Riparia riparia</i>	Martín Arenero	Sand Martin
<b>PASSERIFORMES - TROGLODYTIDAE - SOTORREYES</b>			
211	<i>Campylorhynchus turdinus hypostictus</i>	Sotorrey Mirlo	Thrush-like Wren
212	<i>Thryothorus europhys</i>	Sotorrey Colillano	
213	<i>Cinnycerthia olivascens</i>	Sotorrey Caferrojizo	Sharpe's Wren
214	<i>Thryothorus coraya griseipectus</i>	Sotorrey Coraya	Coraya Wren
215	<i>Troglodytes aedon</i>	Sotorrey Criollo	House Wren

216	<i>Troglodytes solstitialis</i>	Sotorrey Montañas	Mountain Wren
217	<i>Henicorhina leucosticta hauxwelli</i>	Sotorrey Montés Pechiblanco	White-breasted Wood-Wren
218	<i>Henicorhina leucophrys</i>	Sotorrey Montés Pechigris	Grey-breasted Wood-Wren
<b>PASSERIFORMES - POLIOPTILIDAE - GNATCATCHERS AND GNATWRENS</b>			
219	<i>Polioptila plumbea parvirostris</i>	Perlita Tropical	Tropical Gnatcatcher
<b>PASSERIFORMES - DONACOBIIDAE - DONACOBIO</b>			
220	<i>Donacobius atricapillus nigrodorsalis</i>	Black-capped Donacobius -	Black-capped Donacobius
<b>PASSEIFORMES - PARULIDAE - REINITAS AMERICANAS</b>			
221	<i>Parula pitiayumi alarum</i>	Parula Tropical	Tropical parula
222	<i>Dendroica fusca</i>	Reinita Pechinaranja	Blackburnian warbler
223	<i>Vermivora peregrina</i>	Reinita Verdilla	Tennessee Warbler
224	<i>Seiurus noveboracensis</i>	Reinita Acuática Norteña	Northern waterthrush
225	<i>Wilsonia canadensis</i>	Reinita Collajera	Canada Warbler
226	<i>Myioborus miniatus verticalis</i>	Candelita Goliplomiza	Slate-throated Redstart
227	<i>Myioborus melanocephalus</i>	Candelita de Anteojos	Spectacled Redstart
228	<i>Setophaga ruticilla</i>	Candelita Norteña	American Redstart
229	<i>Phaeothlypis fulvicauda</i>	Reinita Lomianteadá	Buff-rumped Warbler
230	<i>Basileuterus coronatus</i>	Reinita Coronirrojiza	Russet-crowned Warbler
231	<i>Basileuterus tristriatus tristriatus</i>	Reinita Cabecilistada	Three-striped Warbler
<b>PASSERIFORMES - THRAUPIDAE - MIELEROS, PICONOS, PINCHAFLORES Y TANGARAS</b>			
232	<i>Cyanerpes caeruleus</i>	Mielero Purpúreo	Purple Honeycreeper
233	<i>Iridophanes pulcherrima pulcherrimus</i>	Mielero Collarejo	Golden-collared Honeycreeper
234	<i>Chlorophanes spiza caerulescens</i>	Mielero Verde	Green Honeycreeper
235	<i>Dacnis cayana coerebicolor</i>	Dacnis Azul	Blue Dacnis (caerebicolor)
236	<i>Dacnis lineata lineata</i>	Dacnis Carinegra	Black-faced or Yellow-tufted Dacnis
237	<i>Dacnis flaviventer</i>	Dacnis Ventriamarillo	Yellow-bellied Dacnis
238	<i>Diglossa glauca</i>	Pinchafor Ojidorado	Deep-blue Flowerpiercer
239	<i>Hemithraupis guira huambina</i>	Tangara Guira	Guira Tanager
240	<i>Chlorochrysa calliparaea bourcierii</i>	Tangara Orejinaranja	Orange-eared Tanager
241	<i>Tangara arthus aequatorialis</i>	Tangara Dorada	Golden Tanager aequatorialis
242	<i>Tangara xanthocephala venusta</i>	Tangara Coroniazafrán	Saffron-crowned Tanager
243	<i>Tangara chrysotis</i>	Tangara Orejidorada	Golden-eared Tanager

244	<i>Tangara parzudakii parzudakii</i>	Tangara Cariflama	Flame-faced Tanager
245	<i>Tangara ruficervix aylori</i>	Tangara Nuquidorada	Golden-naped tanager
246	<i>Tangara cyanotis lutleyi</i>	Tangara Cejiazul	Blue-browed Tanager
247	<i>Tangara vassorii</i>	Tangara Azulinegra	Blue-and-black Tanager
248	<i>Tangara nigroviridis</i>	Tangara Lentejuelada	Beryl-spangled Tanager
249	<i>Tangara cyanicollis caeruleocephala</i>	Tangara Capuchiazul	Blue-necked Tanager
250	<i>Tangara schrankii</i>	Tangara Veridorada	Green-and-gold Tanager
251	<i>Tangara nigrocincta</i>	Tangara Enmascarada	Masked Tanager
252	<i>Tangara xanthogastra</i>	Tangara Ventriamarilla	Yellow-bellied Tanager
253	<i>Tangara mexicana boliviana</i>	Tangara Turquesa	Turquoise Tanager
254	<i>Tangara chilensis chilensis</i>	Tangara Paraíso	Paradise Tanager
255	<i>Tangara punctata zamorae</i>	Tangara Punteada	Spotted Tanager
256	<i>Creurgops verticalis</i>	Tangara Crestirrufa	Rufous-crested Tanager
257	<i>Tangara gyrola catharinae</i>	Tangara Cabecibaya	Bay-headed Tanager
258	<i>Anisognathus somptuosus baezae</i>	Tangara Montana Aliazul	Blue-shouldered Mountain-Tanager
259	<i>Iridosornis analis</i>	Tangara Goliamarrilla	Yellow-throated Tanager
260	<i>Tersina viridis</i>	Tersina	Swallow Tanager
261	<i>Thraupis episcopus coelestis</i>	Tangara Azuleja	Blue-grey Tanager
262	<i>Thraupis palmarum melanopectera</i>	Tangara Palmera	Palm Tanager
263	<i>Ramphocelus carbo carbo</i>	Tangara Concha de Vino	Silver-beaked Tanager
264	<i>Tachyphonus rufus</i>	Tangara Filiblanaca	White-lined Tanager
265	<i>Tachyphonus luctuosus luctuosus</i>	Tangara Hombriblanaca	White-shouldered Tanager
266	<i>Cissopis leveriana leverianus</i>	Tangara Urraca	Magpie Tanager
267	<i>Hemispingus atropileus</i>	Hemispingo Coroninegro Norteño	Black-capped Hemispingus
<b>PASSERIFORMES - (INCETAE) PINZONES EMBIRICINOS</b>			
268	<i>Coereba flaveola</i>	Mielero Flavo	Bananaquit
269	<i>Saltator maximus maximus</i>	Saltador Goliantead	Buff-throated Saltator
270	<i>Saltator coerulescens azarae</i>	Saltador Grísaceo	Greyish Saltator
271	<i>Saltator grossus</i>	Picogrueso Piquirrojo	Slate-colored Grosbeak
<b>PASSERIFORMES - EMBERIZIDAE - PINZONES, GORRIONES, SEMILLEROS, ESPIGUEROS, CLOROSPINGO</b>			
272	<i>Zonotrichia capensis</i>	Chingolo	Rufous-collared Sparrow
273	<i>Myospiza aurifrons aurifrons</i>	Sabanero Cejamarrillo	Yellow-browed sparrow
274	<i>Volatinia jacarina/ peruviana</i>	Semillerito Negriazulado	Blue-black Grassquit
275	<i>Sporophila murallae</i>	Espiguero de Caquetá	Caqueta Seed-eater

276	<i>Sporophila luctuosa</i>	Espiguero Negriblanco	Black-and-white Seedeater
277	<i>Sporophila nigricollis vivida</i>	Espiguero Ventriamarrillo	Yellow bellied seedeater
278	<i>Sporophila castaneiventris</i>	Espiguero Ventricastaño	Chestnut-bellied Seedeater
279	<i>Oryzoborus angolensis funereus</i>	Semillero Menor	Thick-billed Seed-finch
280	<i>Oryzoborus crassirostris occidentalis</i>	Semillero Piquigrande	Large-billed Seed-finch
281	<i>Oryzoborus atrirostris</i>	Semillero Piquinegro	Black-billed Seed-finch
282	<i>Arremon aurantirostris spectabilis</i>	Saltón Piquinaranja	Orange-billed Sparrow
283	<i>Sicalis flaveola</i>	Pinzón Sabanero Azafranado	Saffron Finch
284	<i>Buarremon brunneinucha frontalis</i>	Matorralero Goricastaño	Chestnut-capped Brush-Finch
285	<i>Atapletes latinnuchus</i>	Matorralero Pechiamarrillo	Rufous-naped Brush-Finch
286	<i>Lysurus castaneiceps</i>	Pinzón Olivaceo	Olive Finch
287	<i>Chlorospingus canigularis signatus</i>	Clorospingo Golicinéreo	Ashy-throated Bush-Tanager
288	<i>Chlorospingus ophthalmicus</i>	Clorospingo Común	Common Bush-Tanager
289	<i>Chlorospingus parvirostris</i>	Clorospingo Bigotudo	Yellow-whiskered Bush-Tanager
290	<i>Chlorospingus flavigularis flavigularis</i>	Clorospingo Goliamarrillo	Yellow-throated Bush-Tanager
<b>PASSERIFORMES - CARDINALIDAE - PIRANGAS , PICOGRUESOS</b>			
291	<i>Piranga rubra rubra</i>	Piranga Roja	Summer Tanager
292	<i>Piranga olivácea</i>	Piranga escarlata	Scarlet Tanager
<b>PASSERIFORMES - ICTERIDAE - OROPENDOLAS, CACIQUES Y BOLSEROS</b>			
293	<i>Cacicus cela cela</i>	Cacique Lomiamarrillo	Yellow rumped Cacique
294	<i>Cacicus leucoramphus</i>	Cacique Montañez Norteño	Mountain Cacique
295	<i>Cacicus uropygialis uropygialis</i>	Cacique Subtropical	Scarlet-rumped or Small-billed Cacique
296	<i>Cacicus solitarius</i>	Cacique Solitario	Solitary Cacique
297	<i>Amblycercus holosericerus</i>	Cacique Piquiamarrillo	Yellow-billed Cacique
298	<i>Psarocolius decumanus decumanus</i>	Oropéndola Crestada	Crested Oropendola
299	<i>Psarocolius angustifrons angustifrons</i>	Oropéndola Dorsirrojiza	Russet-backed Oropendola
300	<i>Molothrus oryzivorus</i>	Vaquero Gigante	Giant Cowbird

<b>PASSERIFORMES - FRINGILLIDAE - JILGUEROS,, EUFONIAS, Y CLOROFONIAS</b>			
301	<i>Carduelis olivácea</i>	Jilguero Oliváceo	Olivaceous Siskin
302	<i>Chlorophonia cyanea</i>	Clorofonia Nuquiazul -	Blue-naped Chlorophonia
303	<i>Euphonia laniirostris melanura</i>	Eufonia Piquigruesa	Thick-billed Euphonia
304	<i>Euphonia rufiventris</i>	Eufonia Ventrirrufa	Rufous-bellied euphonia
305	<i>Euphonia cyanocephala pelzelni</i>	Eufonia Lomidorada	Golden-rumped Euphonia
306	<i>Euphonia xanthogaster brevirostris</i>	Eufonia Ventrinaranjada	Orange-bellied euphonia
307	<i>Euphonia mesochrysa mesochrysa</i>	Eufonia Verdibronceada	Bronze-green euphonia
<b>PASSERIFORMES - PASSERIDAE - GORRIÓN EUROPEO</b>			
308	<i>Passer domesticus</i>	Gorrión Europeo	House sparrow

Fuente: Galo Real (Real Nature Travel)

#### **d. Económico Productivo**

##### **1) Actividades económicas**

###### **a) Agricultura**

Según datos del último censo agropecuario la papa china, yuca, camote y malanga ocupan el 71% de la superficie cultivada y cosechada en el cantón. Estudios demuestran que los cultivos de maíz duro (*Zea mays*), banano (*Musa sapientum.*), caña de azúcar (*Saccharum officinarum*), naranjilla (*Solanum quitoense*), yuca (*Manihot esculenta*), plátano (*Musa paradisiaca*) ocuparon alrededor del 80% de la superficie cosechada.

Es importante destacar que en este censo además se destacó que todos los propietarios de tierras dedican menos del 15% de la propiedad a cultivos transitorios. Así mismo señala que aquellos propietarios menores a las 5 hectáreas dedican entre el 20 % y 60% de la propiedad a cultivos permanentes.

Finalmente el estudio señala que todos los productores mantienen entre el 10% y 60% de la propiedad como montes y bosques; destacando que mientras más grande es la propiedad mayor es la superficie de montes y bosques.

Para comprender de mejor manera la dinámica agrícola del cantón es necesario recordar que el territorio está ocupado por colonos y shuar. Por un lado los colonos ocupan los terrenos que se encuentran cercanos a los ejes viales, sin olvidar que estos colonos proviene de las zonas deprimidas rurales de la sierra quienes tienen muy poca práctica en el manejo adecuado de técnicas de aprovechamiento agrícola y por ende la productividad de sus unidades productivas es muy baja sumado a ello que las tierras de la Amazonía por naturaleza son pobres en nutrientes y su capa arable es muy pequeña ha hecho que estos campesinos cada vez busquen nuevos terrenos para deforestarlos y aprovechar al máximo tanto el recurso forestal y en una segunda instancia dedicarse a la agricultura.

La situación de la comunidad shuar no difiere en gran medida de la de los colonos, básicamente ellos se han sentido desplazados por los colonos y se han visto obligados a ocupar nuevos espacios de montes y bosques ampliando aún más la frontera agrícola; sin olvidar que ellos culturalmente han sido cazadores y recolectores y que en las últimas décadas se han visto obligados a dedicarse a la agricultura sin la experticia necesaria y por tanto obteniendo productividad baja en sus terrenos.

Los principales productos que se comercializan son plátano (*Musa paradisiaca*), banano (*Musa sapientum.*), orito (*Musa acuminata*), café (*Coffea arabica*) y naranjilla (*Solanum quitoense*), algunas hierbas aromáticas como guayusa (*Ilex guayusa*), hierba luisa (*Aloysia triphylla*) y hortalizas. La principal dificultad que atraviesa el sector productivo es la integración de las zonas productoras a los sitios de acopio y el traslado de productos a mercados regionales. Una condición que influye en la posibilidad de comercio es la deficiencia en la calidad de los productos, lo cual limita la competitividad y encadenamiento a los segmentos del mercado. Los costos de transportación y la pérdida de los productos en la pos cosecha son altos.

## **b) Ganadería**

La provincia de Morona Santiago y por ende el cantón Morona tiene una tradición de producir ganado de carne; se estima que en el cantón existen aproximadamente unas 30000 unidades bovinas la mayoría mestizas sin registros; el camal municipal registra un promedio de 330 reses faenadas durante el periodo Enero – Abril, teniendo como histórico un promedio de 4000 reses al año. Pero esta actividad en los últimos tiempos ha tenido

dificultades sobre todo relacionados con el manejo fitosanitario y precio de la carne lo que ha provocado que muchos de los ganaderos abandonen o cambien de actividad evidenciándose una gran cantidad de potreros y un poco número de cabezas de ganado.

#### **c) Otras actividades**

Dentro de la actividad económica del cantón Morona se puede observar otro tipo de propuestas productivas aunque en menor porcentaje así podemos señalar:

**La minería**, dentro de lo que destaca la explotación de material pétreo de las riberas del río Upano sobre todo para la construcción y lastrado de vías; en los últimos años de igual manera han surgido nuevas propuestas de explotación minera que están causando en la actualidad un debate sobre la conveniencia o no de entrar en una explotación de las minas no solo del cantón sino de toda la provincia.

Existen propuestas en la parte agroindustrial en lo referente a los derivados de la leche que son procesados en las fincas y comercializados en la ciudad, dentro de este tipo de iniciativas han surgido como propuestas rurales el procesamiento de harinas, plantas aromáticas, shampoo, entre otras que están siendo apoyadas por ONG's como CHANKUAP y ATASIN tanto en la parte organizativa, como en la de producción, marketing y venta.

Finalmente a nivel del cantón se observan negocios relacionados con la actividad turística tanto en la parte urbana como en la rural, frente a esta iniciativa se observa que aún falta mucho por hacer con el fin de mejorar el servicio puesto que el cantón y la provincia es muy privilegiada en cuanto a recursos tanto naturales como culturales que aún no son explotados de una manera adecuada a favor del turismo.

#### **d) Desarrollo actual del turismo en la zona**

El sector turístico como tal es reciente y aún incipiente en el cantón Morona, el breve historial en años anteriores a las década de los 90 no registra a este sector productivo, es desconocido, muy poco explorado y lo que es peor aún ni siquiera considerado como fuente de ingresos y sustentabilidad económica alguna para el cantón.

Algunos de los factores primordiales que incidieron en el escaso o casi nulo desarrollo del sector fueron la dificultad para el acceso, en las vías tanto en la Puyo – Macas como la Cuenca Macas las mismos que implicaba largas distancias y sobre todo el mal estado de vías y carreteras y por el otro lado una oferta turística nula debido a una planta e infraestructura turística inexistente.

A partir del año 2000 se inicia un proceso de cambio en cuanto a vialidad se refiere; se apertura nuevas vías y obras importantes como la pavimentación de la vía Macas Río Pastaza y posteriormente el tramo que culmina en la ciudad de Puyo, también está la vía que conduce hasta Cuenca por ejemplo la Guarumales - Méndez o la Gualaceo Limón que atraviesa los diferentes cantones de la provincia de Morona Santiago y que constituyen el eje vial que corresponde al de la Troncal Amazónica.

Otro hito importante ocurre en año 2006 cuando se apertura por primera vez la carretera Guamote – Macas constituyéndose así en otros acceso importante hacia el cantón y la provincia de Morona Santiago; actualmente esta vía se encuentra en buenas condiciones.

De esta manera era evidente el surgimiento del nuevo movimiento poblacional reflejado en el continuo flujo hacia el cantón, mismo que ha ido incrementando cada vez más a través de los últimos años y del cual es testigo los entes y ciudadanía local y en especial los feriados y otras fechas conmemorativas donde hoy es muy frecuente el hablar de turistas y por ende del sector como tal.

En embargo parece ser que el conglomerado cantonal no se preparó lo suficiente para afrontar este fenómeno e iniciar la actividad turística de manera planificada. La planta turística aun oferta un servicio deficiente en comparación a la competencia las organizaciones e instituciones encargadas del liderar y organizar la actividad turística cantonal no le han dado la importancia que merece es así que aún no contamos con datos estadístico del flujo turístico para iniciar el proceso de planificación y lo que se han en hecho en relación al tema es relativamente poco.

## 2. Inventario de atractivos turísticos

### a. Atractivos turísticos

#### 1) Parroquia Macas

Cuadro No. 21. Atractivos turísticos parroquia Macas

Provincia: Morona Santiago		Cantón: Morona			Parroquia: Macas	
No.	ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN
		CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO		
1	CENTRO HISTÓRICO URBANO DE MACAS	Manifestaciones Culturales	Histórica	Zona Histórica	III	Estrechas calles empedradas, pintorescas fachadas han convertido al centro histórico de Macas un sitio ideal para ser visitado y explotado turísticamente. Están los parques Cívico y de la Amazonía y el pasaje Domingo Comín.
2	COMUNIDAD MACABEA	Manifestaciones Culturales	Etnográfica	Grupo Étnico Macabeo	I	Los macabeos son el grupo cultural que identifica la capital provincial. Sus costumbres y tradiciones están íntimamente relacionadas con la vida en el campo, con su vivienda, alimentos, fiestas, trabajo y manifestaciones de religiosidad.
3	ARTESANÍA MACABEA	Manifestaciones Culturales	Etnográfica	Artesanía	II	Lo constituyen sobre todo utensilios propios elaborados con material de la zona para cubrir las necesidades el quehacer cotidiano; podemos citar changuinas, baquelos, vaina, poros, etc.

Provincia: Morona Santiago		Cantón: Morona			Parroquia: Macas	
No.	ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN
		CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO		
4	CATEDRAL PURÍSIMA DE MACAS	Manifestaciones Culturales	Histórica	Arquitectura Religiosa	II	La catedral moderna mantiene una representación en vitrales de la historia de la transformación del cuadro de la Virgen Patrona, parte de la historia y religiosidad que mantiene la localidad.
5	PARQUE RECREACIONAL	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas y Científicas	Parque	II	Centro de atracción turística por su topografía, paisaje, plantas típicas. Cuenta con un orquidiario, casetas y un mirador.
6	MIRADOR EL QUÍLAMO	Sitios Naturales	Montaña	Colina	II	El mirador se encuentra a 1404 metros es ideal para realizar caminatas, observar la vista panorámica del río Upano y la ciudad de Macas, en su cima se levanta el monumento a la Virgen Purísima de Macas.
7	FIESTAS CÍVICAS	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos Programados	Fiestas	II	Se realizan desde el 23 al 29 de mayo con varios actos conmemorativos de carácter cívico, militar, cultural y folklórico. Lidera estos festejos la I. Municipalidad del Cantón Morona. También están las de provincialización el 10 de noviembre.
8	FIESTAS JURADAS O RELIGIOSAS	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos Programados	Fiestas	II	Hay dos fiestas Juradas, del 5 de agosto y 18 de febrero, que se relacionan al compromiso jurado de celebración en acción de gracias a la Virgen "Purísima" por su protección al pueblo de Macas

Provincia: Morona Santiago		Cantón: Morona			Parroquia: Macas	
No.	ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN
		CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO		
9	FIESTAS POPULARES	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos Programados	Fiestas	III	Cada año por las festividades de Carnaval se ha institucionalizado la celebración festiva denominada de la “Guayusa y la Canela” se desarrollan algunos eventos de folklor.
10	VALLE DEL UPANO	Sitios Naturales	Planicies	Valles	II	El valle del Upano tiene una extensión de 20 kilómetros aproximadamente, se puede observar un alto nivel de biodiversidad, el bosque de Arrayanes, orquídeas, sus atractivas playas y sus caudalosas aguas sirven para hacer deportes de aventura como rafting.
11	MIRADOR DE LA EMISORA VOZ DEL UPANO	Sitios Naturales	Montaña	Colina	II	Desde aquí se puede observar el caudaloso río Upano, y la biodiversidad típica de la zona. Aquí se encuentran las instalaciones de la emisora Voz del Upano, una de las primeras y con legado histórico para el cantón.
12	PLAYAS DEL RÍO UPANO	Sitios Naturales	Ríos	Ribera		El agua es limpia y color verde, tiene una temperatura templada que llega a 14° C en días cálidos, desde la playa se puede apreciar los rápidos del Upano y su gran puente
13	CENTRO DE RECREACIÓN Y CULTURA MUNICIPAL	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnica y científicas	Centro de recreación	II	El complejo está conformado por varios espacios de recreación así: Mirador, piscinas, jardineras, juegos infantiles y centro de interpretación.

Provincia: Morona Santiago		Cantón: Morona			Parroquia: Macas	
No.	ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN
		CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO		
14	RÍO JURUMBAINO	Sitios Naturales	Ríos	Ribera	II	La playa del Río Jurumbaino tiene una extensión de 25,5 Kilómetros aproximadamente y 10 metros de amplitud, agua oscura por la presencia de sedimento, inodora y con temperatura agradable.
15	Parque Nacional Sangay	Sitios Naturales	Sistema de Áreas Protegidas	Parque Nacional	III	Por su gran riqueza biológica, ecológica, geológica, y cultural que contiene sobre las estribaciones occidentales de la cordillera fue declarado Parque Nacional.

## 2) Parroquia Sevilla Don Bosco

Cuadro No. 22. Atractivos turísticos de la parroquia Sevilla Don Bosco

Provincia: Morona Santiago		Cantón: Morona			Parroquia: Sevilla Don Bosco	
No.	ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN
		CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO		
1	COMUNIDADES SHUAR	Manifestaciones Culturales	Etnográfica	Grupo Étnico Shuar	II	Pueblo indígena autóctono de la localidad que manifiesta su riqueza mediante tradiciones como el lenguaje, la vestimenta, alimentaciones y celebraciones populares.
2	ARTESANÍA SHUAR	Manifestaciones Culturales	Etnográfica	Artesanía	II	Variedad de herramientas para la caza y utensilios de cocina. Las mujeres realizan adornos con semillas y plumas de animales del entorno.

Provincia: Morona Santiago		Cantón: Morona			Parroquia: Sevilla Don Bosco	
No.	ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN
		CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO		
3	COMUNIDAD DE MIASAL	Manifestaciones Culturales	Etnográfica	Grupo Étnico Shuar	II	Miasal es una comunidad shuar que cuenta con una gran cantidad de atractivos turísticos y culturales, los cuales por estar lejos de la civilización moderna aún preservan sus costumbres y tradiciones al igual que protegen y respetan el medio ambiente.
4	GRANJA INTEGRAL DON BOSCO	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas y Científicas	Centro de Producción	II	La granja integral Don Bosco está siendo utilizada para producir, industrializar y comercializar productos agrícolas y pecuarios a bajo costo y durante todo el año.
5	GRANJA INTEGRAL QUILAMUPE	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas y Científicas	Centro de Producción	II	La granja integral Quilamupe de 2 hectáreas está siendo utilizada para producir, comercializar productos agrícolas y pecuarios con abonos orgánicos y sin ningún tipo de fertilizantes químicos.
6	HUERTO FAMILIAR SAN ANTONIO	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas y Científicas	Centro de Producción	II	El Huerto familiar San Antonio de propiedad de José Antonio Robalino posee 190 hectáreas de extensión, está siendo utilizada para producir papaya, yuca, frutas de la zona.
7	RÍO YUQUIPA	Sitios Naturales	Ríos	Ribera	II	El río Yuquipa tiene una extensión de 31,2 kilómetros aproximadamente y 18-20 metros de amplitud, agua transparente verdosa, inodora y con temperatura agradable, posee gran cantidad de flora típica y endémica de la zona que no está intervenida.

Provincia: Morona Santiago		Cantón: Morona			Parroquia: Sevilla Don Bosco	
No.	ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN
		CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO		
8	BOSQUE DE ARRAYANES	Sitios Naturales	Bosque	Montano Bajo Oriental	II	El bosque primario de arrayanes ( <i>Myrtus foliosa</i> y <i>Myrtus cumunis</i> ) con árboles de tres a seis metros de altura, oloroso, de ramas flexibles, hojas opuestas de colores verdes vivos, lustrosos, pequeños, duros y persistentes y 3 km de distancia.

### 3) Parroquia Cuchaentza

Cuadro No 23. Atractivos turísticos de la parroquia Cuchaentza

Provincia: Morona Santiago		Cantón: Morona			Parroquia: Cuchaentza	
No.	ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN
		CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO		
1	BOSQUE PROTECTOR CUTUCÚ SHAIMI	Sitios Naturales	Bosque	Bosque Húmedo Tropical	III	El bosque protector Cutucú-Shaimi está en estudio y en plan de manejo para poder pertenecer al SNAP, tiene una extensión de 360000 hectáreas de vegetación arbórea de gran tamaño principalmente, posee bosques primarios y abundante fauna.
2	BOSQUE DE COPALES	Sitios Naturales	Bosque	Bosque Húmedo Tropical	II	El bosque de Copales tiene una extensión aproximadamente de 8 hectáreas, es un bosque primario formado por una gran cantidad de copales ( <i>Bursera icica copal</i> ), de

Provincia: Morona Santiago		Cantón: Morona			Parroquia: Cuchaentza	
No.	ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN
		CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO		
						alturas superiores a los 10 metros, y de 1 a 3 metros de espesor.
3	CASCADAS DEL ALTO MACUMA	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas	II	Es un conjunto de hermosas cascadas llevan el nombre de Alto Macuma por lo que entre todas ellas y algunos riachuelos forman el Río Macuma localizadas en las estribaciones de la cordillera Cutucú.
4	CASCADA DE MUSAP	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas	II	La cascada tiene 50 metros de altura aproximadamente, esta cascada va a desembocar en el río Cuchaentza, sus aguas son verdosas, templadas, limpias y claras y una poza de 15 metros de diámetro.
5	RÍO MACUMA	Sitios Naturales	Ríos	Ribera	II	El río Macuma tiene una extensión de 25, 5 kilómetros de longitud en el cantón de Morona con 10 a 20 metros de ancho, nace de la formación de los ríos Wajaentz, Kenkuin, Pajanak y Cuchentza. A las orillas de este río se asientan una gran cantidad de comunidades de la etnia shuar

#### 4) Parroquia Sinaí

Cuadro No. 24. Atractivos turísticos de la parroquia Sinaí

Provincia: Morona Santiago		Cantón: Morona			Parroquia: Sinaí	
No.	ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN
		CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO		
1	COMPLEJO ARQUEOLÓGICO WAPULA	Manifestaciones Culturales	Histórica	Sitio Histórico	II	El lugar constituye uno de los complejos arqueológicos más grandes construidos por la cultura Upano (1750 a.c.) cuenta con más de 300 tolas. Miden de 3 a 10 metros de ancho por 10 a 50 metros de largo y entre 2 y 10 metros de alto, en un territorio de 4 hectáreas aproximadamente.
2	LAGUNAS DE SARDINAYACU	Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	Laguna	II	Sistema lacustre de 5 lagunas, que se forman de los deshielos del volcán Sangay y otros riachuelos que van a formar el río Volcán, con diámetros entre 1,7 a 5,2 kilómetros la más grande, agua de color azul oscuro, rodeada de vegetación primaria, gran cantidad de flora y fauna.
3	CASCADAS DEL AMBUSHA	Sitios Naturales	Ríos	Cascada	II	El atractivo cuenta con un par de cascadas a una distancia de 20 metros entre las dos, la primera con una caída de agua de 70 metros aproximadamente y la segunda con una altura de 40 metros al pie de la misma se ha formado una poza de agua.
4	TOLAS TRES MARÍAS	Manifestaciones Culturales	Histórica	Zona arqueológica	II	Es un conjunto de varias tolas ubicadas estratégicamente siguiendo la margen del

Provincia: Morona Santiago		Cantón: Morona			Parroquia: Sinaí	
No.	ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN
		CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO		
						Río Wapula, parecen formar algún tipo de asentamiento humano estratificado y ordenado.
5	CASCADA TRES MARÍAS	Sitios Naturales	Ríos	Cascada	II	Cascada de 15 metros de caída de agua aproximadamente se encuentra formando una gruta tipo cueva de material rocoso a los pies de la misma se forma una poza de un metro de profundidad.

### 5) Parroquia Río Blanco

Cuadro No. 25. Atractivos turísticos de la parroquia Río Blanco

Provincia: Morona Santiago		Cantón: Morona			Parroquia: Río Blanco	
No.	ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN
		CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO		
1	PETROGLIFOS DEL PADRE CAROLO	Manifestaciones Culturales	Histórica	Zona Arqueológica	II	Representado por un conjunto de 5 monumentales piedras, separadas por grupos de dos, situadas a unos 300 m. de distancia entre uno y otro.
2	TOLAS DE RÍO BLANCO	Manifestaciones Culturales	Histórica	Zona Arqueológica	II	Es un conjunto de 3 tolas localizadas en la Parroquia, a pocos metros del centro poblado. Son tolas de poca elevación distantes las unas de las otras.

Provincia: Morona Santiago		Cantón: Morona			Parroquia: Río Blanco	
No.	ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN
		CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO		
3	CASCADAS DE ARAPICOS	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas	II	Es un conjunto de 9 hermosas cascadas. Cada una de ellas de diferentes formas y con diferentes encantos, ideal para realizar caminatas y observación de flora, fauna e insectos.
4	TEMPLO DE LA AMAZONÍA	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Técnicas y científicas	Plaza	II	Comprende área de 2 hectáreas cuyo fin es atenuar la riqueza cultural regional comprende algunos ambientes así existen 9 cabañas de construcción típica cuyo circuito está compuesto de adoquines multicolores.
5	RÍO BLANCO	Sitios Naturales	Ríos	Ribera	II	El río de amplio caudal recorre este sector de la parroquia tiene un tono blancuzco por el torrente de sus aguas existe un tramo donde se forma una poza ideal para la natación.
6	RÍO ARAPICOS	Sitios Naturales	Ríos	Ribera	II	El río que recorre este sector de la parroquia es de aspecto verdoso y de mediana profundidad contiguo al margen derecho del río se ha formado un playa pequeña de arena.
7	COMUNIDAD ARAPICOS	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Comunidades Indígena	I	Conjunto de 20 familias donde habitan personeros pertenecientes a la cultura shuar, en el sector céntrico de la comunidad se ubican algunas chozas típicas.
8	MIRADOR SAN PEDRO	Sitios Naturales	Colina	Mirador	II	Colina cubierta de especies silvestres arbustiva y herbácea donde se puede apreciar una maravillosa vista del extremo sur de la ciudad de Macas.

## 6) Parroquia General Proaño

Cuadro No. 26. Atractivos turísticos de la parroquia General Proaño

Provincia: Morona Santiago		Cantón: Morona			Parroquia: General Proaño	
No.	ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN
		CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO		
1	BOSQUE PROTECTOR DOMONO	Sitios Naturales	Bosque	Montano Bajo Oriental	II	El bosque protector tiene una extensión de 6 hectáreas de vegetación primaria la cual se encuentra dentro de una finca que posee el CREA, la mayoría de las especies son maderables.
2	RÍO COPUENO	Sitios Naturales	Ríos	Ribera	II	Comprende el río de mediano caudal, que cursa la parroquia longitudinalmente y que en el sector denominado Nueva Jerusalén forma una poza de mediana profundidad, ideal para la natación.
3	RÍO DOMONO	Sitios Naturales	Ríos	Ribera	II	Comprende el río de mediano caudal el mismo que se une aguas abajo con el río Upano, de aguas semi cristalinas rodeado de un bello paisaje.
4	MIRADOR DOMONO	Sitios Naturales	Colina	Mirador	II	Del filo de la montaña al lado derecho de la carretera se puede apreciar y disfrutar de una hermosa vista longitudinal del caudaloso Río Upano.
5	TOLAS DOMONO	Manifestaciones Culturales	Histórica	Zona Arqueológica	I	Es un conjunto de 9 montículos de tierra ubicados en la parte central de la finca que abarca una extensión de por lo menos una hectárea de terreno.

## 7) Parroquia Zuñac

Cuadro No. 27. Atractivos turísticos de la parroquia Zuñac

Provincia: Morona Santiago		Cantón: Morona			Parroquia: Zuñac	
No.	ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN
		CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO		
1	CASCADA DE CUGUSHA	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas	II	La cascada tiene 85 metros de distancia vertical, una pequeña poza de 10 metros de caída y luego continúa la cascada con un gran salto de 75 metros, desembocando en una poza de 20 metros de diámetro.
2	CASCADA DEL RÍO PLAYAS	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas	II	La cascada tiene 40 metros de distancia que baja por un conjunto de piedras hasta llegar al Río Playas, sus aguas verdosas son frías y cristalinas.
3	LAGUNA NEGRA	Sitios Naturales	Ambiente Lacustre	Laguna	II	La Laguna Negra pertenece al sistema lacustre Atillo del Parque Nacional Sangay, tiene un diámetro de 710 metros, agua de color azul claro, no posee vida animal ya que su agua posee mucha salinidad.
4	CASCADAS DE ZUÑAC	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas	II	Es un conjunto de hermosas cascadas que no poseen nombres comunes, dentro del PNS esta lo largo de la vía a Riobamba, ofrece un bello paisaje.

## 8) Parroquia 9 de Octubre

Cuadro No. 28. Atractivos turísticos de la parroquia 9 de Octubre

Provincia: Morona Santiago		Cantón: Morona			Parroquia: Alshi/ 9 de Octubre	
No.	ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN
		CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO		
1	MIRADOR LOMA DE TIGRILLO	Sitios Naturales	Montaña	Colina	II	El mirador se encuentra a 1865 metros de altura, comprende un tramo de aproximadamente 500 metros siguiendo la vía.
2	RÍO ABANICO	Sitios Naturales	Ríos	Ribera	II	Tiene una longitud de 56 Kilómetros aproximadamente y 10-12 metros de amplitud, agua verdosa oscura, inodora, limpia y con temperatura baja, posee gran cantidad de flora típica y endémica de la zona.

## 9) Parroquia San Isidro

Cuadro No. 29. Atractivos turísticos de la parroquia San Isidro

Provincia: Morona Santiago		Cantón: Morona			Parroquia: San Isidro	
No.	ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			JRQ	DESCRIPCIÓN
		CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO		
1	Fuente de agua del río Quebrada	Sitios Naturales	Ríos	Fuente de agua	II	El atractivo comprende el cauce y descenso que sigue el río Quebrada hacia la zona baja de la localidad, de aguas cristalinas y de un blanquecino efecto producto de las fuerza de caudal.
2	Cascada de El Edén	Sitios Naturales	Ríos	Cascada		Comprende una cascada de 25 metros de alto, a su alrededor se ha formado una pequeña poza además de la vegetación exuberante por encontrarse en medio de una zona boscosa.

## **b. Declaración de la imagen turística de la zona**

El cantón Morona cuenta con un total de 61 atractivos turísticos de los cuales el 56 % corresponde a atractivos naturales y el 44% restante a manifestaciones culturales, distribuidos de acuerdo a los tipos de la siguiente manera: sobresale el tipo ríos con el 30%, el 17% a realizaciones técnicas y científicas el 15% son históricas, etnográficas con el 10% , el tipo montaña alcanza un 8% y finalmente con el 3% los tipos que corresponden a acontecimientos programados y bosques, el 2% obtiene los tipos Planicies y Sistema de Áreas Protegidas.

El 65% de los atractivos se encuentran altamente conservados, debido a su difícil acceso y considerable distancia a la cabecera cantonal, el 35 % restante se encuentran en proceso de deterioro especialmente por la carencia de manejo sostenible de los sitios.

Con relación al estado del entorno el 60% no presenta alteraciones por efecto de la acción humana y un 40% está en estado semi intervenido debido a la presencia de la actividad ganadera sobre todo.

En cada uno de los casos los porcentajes son favorables y guardan relación al ecoturismo, donde la naturaleza autoctona es el común denominador, posibilita la realización de diversas y múltiples actividades turísticas para el destino Morona.

Tomando como referencia las jerarquías alcanzados por los atractivos, en casi su totalidad se encuentran situadas en la jerarquía II, por lo tanto serían capaces de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer el turismo fronterizo de esparcimiento.

La imagen turística del cantón Morona encaja plenamente dentro del marco de la ruta del “Yaku Ñamby” que identifica a la región Amazónica, destacada claramente por la prevalencia de sus recursos hídricos, es equivalente a una experiencia innovadora y refrescante combinando las bondades y bellezas de los escenarios naturales con las expresiones tradicionales de las culturas locales shuar y macabea.

El enfoque de sostenibilidad, contiene un valor agregado, el involucramiento integral de los actores locales y el uso racionado de los recursos naturales a través del ecoturismo, preveen una actividad ordenada y con visión a largo plazo. Considerando la importancia ecológica que tiene por su extensa área verde, la presencia del Parque Nacional Sangay, declarado Patrimonio Natural de la Humanidad, ocupa el 29,92% de la superficie total, además de bosques protectores Kutucú Shaime y Abanico con 35,52% y 0,93% respectivamente, evidencian esta potencialidad.

*Por lo tanto; El cantón Morona proyecta una imagen de contrastes diversos, paisajes de cálida expresión, es por excelencia la tierra de los bravos ríos y de majestuosas cascadas, donde es posible conocer y apreciar de la exuberante flora y fauna, propia del bosque húmedo tropical. Propicia para aventurarse a la más extrema experiencia donde se combina la naturaleza con la adrenalina que ofrece los deportes extremos. Tierra de guayusa y de canela donde conviven el shuar, achuar y el macabeo ansiosos por compartir de sus costumbres, mitos y saberes ancestrales.*

### 3. Análisis situacional

#### a. Matriz FODA

Cuadro No. 30. Matriz FODA

MATRIZ FODA	
POSITIVO (+)	NEGATIVO(-)
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);"><b>ASPECTO INTERNO</b></p> <p><b>a. Destino y Gestión</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ El cantón dispone de un gran número de recursos naturales y culturales con alta potencialidad y aptitud turística.</li> <li>○ Variedad de atractivos turísticos en los diferentes tipos y subtipos.</li> <li>○ Cuenta con elementos escénicos y paisajísticos de calidad para desarrollar deportes de aventura.</li> <li>○ Los atractivos turísticos se encuentran altamente conservados.</li> <li>○ Dentro del área cantonal se encuentra el Parque Nacional Sangay, declarado Patrimonio Natural de La Humanidad.</li> <li>○ Altos niveles de biodiversidad</li> <li>○ Diversidad cultural con la presencia de los grupos autóctonos shuar, achuar y macabeos con sus costumbres y saberes ancestrales.</li> <li>○ Existencia de proyectos ecoturísticos factibles en algunas instancias locales a ser ejecutados.</li> <li>○ Presencia de un aeropuerto facilita y agiliza el traslado del turista hacia el cantón.</li> </ul> <p><b>b. Oferta y Servicios</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Incremento de las iniciativas locales con la implantación de nuevos microempresas turísticas.</li> </ul>	<p><b>Destino y Gestión</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Ausencia de productos diferenciados e innovadores.</li> <li>○ La mayoría de atractivos se encuentran ubicados a largas distancias de la cabecera cantonal y en áreas de difícil acceso.</li> <li>○ No se dispone de estadística básica del sector turístico local.</li> <li>○ Principales autoridades locales no refieren apoyo las iniciativas turísticas.</li> <li>○ Deficiencia de los funcionarios de las dependencias gubernamentales y de los gobiernos locales de turismo.</li> <li>○ Escasa coordinación entre las diferentes instancias públicas y privadas vinculadas al sector turístico cantonal.</li> <li>○ Escasa participación de la población en el desarrollo de temas de interés turístico.</li> <li>○ Ausencia de legislación, políticas y ordenanzas locales en materia turística.</li> <li>○ Ausencia de señalización turística</li> <li>○ Débil capacidad y gestión turística.</li> <li>○ Escasa coordinación entre los GADS seccionales por rivalidad política.</li> </ul> <p><b>Oferta y Servicios</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ No existe representación del sector turístico privado de la localidad.</li> <li>○ Servidores turísticos muestran carencias en atención al cliente.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Las comunidades locales están interesadas en desarrollar proyectos comunales en el área turística.</li> <li>○ Calidad en promedio de la planta de servicios turísticos.</li> </ul> <p><b>c. Difusión y promoción</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Incremento en el desarrollo periódico de eventos masivos de atracción turística.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Escases de mano de obra calificada.</li> <li>○ Concentración de la oferta de servicios en la cabecera cantonal.</li> <li>○ Escasa inversión pública.</li> </ul> <p><b>Difusión y promoción</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ No existe centros de información turística de difusión para el turista.</li> <li>○ No existen promoción turística en los medios de comunicación.</li> <li>○ Ausencia publicidad online.</li> <li>○ La población local desconoce de información turística y de los atractivos existentes.</li> </ul>
	<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Visible aumento de la demanda turística local.</li> <li>○ Se constituye un nuevo destino turístico del Ecuador, por lo tanto atrayente a la creciente demanda turística.</li> <li>○ Incremento del turismo a nivel mundial,</li> <li>○ Incremento de la actividad turística a nivel nacional.</li> <li>○ El apogeo actual sobre todo de las modalidades de ecoturismo y otros vinculados a las áreas naturales favorecen el desarrollo turístico de la zona exuberante en estos aspectos.</li> <li>○ Mayor inversión en el desarrollo de obras de infraestructura vial</li> <li>○ Mejora en la dotación de servicios básicos</li> <li>○ Programas y proyectos de turismo de cobertura nacional impulsados por el estado.</li> </ul>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Políticas económicas rígidas como las relacionadas a los impuestos limitando el consumo masivo de ciertos productos frecuente en el desarrollo de la actividad turística.</li> <li>○ Principales GADS competidores con elevado grado de superación en materia de planificación, promoción y otras operaciones turísticas.</li> <li>○ Presencia de varios proyectos mineros en la zona.</li> <li>○ Productos turísticos de los competidores con oferta consolidada.</li> <li>○ Fuertes lluvias durante temporadas provocan el deslizamiento de tierra y derrumbo obstaculizando el tránsito vehicular.</li> </ul>

## b. Matriz CPES|

CAUSAS	PROBLEMA	EFECTOS	SOLUCIÓN
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Falta de incentivos al sector privado de parte de los GADS.</li> <li>○ Ausencia de planificación del sector turístico cantonal.</li> <li>○ Autoridades de GADS no refieren procesos de evaluación y seguimiento de las dependencias de turismo a su cargo.</li> </ul>	<p>Ausencia de productos diferenciados e innovadores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Se evidencia un mínimo movimiento, producto de las actividades turísticas.</li> <li>○ Escasa afluencia de turistas al cantón.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Promover iniciativas privadas y comunitarias a través de establecimiento de políticas turísticas locales y una planificación adecuadas.</li> <li>○ Apoyar los emprendimientos y desarrollar nuevos proyectos que involucren a las comunidades y a todos los interesados.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Despreocupación</li> <li>○ No existe asignación presupuestaria para la adecuación de senderos de acceso a los atractivos.</li> </ul>	<p>La mayoría de atractivos se encuentran ubicados a largas distancias de la cabecera cantonal y en áreas de difícil acceso.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Los atractivos turísticos no son visitados por los turistas.</li> <li>○ Los atractivos son desconocidos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Adecuar un sistema de senderos y señalética adecuado para el acceso de los turistas a los atractivos, previo asignación de recursos para ello.</li> <li>○ Mantenimiento de senderos.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Desinterés de los involucrados.</li> </ul> <p>Falta de recursos financieros para este efecto.</p>	<p>No se dispone de estadística básica del sector turístico local.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Desarrollo desordenado del sector.</li> <li>○ Imposibilita la toma de decisiones efectivas y las acciones correspondientes para realizar la planificación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Asignación de recursos.</li> <li>○ Elaborar proyectos destinados para el control de los flujos turísticos.</li> <li>○ Instalar un observatorio turístico.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Desconocimiento de la situación del turismo global.</li> <li>○ Falta de visión en las autoridades hacia el turismo.</li> </ul>	<p>Principales autoridades locales no refieren apoyo a las iniciativas turísticas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ No se hace visible la organización turística cantonal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Crear conciencia sobre la situación turística actual.</li> </ul>

CAUSAS	PROBLEMA	EFFECTOS	SOLUCIÓN
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Falta de compromiso e interés.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Ausencia de emprendimientos turísticos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Políticas que promuevan el incremento de nuevas iniciativas y emprendimientos.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Favores políticos</li> <li>○ Ausencia de profesionales del área en los cargos.</li> </ul>	Deficiencia de los funcionarios de las dependencias gubernamentales y de los gobiernos locales de turismo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Se evidencia nulidad de resultados en el área turística de parte de dependencias correspondientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Efectuar procesos de selección del personal, capacitado en el área.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Desinterés de los involucrados.</li> <li>○ Falta de liderazgo del proceso del GAD cantonal.</li> </ul>	Escasa coordinación entre las diferentes instancias públicas y privadas vinculadas al sector turístico cantonal.	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Refleja una deteriorada imagen al turista.</li> <li>○ Actividades aisladas sin incidencia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Establecer mesas de dialogo entre los actores del turismo.</li> <li>○ Iniciar una planificación conjunta.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ No se socializan las actividades turísticas</li> <li>○ Desinterés de la población</li> </ul>	Escasa participación de la población en el desarrollo de temas de interés turístico.	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Deteriorada imagen turística</li> <li>○ Calidad de servicios y atención al turista deficientes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Campañas de socialización de las actividades y planificación turística.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Desconocimiento de la situación turística actual e importancia de la misma.</li> </ul>	Ausencia de legislación, políticas y ordenanzas locales en materia turística	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Desorden en el desempeño de sus actividades de parte de los actores locales del turismo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Cree una legislación turística de acuerdo a realidad local, Se promulgen ordenanzas para cada uno de sus aspectos.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Falta de recursos económicos.</li> <li>○ Desinterés de las entidades competentes.</li> </ul>	Ausencia de señalización turística	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Deterioro de calidad de la imagen turística del cantón</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Asignación de recursos para este fin</li> <li>○ Implementar la señalética de acuerdo al programa vigente a nivel nacional.</li> </ul>

CAUSAS	PROBLEMA	EFFECTOS	SOLUCIÓN
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Los turistas no pueden movilizarse de manera óptima por el territorio.</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Desinterés de autoridades y funcionarios competentes.</li> </ul>	Débil capacidad y gestión turística.	<ul style="list-style-type: none"> <li>No existen programas y proyectos de gran magnitud y cobertura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollar la planificación del sector y elaborar un plan de gestión para la consecución de los diferentes programas y proyectos.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Quemeimportismo</li> <li>Actitudes beligerantes</li> </ul>	Escasa coordinación entre los GADS seccionales por rivalidad política.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Actividades aisladas y sin ningún tipo de incidencia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Establecer convenios y alianzas estratégicas intertitucionales</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Gad no cumple papel líder regulador y promovedor del sector.</li> <li>Desinterés de los involucrados.</li> </ul>	No existe representación del sector turístico privado de la localidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desorganización del sector turístico cantonal</li> <li>Desempeño aislado de la empresa privada.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Agremie a los actores privados del turismo en una entidad jurídica y consolidada.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Personal no capacitado para el proceso.</li> <li>Falta de procesos evaluatorios de desempeño de los servidores</li> </ul>	Servidores turísticos muestran carencias en atención al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Deterioro de la imagen del destino.</li> <li>Servicio al turista poco eficiente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capacitar al personal en los proceso de atención al cliente.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Irreponsabilidad y falta de concienciación de los propietarios de los negocios turísticos.</li> <li>Disminuir costes</li> </ul>	Escases de mano de obra calificada.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Calidad desmejorada de los servicios turísticos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implementar procesos de seleccion de personal adecuado.</li> <li>Implementar programa de capacitaciones de servidores.</li> </ul>

CAUSAS	PROBLEMA	EFECTOS	SOLUCIÓN
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ No se promueve el emprendimiento turístico de parte de Los GADS.</li> <li>○ Mínimo desarrollo del sector como tal.</li> <li>○ Ausencia de productos turísticos integrales.</li> </ul>	<p>Concentración de la oferta de servicios en la cabecera cantonal.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Oferta reducida</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Promover políticas locales que desarrollen nuevas iniciativas y faciliten el emprendimiento turístico.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Quemeimportismo e indiferencia al sector turístico cantonal.</li> <li>○ Escasa gestión</li> <li>○ Falta de recursos</li> </ul>	<p>Escasa inversión pública.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Escasa infraestructura y promoción turística en el cantón</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Ampliar gestión conforme una planificación general (PDYOT), que contemple al sector turístico como tal.</li> <li>○ Desarrollo de convenios interinstitucionales.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Falta de recursos</li> <li>○ Desatención a las necesidades del sector de parte de las entidades competentes.</li> </ul>	<p>No existen centros de información turística de difusión para el turista.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Imagen deteriorada del destino</li> <li>○ Turista desconoce la potencialidad turística del cantón</li> <li>○ No cubre expectativas y requerimientos del visitante.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Asignación de recursos para la instalación de centros de difusión turística en lugares estratégicos del cantón</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ No existe programas de promoción turística.</li> </ul>	<p>No existe promoción turística en los medios de comunicación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Baja afluencia turística.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Crear e implementar programas para la difusión turística del cantón</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Desinterés de los involucrados</li> </ul>	<p>Ausencia publicidad online.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Desconocimientos de los posibles visitantes de la potencialidad turística del cantón.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Utilizar plataformas online para la promoción turística, redes sociales, páginas webs, etc.</li> </ul>

CAUSAS	PROBLEMA	EFECTOS	SOLUCIÓN
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ No existe socialización a la población.</li> <li>○ Desinterés de la población.</li> </ul>	<p>La población local desconoce de información turística y de los atractivos existentes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ No llena las expectativas del visitante.</li> <li>○ Proyecta imagen negativa del destino.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Campaña de socialización sobre las diversas temáticas que aborda el turismo.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Inestabilidad económica nacional</li> </ul>	<p>Políticas económicas rígidas como las relacionadas a los impuestos limitando el consumo masivo de ciertos productos frecuente en el desarrollo de la actividad turística.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Inversión escasa en el sector turístico cantonal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Reestructurar las políticas que disminuyan las actividades turísticas</li> <li>○ Promover el desarrollo de otros mecanismos y acciones de compensación.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Desinterés de las principales autoridades locales.</li> <li>○ Desvalorización del turismo como actividad económica en el cantón.</li> </ul>	<p>GADS competidores con elevado grado de superación en materia de planificación, promoción y otras operaciones turísticas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Poca afluencia de turistas, los turistas optan por otros destinos.</li> <li>○ No es un destino atractivo para el turista ya q no se visibiliza calidad y una oferta estructurada.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Iniciar el proceso de planificación, regulación, control y evaluación del sector turístico cantonal liderado por los GADS.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Desvalorización del turismo, como una alternativa importante para la economía del cantón.</li> </ul>	<p>Presencia de varios proyectos mineros en la zona.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Destrucción y deterioro de los atractivos turísticos, de los recursos naturales y culturales del cantón.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Concienciación sobre las actividades extractivistas.</li> <li>○ Evaluar la situación turística actual, y emprender un proceso de desarrollo e</li> </ul>

CAUSAS	PROBLEMA	EFECTOS	SOLUCIÓN
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Desconocimiento, enfoque errado.</li> </ul>			implantación del turismo como actividad económica
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Mínimo desarrollo que ha tenido el sector.</li> <li>○ Ausencia de productos diferenciados.</li> </ul>	Productos turísticos de los competidores con oferta consolidada.	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Escasa afluencia turística.</li> <li>○ No se cumple con las expectativas del visitante.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Promover la creación de nuevos productos turísticos integrales y de calidad.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Desastre natural por temporada invernal.</li> <li>○ No existe un control y mantenimiento efectivo de las vías</li> </ul>	Fuertes lluvias durante temporadas provocan el deslizamiento de tierra y derrumbe obstaculizando el tránsito vehicular.	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ No permite el ingreso de turistas al cantón.</li> <li>○ No se puede desarrollar las actividades turísticas con normalidad, limita la realización de algunas de ellas y también los recorridos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Elaborar un plan de contingencias previo a la temporada invernal</li> <li>○ Desarrollar los mecanismos emergentes de acción para cada situación.</li> <li>○ Para ello coordinar entre las instiruciones competentes</li> </ul>

## **B. DISEÑO TÉCNICO DE LA RUTA**

### **1. Estudio de mercado**

#### **a. Análisis de la Oferta**

La oferta turística de un destino se encuentra constituida, como se describe ampliamente en el apartado bibliográfico por el inventario de recursos o atractivos turísticos en conjunto con la planta de servidores turísticos existente; dado que la parte correspondiente al inventario turístico se encuentra detallada en la fase anterior de la evaluación del potencial turístico; a continuación se describe exclusivamente lo correspondiente a los servidores turísticos del cantón Morona.

En relación al inventario de atractivos turísticos se puede acotar que la información se encuentra disponible y que por el contrario los puntos de información y difusión turística que son de competencia del gobierno local de preferencia son casi inexistentes no atendiendo este requerimiento indispensable para el visitante

#### **1) Catastro turístico del cantón Morona**

El catastro turístico corresponde a la información relacionada a los prestadores de servicios turísticos, este se encuentra dado por el Ministerio de Turismo zonal con su oficina técnica provincial en Morona Santiago, el mismo que se encuentra fundamentado en el Reglamento General de Actividades Turísticas vigente y la categorización correspondiente según las especificaciones que en allí se describen y de aquellos establecimientos que se han sometido a dicho proceso de calificación.

El cantón Morona cuenta con una planta turística diversificada supliendo de alguna manera a los diferentes segmentos y nichos del mercado, satisface las necesidades prioritarias del visitante y presenta varias opciones que se alineen a sus gustos y preferencias, sin embargo es imposible afirmar si la capacidad instalada al momento es autosuficiente y cubre la demanda en su totalidad ya que no existe algún antecedente y estudio al respecto.

Según manifiestan los mismos propietarios de los establecimientos, la tasa de ocupación es relativamente baja durante el año a excepción de mayo donde se llevan a cabo las festividades de cantonización y últimamente algunos eventos esporádicos de carácter social y deportivo y que son de concurrencia nacional, además en los meses de julio y agosto que corresponde al período vacacional de la sierra y amazonía donde se ha hecho notorio la insuficiente capacidad hotelera.

Los servicios ofertados por la mayoría de los establecimientos turísticos son los básicos y mantienen un nivel aceptable en cuanto a la calidad del producto se refiere, sin embargo este sector aún no se encuentra capacitado con respecto a los procesos de atención al cliente.

La capacidad turística disponible es de 1191 plazas, lo que es equivalente a 428 760 anuales. (Sistematización del catastro MINTUR/Oficina Técnica MS. 2014)

Durante los últimos cinco años se ha podido palpar el aumento considerable en el número de negocios turísticos esto evidencia el interés de las iniciativas locales por optar hacia la actividad turística como alternativa productiva sin embargo se desconocen indicadores con respecto a inversión externa, demostrando aquello ser consecuencia clara de una creciente demanda que ha hecho indispensable cubrir dichos requerimientos.

## a) Establecimientos de alojamiento del cantón Morona

Cuadro No. 31. Establecimientos de alojamiento del cantón Morona

ALOJAMIENTO								
NOMBRE	REPRESENTANTE	DIRECCIÓN	CATEGORÍA	HAB.	PLAZ.	MESAS	PLAZ.	TELÉFONO
<b>H O T E L</b>								
MANZANA REAL	Cando Cando María	Av. Capitán Villanueva y Sor María Troncanti	Tercera	30	64	39	156	2700637
HELICONIA	Puente Peñaranda Frranklin E.	Soasti y 10 de Agosto	Segunda	41	69	37	148	2701956
<b>H O T E L    R E S I D E N C I A</b>								
SOL DE ORIENTE	Vélez Arévalo Tiamer Bradley	Tarqui y Soasti	Segunda	32	66	4	16	2702911
LEVEL 5	Rodríguez Ortiz Diego Fabián	Juan de la Cruz y Soasti	Segunda	34	67	0	0	
PEÑÓN DEL ORIENTE	Noguera Madero Blanca Elvia	Domingo Comín y Amazonas	Tercera	40	80	0	0	2 700 450
JAMAICA	Tene Guamán Segundo Manuel	Soasti y Domingo Comín	Tercera	42	69	0	0	2 700 120
<b>H O S T A L</b>								
PLAZA	Plaza Samaniego Julio Mario	10 de Agosto entre Amazonas y Soasti	Segunda	21	41	0	0	2701683
CASA BLANCA	Ricaurte Dávalos Washinton	Soasti y Sucre	Segunda	18	32	9	36	2700195
LOS COPALES	Plaza Samaniego Lilia Amparo	Amazonas, entre 10 de Agosto y Domingo C.	Segunda	12	22	3	12	2 704 092
LA GUAYUSA	Tello Torres Luis Oswaldo	Riobamba entre 9 de Octbre y Don Bosco	Primera	18	41	8	32	2704631
<b>H O S T A L    R E S I D E N C I A</b>								
DON HUMBERT	Orejuela Gales María Dolores	Amazonas y Sucre	Segunda	12	22	4	16	2700144
ACAPULCO	Toapanta Chanalata Oswaldo	Amazonas y 10 de Agosto	Tercera	12	18	0	0	2700713
LA LIRIA	Dominguez Rodas Mario Oswaldo	12 de Febrero y 1 de Mayo	Segunda	17	31	0	0	2701922
CALIFORNIA	Riera María Eudocia	Av. 29 de Mayo y Amazonas	Segunda	15	27			2701237
LA ORQUÍDEA	Rivadeneira Polo Luis Rafael	amazonas y Tarqui	Segunda	24	53	6	24	2700970
MORZUA	Morales Calle Oswaldo	Soasti entre 10 de Agosto y Tarqui	Segunda	15	36			2702275

ALOJAMIENTO								
NOMBRE	REPRESENTANTE	DIRECCIÓN	CATEGORÍA	HAB.	PLAZ.	MESAS	PLAZ.	TELÉFONO
LOS HELECHOS	Jaramillo Carvajal Patricia	Tarqui y Soasti	Segunda	12	24			2702964
MACAS	Villarreal Merino Manuel Jesús	24 de Mao y Sucre	Tercera	7	11			2700254
MILENIUM	Jaramillo Rivadeneira Galo M.	Amazonas y Av. 29 de Mayo	Tercera	12	26			2700254
CANELOS NO.1	Soto Gómez Jurado Edgar A.	Soasti entre 10 de Agosto y Tarqui	Tercera	20	37			2700113
CANELOS NO.2	Soto Gómez Jurado Edgar A.	Soasti y Domingo Comín	Tercera	16	33	0	0	2 727 942
SANGAY	Torres Gómez Luis Alejandro	Tarqui y Soasti	Tercera	20	25			2700457
JALISCO	Turiño Dias Yordanis	Soasti y Sucre	Tercera	23	31	0	0	2 704 490
IRANDUBA	Heras Heras Mery Elizabeth	Amazonas y Sucre	Tercera	12	24	0	0	2 703 320
HOSTERÍA								
ARRAYAN Y PIEDRA	Hermida Gutierréz Mercí	Km 7 vía al Puyo	Primera	8	16	20	80	3045912
LAS TOLITAS	Navarrete Torres María	Vía a san Isidro.	Tercera	6	12	10	30	2700086
SAN ANDRÉS	Torres Garay Yolanda	Km 8 vía Sucúa.	Segunda	19	38	37	148	3045455
RANCHO FÁTIMA	Inga Guartatanga Enrique José	Km 7 vía a San Isidro	Tercera	6	30			2701298
EL FARALLÓN	Idrovo Morocho Sergio	Km 4 vía Macas – Puyo	Segunda	25	45	24	96	3046448
CABAÑAS DEL VALLE	Dávalos Gómez Marcelo Fernando	Av. 29 de Mayo y Pedro Nolasco Jaramillo	Segunda	8	24	39	156	2 702 728
MANSIÓN DE LA AMAZONÍA	Cando María Guadalupe	Km 9. Vía Macas –Puyo	Tercera	8	16	0	0	3 045 851
PENSIÓN								
POSADA DEL ANGEL	Gaguín Urqizo Rosa María	Bolívar y Soasti	Tercera	10	23	0	0	3 046 694
CASA UPANO	Real Nature Travel Company	Av. De la Ciudad. Sector la Barranca	Tercera	6	11	4	16	2702525
JARDÍN DEL UPANO	Cisneros Carrera Segundo	Proaño Vía Paccha	Tercera	6	9	0	0	2703638
JUDITH	Montesdeoca Cabrera Zoila	Soasti y Cuenca	Tercera	8	17	0	0	2702176

(Sistematización del catastro MINTUR/Oficina Técnica MS. 2014)

## b) Establecimientos de alimentación y bebidas

Cuadro No. 32. Establecimientos de alimentación y bebidas

ALIMENTOS Y BEBIDAS								
NOMBRE	REPRESENTANTE	DIRECCIÓN	CATEG.	HAB.	PLAZ.	MESAS	PLAZ.	TELÉFONO
<b>B A R</b>								
LA COLONIA	Cordero Plaza Henry Stalin	Cuenca y 24 de Mayo	Tercera			8	32	2 703 728
MALEGRÍA	Noguera Montalvo Jhonny Daniel	Capitán de Villanueva y Amazonas	Tercera			8	32	2 700 697
ANTOJITOS LA TERRAZA	Loja Cárdenas José Modesto	Pasaje General Proaño y 10 de Agosto	Tercera			9	36	091604335
LA MARAVILLA	Lara Noguera Harley Ernesto	Soasti y Sucre	Tercera			6	24	2700158
BAR SNACK	Campoverde Brito Germán	Capitán de Villanueva y Soasti	Tercera			10	40	2700267
PUNTO G	Zuñiga Bernal América	Av. 29 de Mayo y Agustín Medina	Tercera			8	32	2322059
HONDIPO	Marin Ramones Mariuxi Teresa	24 de Mayo y Antonio Samaniego	Tercera			14	56	2 700 348
LA GUARIDA DEL DELFÍN	Aguayo Rivadeneira Delfín	24 de Mayo y Quito	Tercera			8	32	2 702 264
EL PKDO DEL ZORRO	Reinoso Rivadeneira Germán	9 de Octubre y Quito	Tercera			9	36	2 700 462
LA STACIÓN	Tenecela Yanza Clelia Verónica	12 de Febrero y Pedro Vicente Maldonado	Tercera			10	40	2 700 267
JENYGEN	Heredia Rivadeneira Federico	Soasti y Riobamba	Segunda			18	72	2701130
BAMBOO	Bravo Pino FredyJacinto	Don Bosco y Cuenca	Tercera			8	32	2 700 252
EL MIRADOR	Cruz Rivadeneira Andrés Paul	Randimpa, Frente al Parque Recreacional	Tercera			12	48	2 700 491
<b>FUENTE DE SODA</b>								
TIRO LOCO	Estrela Sanchez Lou	Soasti entre Tarqui y 10 de Agosto	Tercera			4	16	2700055
NICE CREAM	Feijo Peralta Carlos Antonio	Tarqui y Amazonas	Tercera			4	16	2704198
HELADERÍA CAFÉ SHANTAL	Ordoñez Tamay Telmo Ramiro	24 de Mayo y Sucre	Tercera			6	24	3046160
SWEET & SALT	Rodas Ulloa Miriam Graciela	Soasti y Bolívar	Tercera			7	28	3045694
YOGOS	Gómez Moncayo Jaime Raúl	Soasti y 10 de Agosto	Tercera			4	16	0986662593
<b>CAFETERÍA</b>								

## ALIMENTOS Y BEBIDAS

NOMBRE	REPRESENTANTE	DIRECCIÓN	CATEG.	HAB.	PLAZ.	MESAS	PLAZ.	TELÉFONO
CAFÉ CULTURAL NAN NERI	Arizabala Rivadeneira Omar	Gavino Rivadeneira y 24 de Mayo	Tercera			5	20	2 701 172
FUNDACIÓN CHANKUAP	Fundación Chankuap	Bolívar entre Soasti y 24 de Mayo	Tercera			3	12	2 701 176
<b>SALA DE BANQUETES</b>								
DOÑA CARLOTA	Aguayo Zabala Carlota	Quito y Don Bosco	Segunda			35	140	2 700 269
<b>RESTAURANTE</b>								
LA ITALIANA PIZZA	Zuñiga Toledo Franklin	Soasti y Sucre	Segunda			12	48	2702893
CHIFA PAGODA CHINA	Wen Le Liang	Amazonas y Domingo Comín	Segunda			15	60	2700280
KZONA	Orbe Noriega Diego Mauricio	Don Bosco entre Sucre y Cuenca	Segunda					2 703 157
RINCÓN MANABITA	Zambrano Reyes Zoila Gloria	Amazonas y Tarqui	Tercera			18	72	2702340
EL CAFETAL	Carpio Carpio Elbia Sobheida	Soasti y 5 de Agosto	Tercera			14	56	2 703 742
LA NAPOLITANA	Ortiz Avila John Marcelo	Amazonas Y Tarqui	Tercera			8	32	
POLLO RICO EL TURCO	Zhunio Zhunio María Teresa	10 de Agosto y Soasti	Tercera			13	52	2700643
RINCÓN DEL SABOR	Chamorro Melo Blanca	Bolívar 728 y Soasti	Tercera			9	36	2700533
DELIS SPECIAL	Gavilán López Jilmar Alejandro	Soasti y 5 de Agosto	Tercera			12	48	2 700 130
REVSEBUES	Zapatanga Jadán Olga Felicia	24 de Mayo y 5 de Agosto	Tercera			8	32	3043040
EL SABOR DEL MAR	Rivadeneira Jaramillo Basilea	Ambrocio Zabala y 9 de Octubre	Tercera			5	20	2700322
CHELLOS PARRILLADAS	Valencia Zabala Zoila Emperatriz	Soasti y Bolívar	Tercera			8	32	270671
COSITAS RICAS	Llivicura Loja Olga Beatriz	Riobamba y Amazonas	Tercera			12	48	2 701 065
CHEF LOSBTER	Landin Toalongo Blanca Margarita	Riobamba entre 24 de Mayo y Soasti	Tercera			10	40	79749535
JUNGLAB	Guevara Mendoza Marlon R.	Bolívar entre Guamote y Amazonas	Tercera			8	32	2 702 448
LA PARLEÑA	Salinas Aguirre Karen Andrea	Av. 29 de Mayo y Gabino Rivadeneira	Tercera			10	40	3046101
EL FOGÓN MACABEO	Merino Cózar Gladis Mirian	Juan de Salinas y Av. 29 de Mayo	Tercera			14	56	2 700 793
EL MESÓN DEL SABOR	Bautista Heredia Mónica	Domingo Comín y 24 de Mayo	Cuarta			10	40	2 702 670
DKCHE	Sivisapa Torres Juan Gonzalo	Juan de la Cruz y Amazonas	Cuarta			12	48	2 704 662
CHARLOT	Valdiviezo Rocha Segundo Carlos	Soasti y Bolívar	Cuarta			9	36	2700810

(Sistematización del catastro MINTUR/Oficina Técnica MS. 2014)

## c) Centros de recreación y diversión

Cuadro No. 33. Centros de recreación y diversión del cantón Morona

RECREACIÓN Y DIVERSIÓN								
NOMBRE	REPRESENTANTE	DIRECCIÓN	CATEG.	HAB.	PLAZ.	MESAS	PLAZ.	TELÉFONO
<b>TERMAS Y BALNEARIOS</b>								
BALCÓN DEL RÍO	Ortiz Espinoza Nancy Marisol	Km 5 de la vía Macas – Puyo	Tercera			10	40	2702508
LOS DOS PUENTES	Rodriguez calle Braulio	Vía Sucúa Sector Arapicos	Tercera			29	116	3044230
TUCOSTUMBRE	López Jaramillo Guido Fabricio	Proaño Vía a San Isidro	Segunda			7	28	2 306640
<b>D I S C O T E C A S</b>								
D´ KLASS	Pintado Albarracín Teresa de Jesús	Kiruba y 24 de Mayo	Segunda			25	100	2 702 537
<b>SALAS DE BAILE</b>								
BALCÓN DEL RÍO	Ortiz Espinoza Nancy Marisol	Km 5 de la vía Macas – Puyo	Segunda			19	76	3048190
ALCATRAZ	Yanza Salinas Marccia Romelia	Av. 29 de Mayo km 2 1/2 vía a Sucúa	Segunda			32	128	91972286
EL UNCHIPAL	Chuqui Rivadeneira Patricio	Juan de la Cruz Sector la Barranca	Segunda			25	100	89090680
ARCA DEL UPANO	Idrovo Parra Ruben Gustavo	Km 5. Vía Macas – Puyo	Segunda			25	100	2 700 739
BARBASCO	Noguera Rivadeneira Miguel	Sector Santa Ana. 50 mts. de la Y vía a Sevilla	Segunda			25	100	3045676

(Sistematización del catastro MINTUR/Oficina Técnica MS. 2014)

## d) Agencias de viaje

Cuadro No.34. Agencias de viaje del cantón Morona

AGENCIAS DE VIAJES								
NOMBRE	REPRESENTANTE	DIRECCIÓN	CATEGORÍA	HAB.	PLAZ.	MESAS	PLAZ.	TELÉFONO
TSURIM VIAJES	Salgado Rivadeneira Leonardo	Don Bosco y Sucre	Operadora	0	0	0	0	2 701 681
AMAZONÍA CORAZÓN DE LA SELVA	Alexandra Vizuma Telcán	Soasti y Bolívar	Operadora	0	0	0	0	2 703 842
SURITIAKNUA	Winston Darwin Velín Montalvo	Soasti y Sucre	Operadora	0	0	0	0	0983137733
VOURAT AGENCIA DE VIAJE CIA.	Rivadeneira Jaramillo Antonio	Sucre y Amazonas	Operadora	0	0	0	0	0959156490
JHACRISMOL	Rivadeneira Flor Henry Luis	9 de octubre 1314 y Sucre	Operadora	0	0	0	0	2 700 265
PLANETA TOURS S.A	Rodriguez Espinoza Claudio	Domingo y Comín y Soasti	Operadora	0	0	0	0	2 701 328
INSONDU MUNDO SHUAR	Avila Prado Wilmer Jorge	Bolívar y Sosti(esquina)	Operadora	0	0	0	0	2 702 533
REAL NATURE TRAVEL COMPANY	Rhoann Wallace	Aven. De la CiudadS/N Sector LA Barranca	Dualidad	0	0	0	0	093300538
ORIENTRAVEL	Matute Rivadeneira Paola	10 de agosto y Soasti	Dualidad	0	0	0	0	2 700 371

(Sistematización del catastro MINTUR/Oficina Técnica MS. 2014)

## **b. Análisis de la demanda**

### **1) Segmentación del mercado**

Para un adecuado estudio de la demanda y el práctico manejo de la información recolectada se procedió a segmentar el mercado en función de un criterio determinante que corresponde a la variable geográfica, misma que está representada por dos grandes grupos claramente identificables y que constituyen la demanda del cantón Morona.

#### **a) Mercado Nacional**

Aquel que proviene del mercado interno, es decir de las distintas regiones, provincias, o locales del país que se encuentren de visita en el cantón, los mismos que demanden diversidad de productos en el mercado turístico.

#### **b) Mercado Internacional**

Aquel que proviene del mercado externo, es decir extranjeros de cualquier nacionalidad del mundo del continente americano como fuera de él, que lleguen hasta el cantón Morona y demanden diversidad de productos turísticos.

### **2) Cálculo del tamaño de la muestra**

Se ha efectuado un proceso minucioso de investigación previo y durante el curso del mismo, a través del cual ha permitido determinar la ausencia absoluta de estadísticas en relación a los flujos turísticos en todas las instancias del cantón.

En vista de no contar con estos datos, se optó tomar en cuenta poblaciones de referencia, para ello se analizaron varios escenarios y criterios, de esta manera se seleccionó al Parque Nacional Sangay, zona baja por encontrarse dentro del territorio que abarca el cantón Morona, objeto del presente estudio. Además que la ruta proponente refiere el tema del ecoturismo y las áreas naturales y por ende dicho segmento se alinean al nicho de mercado que deseamos captar.

Acudimos al MAE, dirección provincial de Morona Santiago, administración del PNS, zona baja obteniendo los registros del 2013. Los datos son los siguientes:

Cuadro No. 35. Ingresos de turistas al PNS zona baja

SITIO DE REFERENCIA	TURISTA	TURISTA	TOTAL
	NACIONAL	EXTRANJERO	
Parque Nacional Sangay / Zona Baja	2740	59	2799
Porcentaje	97,89 %	2,11 %	100 %

Fuente: MAE/Oficina Técnica PNS. 2014.

La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se conoce el tamaño de la población es la siguiente:

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{d^2 \times (n - 1) + Z_{\alpha}^2 \times p \times q}$$

En donde,

n = Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población (2740)

Z = Nivel de confianza, con un 95% (1,96)

P = Prevalencia o proporción esperada con el 5% (0,05)

Q = (1- p)/ (1 - 0,05= 0,95)

D = Precisión (error máximo admisible en términos de proporción) 4%

#### a) Demanda nacional

Entonces:

Reemplazando cada uno de estos valores;

$$N = \frac{2740(1,96)^2 \times 0,05 \times 0,95}{(0,04)^2 \times (2740 - 1) + (1,96)^2 \times 0,05 \times 0,95}$$

$$N = \frac{2740(3,84 \times 0,04)}{0,0016 \times 2739 + (3,84 \times 0,04)}$$

$$N = \frac{2740(0,18)}{0,0016 \times 2739 + 0,18}$$

$$N = \frac{499,98}{0,0016 \times 2739,18}$$

$$N = \frac{499,98}{4,38}$$

$$N = 114 \text{ encuestas}$$

**b) Demanda extranjera**

En vista de que el total de turistas extranjeros que ingresaron al PNS zona baja en año 2013, fue de 59 turistas, considerando a este un número pequeño y manejable, se decidió trabajar con todo del universo para su aplicación en las encuestas, razón por la cual no fue necesario realizar el procedimiento anterior.

### 3) Análisis y tabulación de los datos

#### a) Demanda Nacional

##### i. Edad

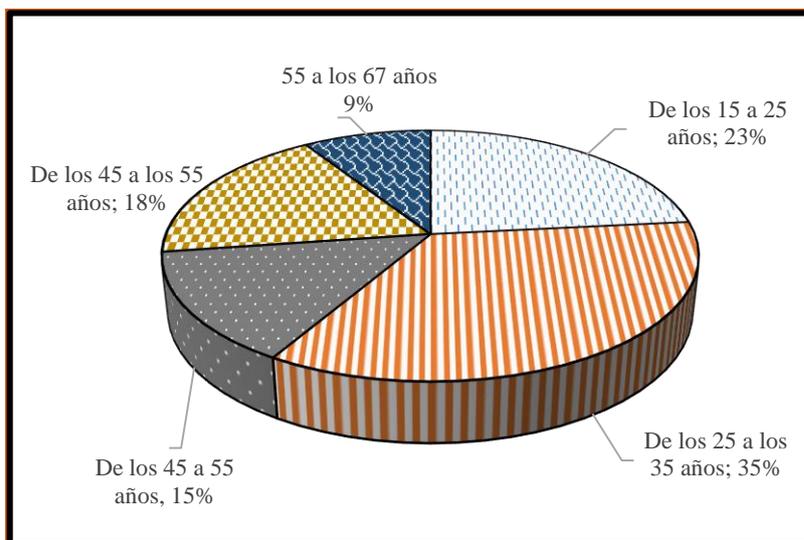


Gráfico No. 10. Edad del turista nacional

Por lo que se puede apreciar no existe una diferencia marcada entre los diferentes intervalos de edad del visitante del cantón, sin embargo sobresalen la grupos de jóvenes desde los 15 a los 35 años, el producto turístico está enfocado y adecuado a este grupo sin que ello signifique que los otros grupos no lo puedan realizar, la propuesta de la ruta contiene varias alternativas y es versátil según las actividades y preferencias del visitante.

##### ii. Género

Cuadro No. 36 Género del turista nacional.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	65	57%
Femenino	49	43%
<b>TOTAL</b>	114	100%

Su distribución es bastante paralela. La ruta turística está adecuada tanto para hombres y mujeres por igual.

### iii. Instrucción

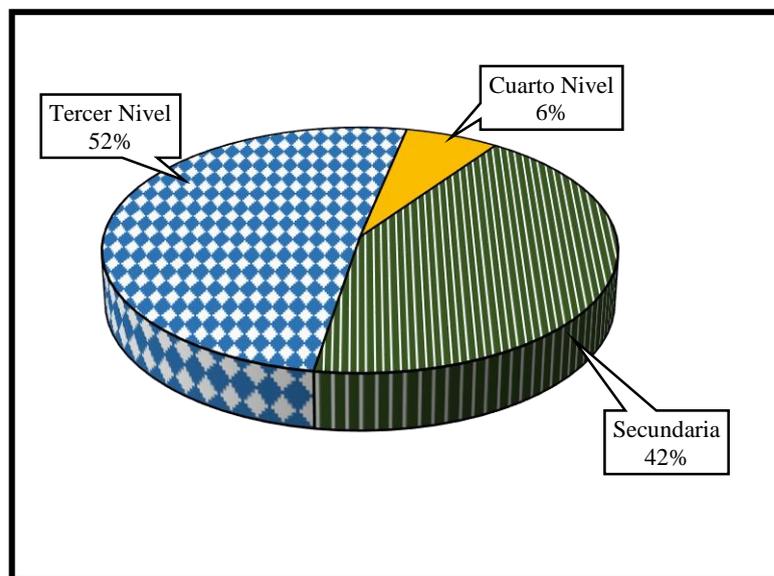


Gráfico No. 11. Nivel de instrucción del turista nacional

Podemos identificar claramente las características de nuestro segmento potencial, para el caso, el turista con un considerable nivel de preparación, por lo tanto las exigencias con respecto al producto son mayores y generalmente estas incluyen un conocimiento y experiencias previas, la propuesta es técnica y funcional en procura de cubrir las expectativas del visitante.

### iv. Ocupación

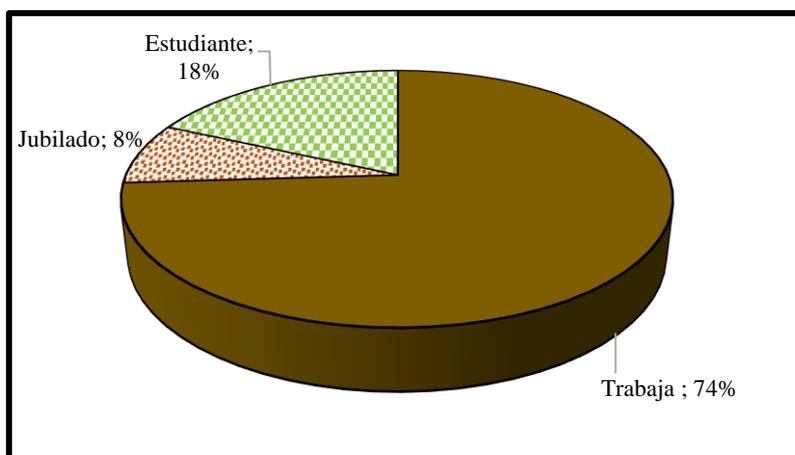


Gráfico No. 12. Ocupación del turista nacional

Los datos muestran que la mayoría de los turistas está en la capacidad económica de realizar actividades de índole turístico es decir que el producto “ruta Morona” está al alcance y puede ser consumido por los visitantes.

**v. Procedencia**

Cuadro No. 37. Provincia/Ciudad de procedencia del turista nacional

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Azuay / Cuenca/Gualaceo	33	29%
Cañar/Azoguez	6	5%
Guayas/ Guayaquil	6	5%
Santo Domingo	3	3%
Otros cantones de la provincia	10	9%
Pastaza/Puyo	18	16%
Loja	3	3%
Chimborazo/Riobamba	10	9%
Tungurahua	7	6%
Pichincha/Quito	15	13%
Otros ( Manta, Ibarra)	3	3%
<b>TOTAL</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>

Las provincias y ciudades citadas corresponden a las descritas por los turistas. Es posible definir los principales mercados emisores de turismo para el cantón así mismo se identifican los nuevos mercados por desarrollar.

**vi. ¿Cuál es su motivo de viaje al cantón Morona?**

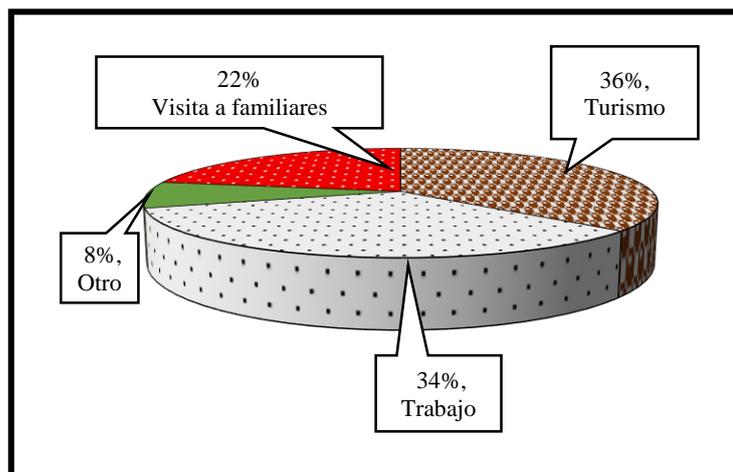


Gráfico No. 13. Motivación del viaje del turista nacional

Podemos identificar claramente cuál es la cuota de nuestro mercado potencial, las cifras son alentadoras es decir, el 36% de personas que llegan al cantón para realizar netamente actividades de tipo turísticas, sin embargo el ítem, visita a familiares guarda cierta relación e indirectamente desarrolla la actividad, pues únicamente no hace uso de ciertos servicios turísticos, sin desvirtuar que las otras opciones puedan también adecuarse a una visita turística. Corresponde al porcentaje que con el desarrollo de la ruta se pretende incrementar.

**vii. ¿Cuál es el tiempo promedio de estancia?**

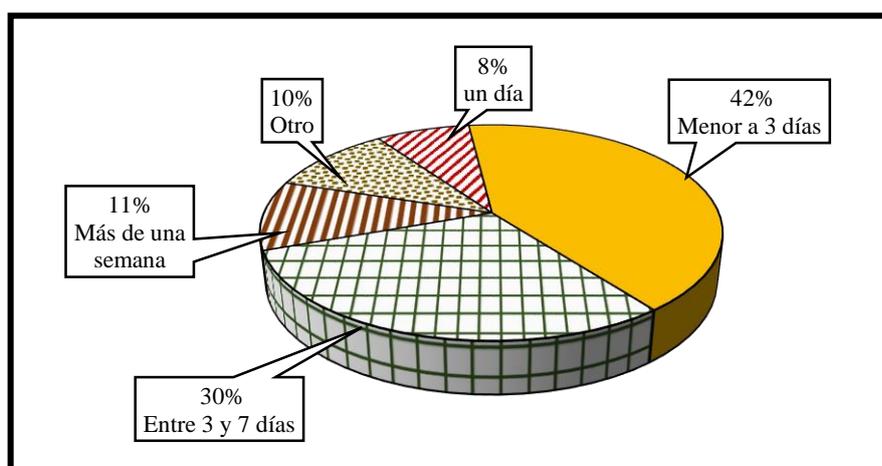


Gráfico No. 14. Tiempo de estancia del turista nacional

Los datos evidencian el poco desarrollo que ha tenido el sector dentro del cantón, al mismo tiempo deja abierta varias interrogantes sobre las causas, por un lado la carencia de productos turísticos diferenciados o la falta de difusión y conocimiento de los atractivos y actividades que se pueden realizar.

**viii. ¿Con quién viaja?**

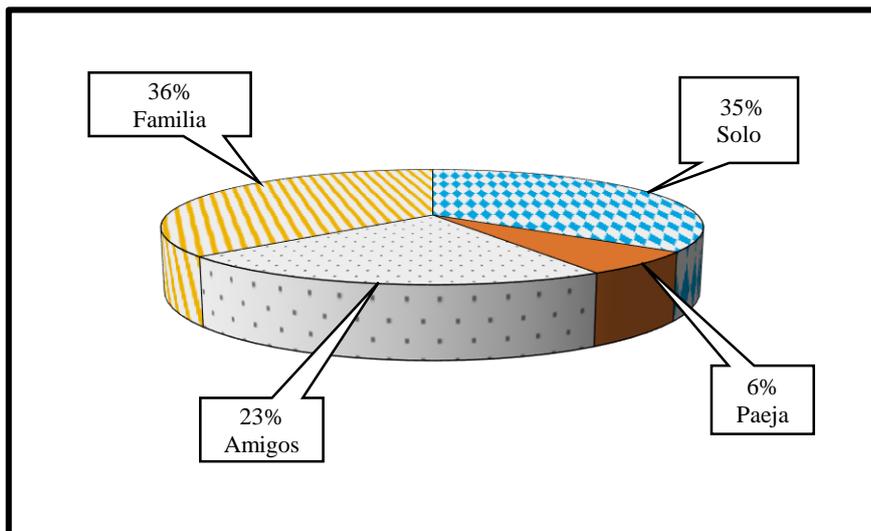


Gráfico No. 15. Con quién suele viajar el turista nacional.

La mayoría de los turistas realiza sus viajes en familia, el producto turístico está diseñado para que el recorrido sea realizado y atrayente a grupos de personas.

**ix. ¿Cuál es su promedio de gasto diario?**

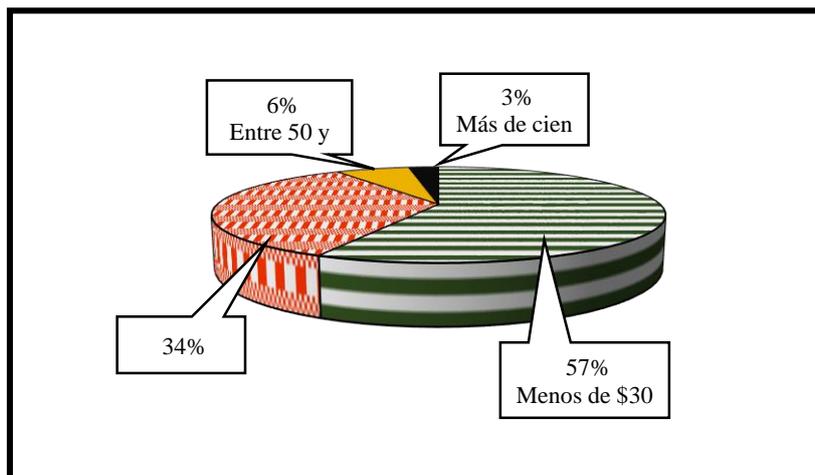


Gráfico No. 16. Promedio de gasto diario del turista nacional

El turista desembolsa un promedio de 30 dólares por día, denota el nivel de ingresos de la mayoría de los turistas, el recorrido esta adecuado para grupos de personas, mientras mayor número de turistas menor costo por pax tiene el recorrido y es más accesible. El objeto es atraer grupos grandes de turistas.

**x. ¿Estaría dispuesto a contratar un paquete turístico en el cantón Morona?**

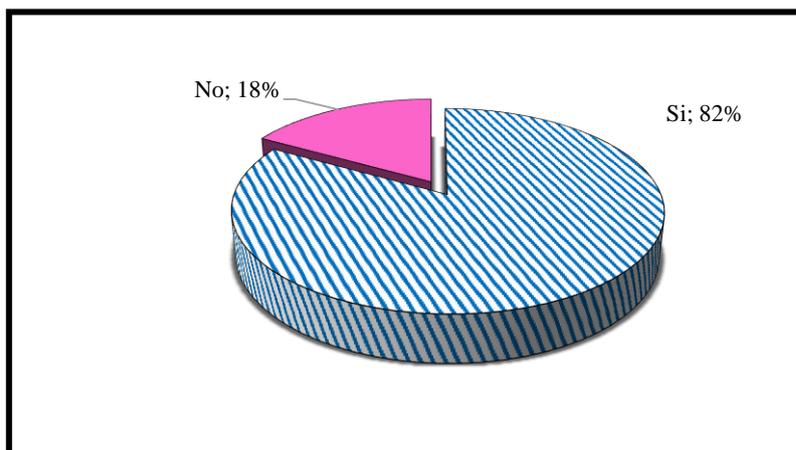


Gráfico No. 17. Predisposición del turista nacional a contratar un paquete turístico en Morona

Este dato constituye nuestra demanda potencial y futuros receptores de la ruta ecoturística.

**xi. ¿De qué manera organiza y lleva sus viajes de turismo?**

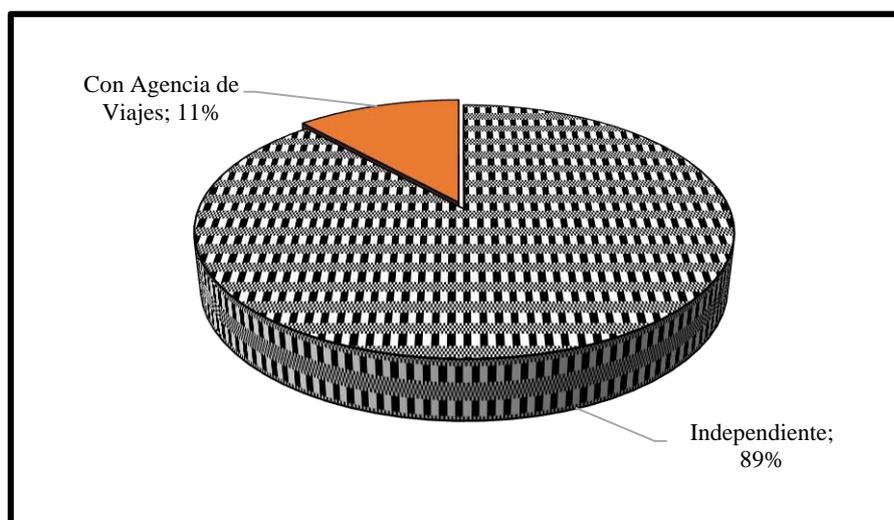


Gráfico No. 18. Modalidad de viaje del turista nacional

A pesar de haber respondido positivamente al hecho de contratar un paquete turístico, los turistas por otro lado afirman llevar sus viajes de forma independiente, he allí la importancia del contenido de la propuesta que se adecue a las expectativas e intereses del visitante.

**xii. ¿Durante que trimestre del año suele tomar sus vacaciones?**

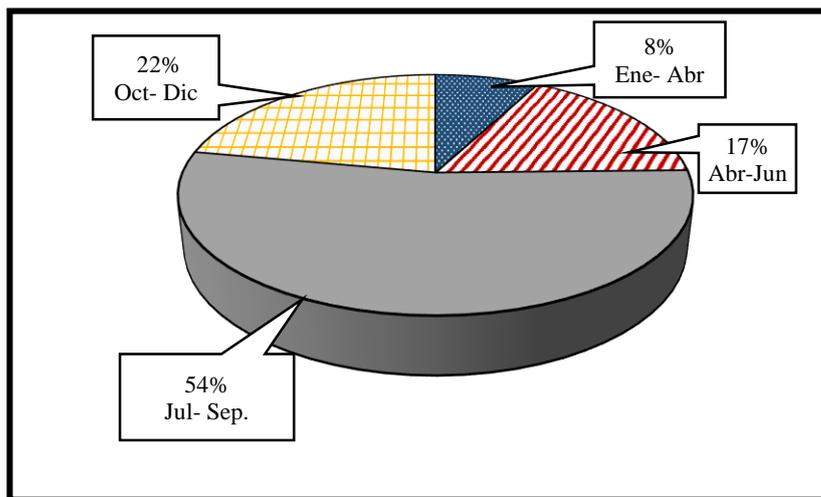


Gráfico No. 19. Trimestre que suele tomar el turista nacional vacaciones

Este dato nos permite determinar a cuales periodos y meses corresponden los de temporada alta y la de baja, para definir las estrategias y acciones adecuadas conforme cada caso.

**xiii. ¿Número de personas con las que viaja?**

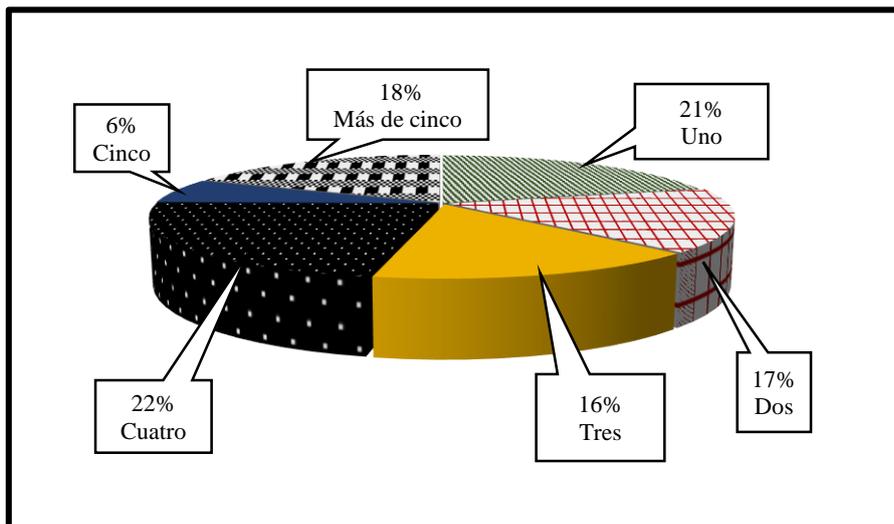


Gráfico No. 20. Número de personas que conforman el grupo de viaje

En promedio viajan grupos de cuatro personas, el objeto de la propuesta es adecuarse a dicho planteamiento e incrementar su número.

**xiv. ¿Qué línea de producto prefiere?**

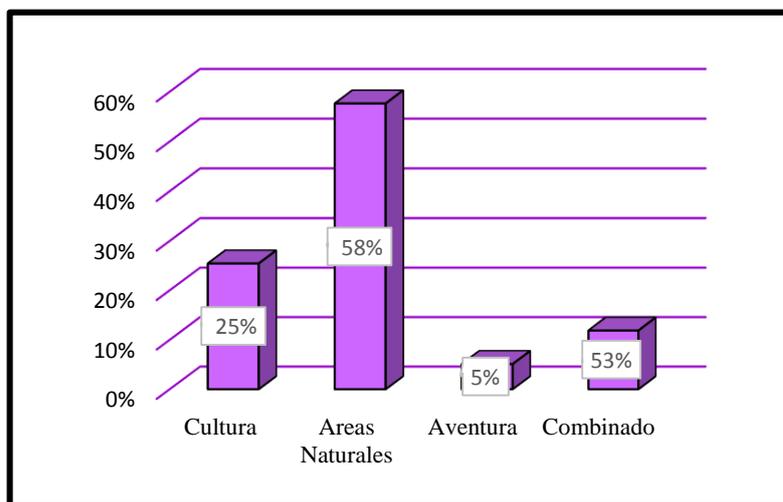


Gráfico No. 21. Línea de producto de preferencia del turista nacional

El turista prefiere la combinación de las diferentes modalidades, nos da las pautas para estructurar la propuesta e incluir un poco de cada uno de ellas, para nuestro caso está la visita áreas naturales, conocer de la historia y tradiciones de las culturas de la localidad,

shuar y macabeos, deportes extremos, poner a disposición un producto variado y completo y que pueda modificarse según los gustos y preferencias del turista.

**xv. ¿Qué tipo de atractivo le gustaría visitar en el cantón Morona?**

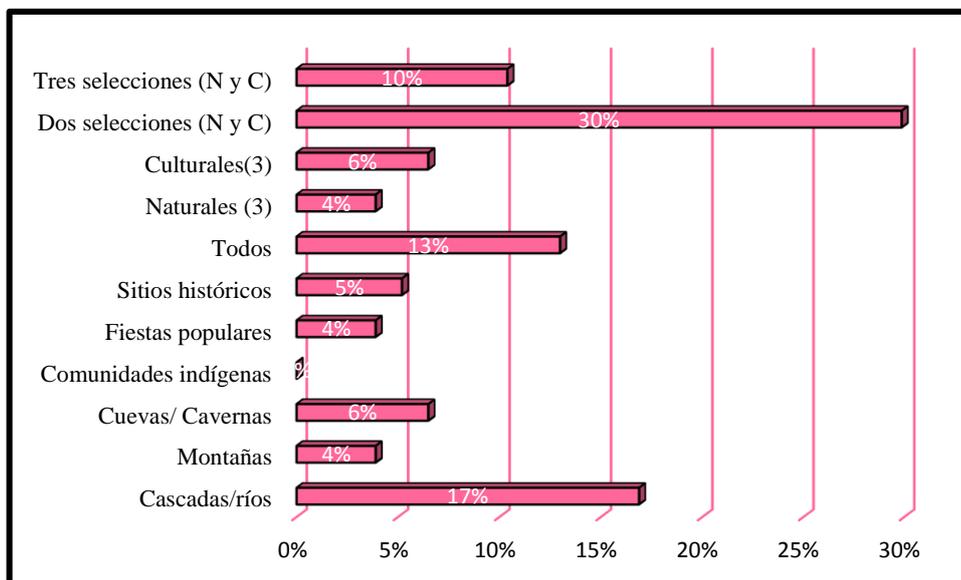


Gráfico No. 22 Atractivo que le gustaría visitar en el cantón Morona.

Constituyen los atractivos que deberían ser tomados en cuenta para la ruta, así los turistas prefieren la combinación de los tipo cultural y natural dentro de la propuesta, la posibilidad de conocer la mayor cantidad de atractivos durante su visita, sobre todo las cascadas y ríos.

**xvi. ¿Qué actividades son de su preferencia?**

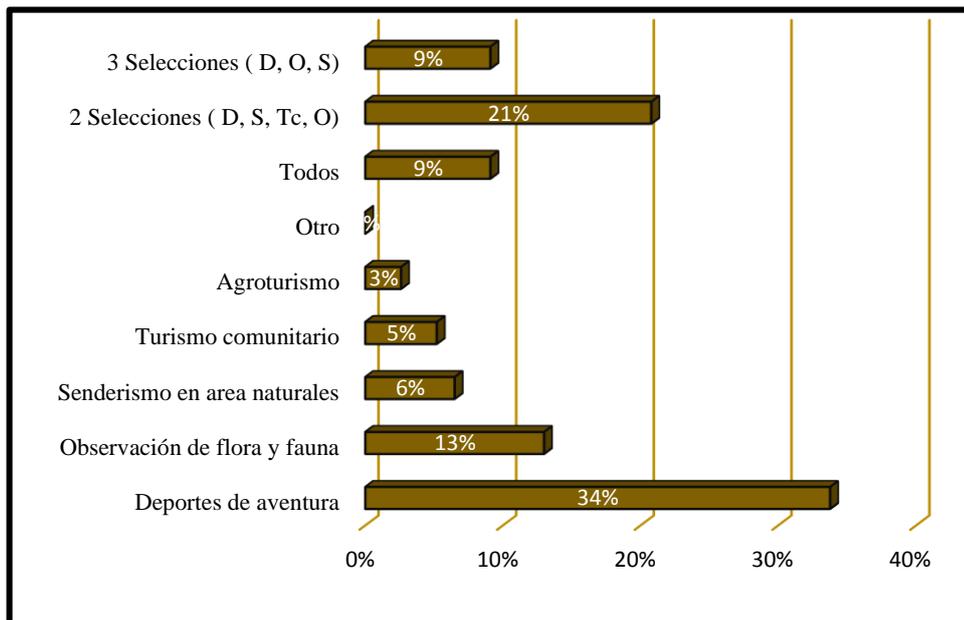


Gráfico No. 23. Actividades de preferencia del turista nacional

Los datos indican las actividades que son de preferencia de los turistas y por lo tanto, las que debería contener la ruta turística, sugieren los deportes extremos y la observación de flora y fauna, persiste el deseo por la variabilidad de actividades, ofrecer de algunas de ellas durante el recorrido es la premisa.

**xvii. ¿Qué tipo de alojamiento prefiere hospedarse?**

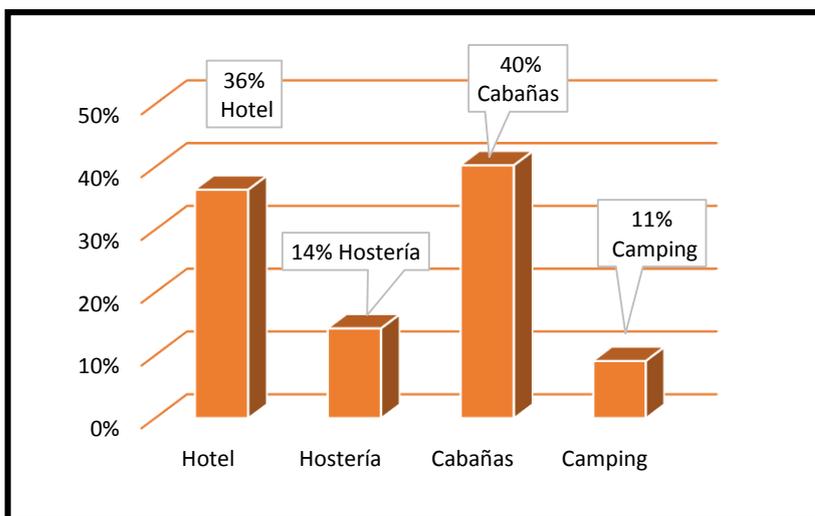


Gráfico No. 24. Tipo de alojamiento que gusta el turista nacional

Denota los gustos del turista a la hora de elegir los establecimientos de alojamiento, sirve para establecer los proveedores de la ruta. Se tomarán en cuenta las dos primeras opciones ya que se encuentran a la par en porcentaje y son de dos tipos diferentes.

**xviii. ¿Qué tipo de alimentación prefiere?**

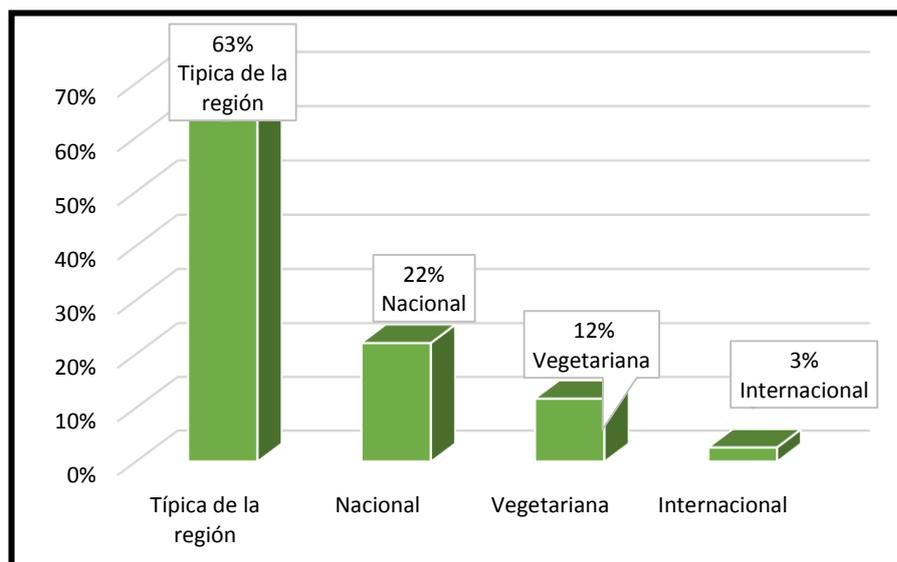


Gráfico No. 25. Alimentación que prefiere el turista nacional

El visitante claramente desea conocer de la gastronomía local cuando conoce el cantón, por lo tanto dentro del producto se debe incluir este tipo de alimentación.

**xix. ¿Porque medio de comunicación obtiene información turística?**

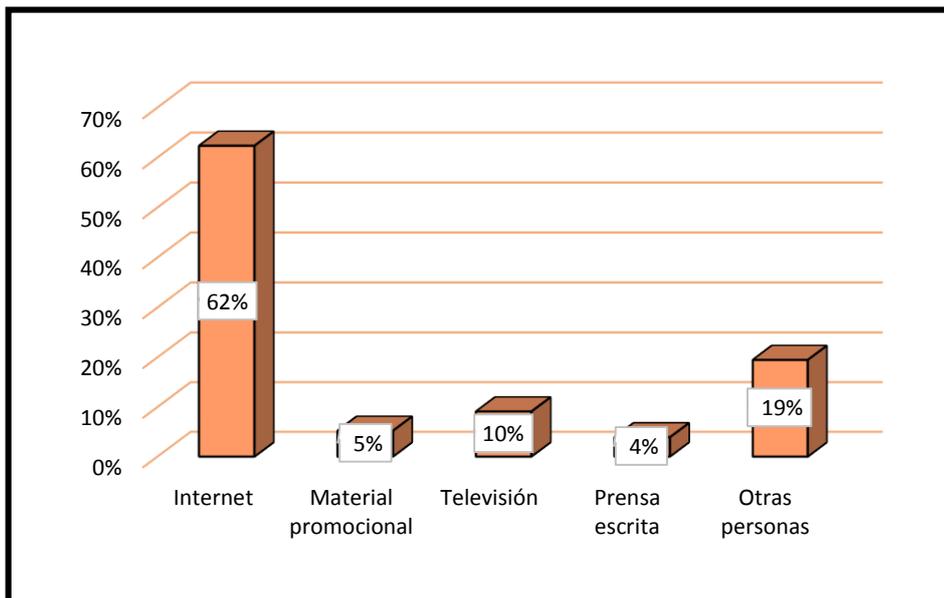


Gráfico No. 26. Medio de comunicación por el cual obtiene información turística

Los datos son sumamente útiles para las tareas de difusión, para promocionar la ruta el medio más idóneo es el internet, aunque no se deben descartar el resto de opciones.

**xx. Si utilizo el internet como una de sus fuentes de información turística. ¿Cuál de los siguientes medios online utiliza Ud.?**

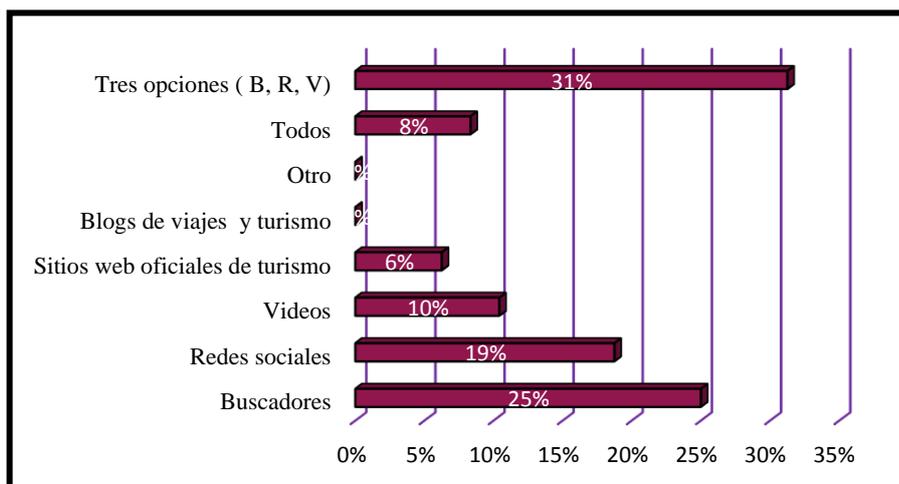


Gráfico No. 27. Medios online que utiliza el turista nacional

Adentrándonos un poco más hacia los usos del internet, la información refleja el uso simultáneo de los buscadores, redes sociales y videos. Estos datos son de gran utilidad la hora de elegir las plataformas específicas en donde se colocará la información promocional de la ruta.

**xxi. Buscadores**

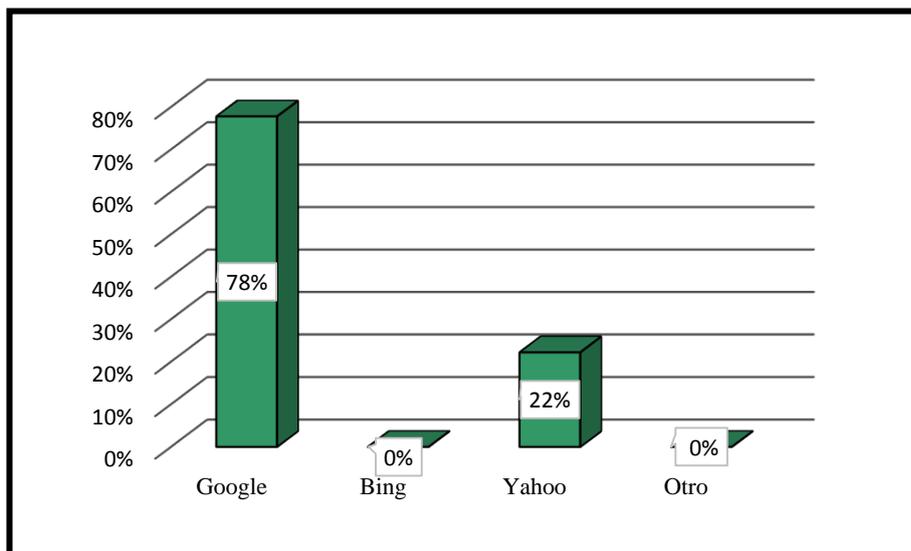


Gráfico No. 28. Buscadores utilizados por el turista

Google es el buscador más usado ente los turistas.

**xxii. Redes Sociales**

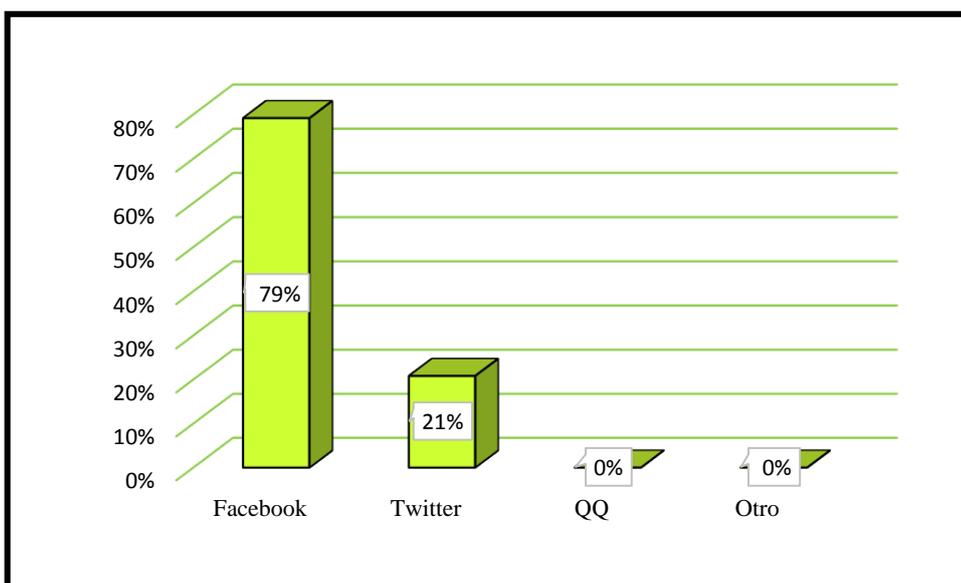


Gráfico No. 29. Redes Sociales utilizadas por el turista

Facebook es la red social más adecuada para garantizar que la información promocional llegue a mayor número de receptores.

**xxiii. Videos**

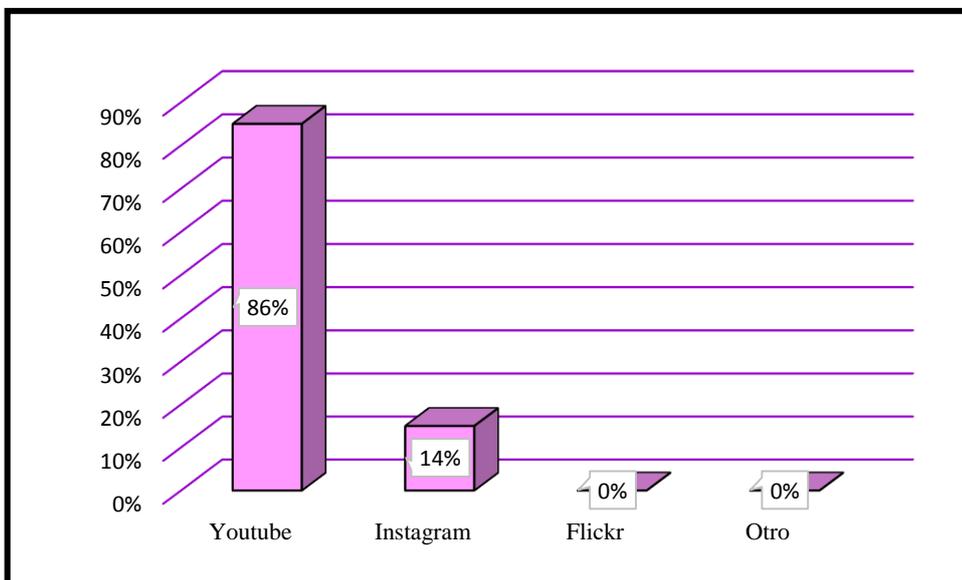


Gráfico No. 30. Videos utilizados por el turista

El medio más idóneo en relación a videos corresponde a youtube.

**xxiv. De los siguientes sitios webs de viajes y turismo. ¿Cuál de ellos Ud. Conoce, sugiere o ha visitado alguna vez?**

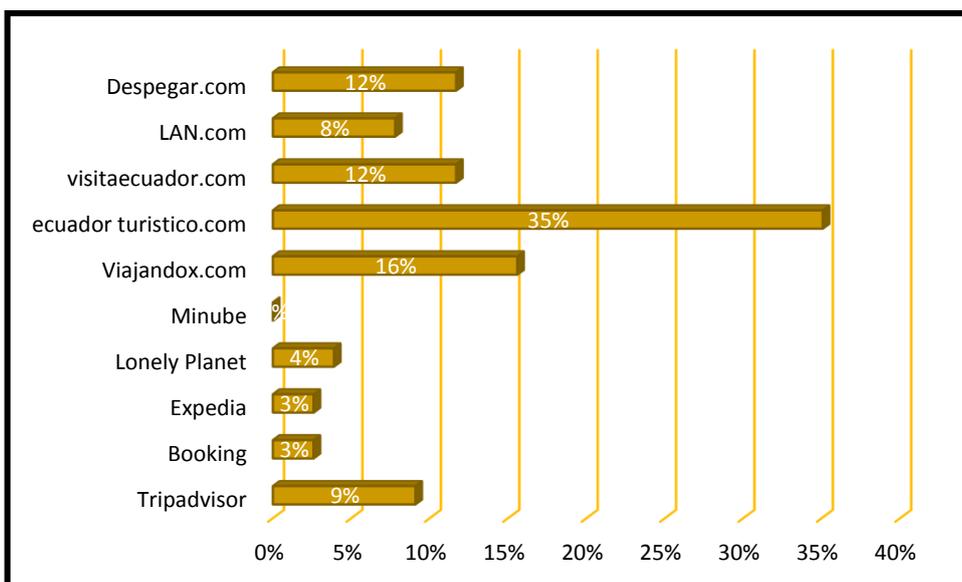


Gráfico No. 31. Webs de viajes conocidas por el turista

Permite conocer si el turista realiza normalmente búsquedas por la web, con respecto a sus viajes y el turismo en general, si para ello visita sitios y páginas especializados, y cuales son cada una de estas. Se puede observar que para el caso del turista nacional, este frecuenta sitios web que son locales.

**xxv. Si acude a los medios escritos como fuente de información turística. ¿Cuál es la opción de mayor uso y preferencia?**

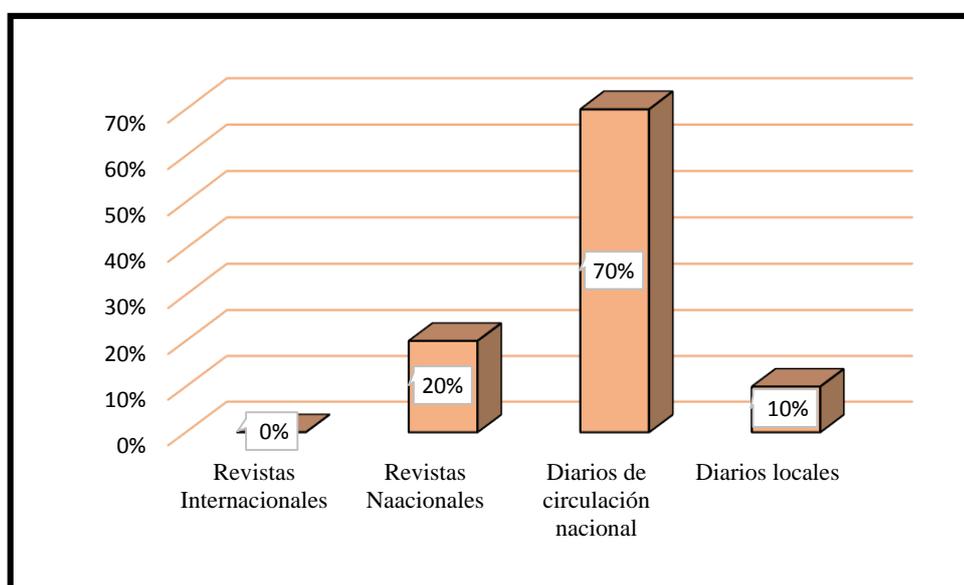


Gráfico No. 32. Prensa escrita utilizada por el turista

El número total de respuestas no obedece a quienes respondieron utilizar la prensa como fuente de información turística sino al total de turistas que decidieron responder esta pregunta. Revela que aparte también se hace uso de la prensa escrita local, aunque en números este no es representativo.

**xxvi. De los siguientes medios escritos especializados en turismo (revistas). ¿Cuál de ellas utiliza?**

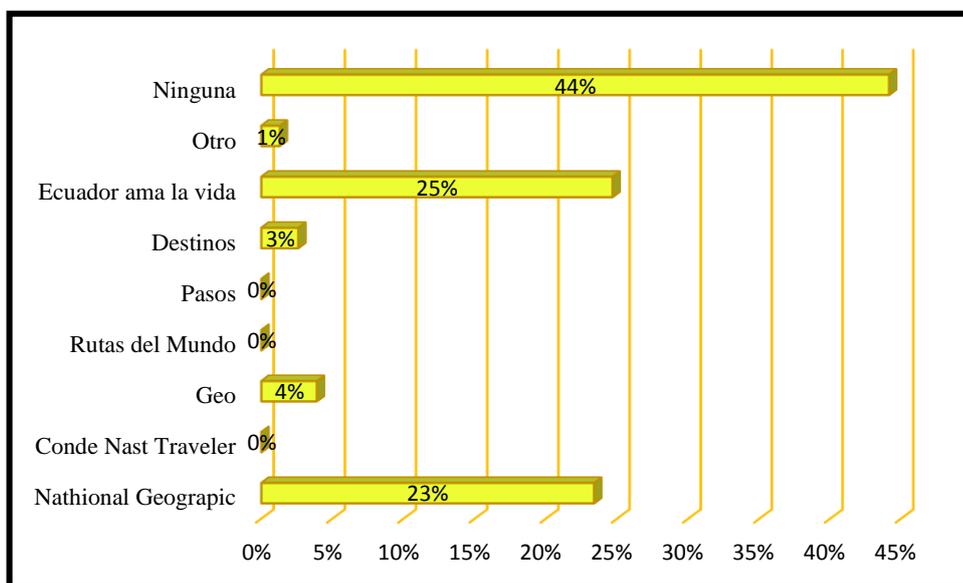


Gráfico No. 33. Revistas turísticas utilizadas por los turistas

Indica que la gran mayoría de turistas nacionales no tienen acceso a este tipo de revistas o si lo hacen refirieron a la versión electrónica de estas. Las respuestas no corresponden necesariamente a quienes respondieron su uso por la prensa escrita. También se mencionó a la revista Tierra Incógnita.

**xxvii.Ud. Considera que la cantidad de información turística en general, disponible del cantón Morona es:**

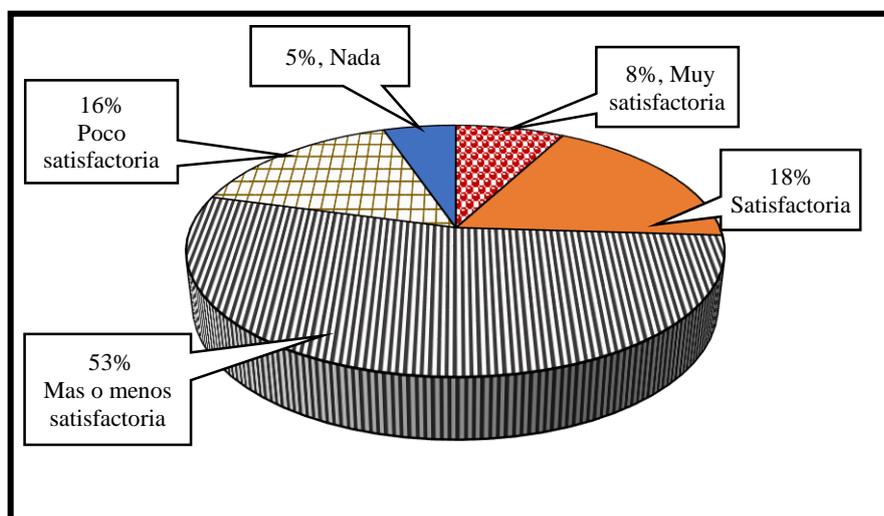


Gráfico No. 34. Nivel de satisfacción del turista con relación a la cantidad de información turística

Estos datos son de gran importancia para saber cuál es la apreciación del turista con respecto a la información turística, revela un nivel de descontento considerable para tomar en cuenta y emitir las acciones correctivas necesarias.

**xxviii. ¿Cuál es su apreciación sobre la oferta de productos turísticos existente en Morona?**

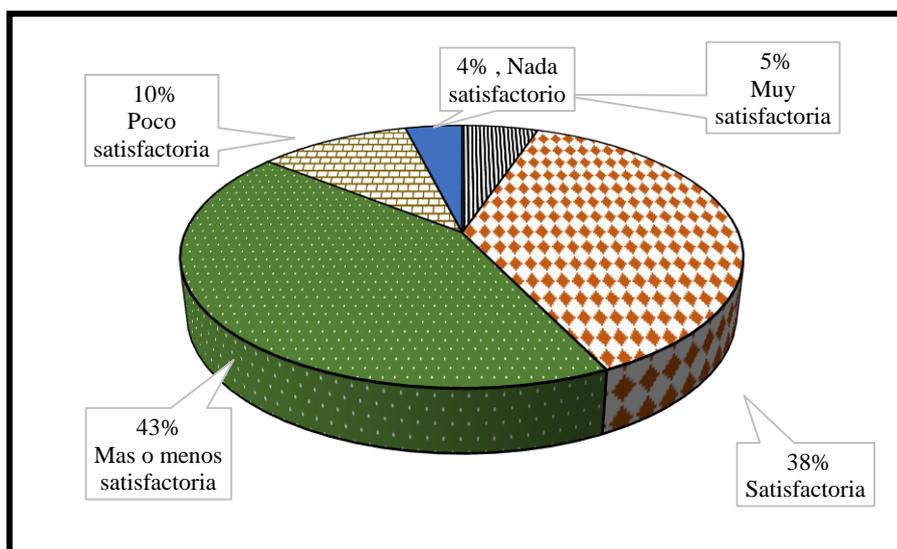


Gráfico No. 35. Nivel de percepción de los productos turísticos de Morona

Valorar el nivel de satisfacción del turista sobre su experiencia durante su visita al cantón, indica que existe falencias y aspectos por mejorar. Que la ruta que se propone debe constituirse en un producto completo que satisfaga los requerimientos del visitante.

**xxix. Tiene Ud. Información de los siguientes atractivos turísticos del cantón Morona?**

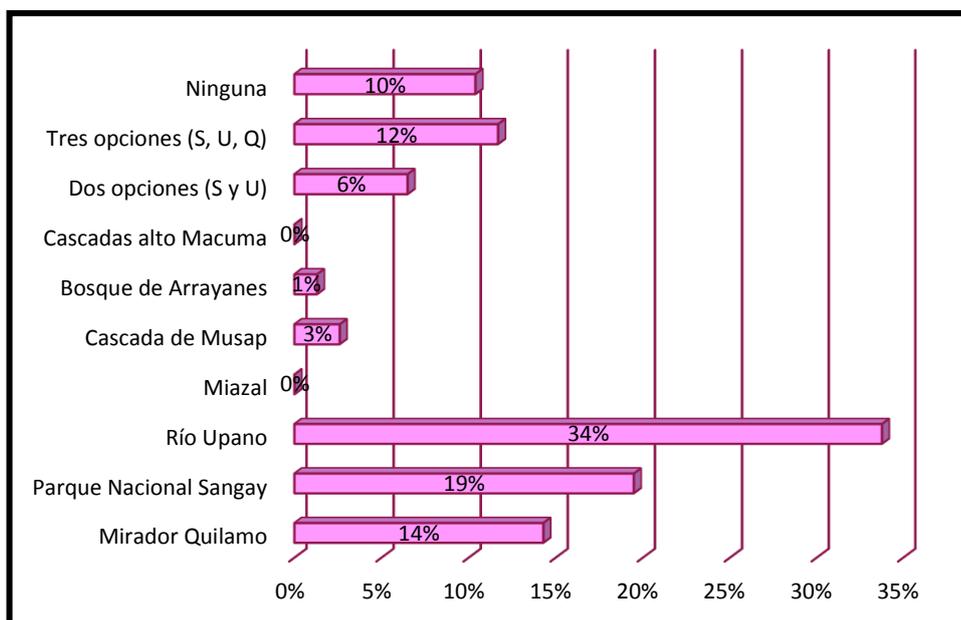


Gráfico No. 36. Atractivos turísticos de Morona que conoce el turista

Existen una cantidad reducida de atractivos mencionados, que son los que se están dando a conocer al turista, estos son los más próximos a la cabecera cantonal, marca la deficiencia de los productos turísticos o la de los propios atractivos que aún no han sido conocidos.

**xxx. ¿Cree Ud. importante que se debería crear y diseñar una ruta turística en el cantón Morona?**

Cuadro No. 38. Aceptación de la ruta de la ruta ecoturística de parte del turista

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	105	92%
No	9	8%
<b>TOTAL</b>	114	100%

La demanda cree en la necesidad de una ruta turística para el cantón Morona, responde al planteamiento realizado y la viabilidad de la propuesta.

### **xxxi. Perfil del turista nacional**

El turista nacional que visita el cantón Morona se encuentra distribuido homogéneamente en los diferentes grupos de edad, dentro de ellos sobresalen aquellos que oscilan entre 25 y 35 años de edad (35%) y los de 45 a 55 años (18%), pertenece al sexo masculino en un 56% y 44% al género femenino.

El 51% posee un nivel de instrucción de tercer grado es decir de tipo universitario sin que sea necesario haber concluido los mismos y se encuentra actualmente inmersos en el campo laboral (57%).

El cantón Morona recibe visitantes de varios lugares del país, sin embargo sus 3 principales focos emisores constituyen; Azuay/ Cuenca (29%), Pastaza/ Puyo (16%) y Pichincha/ Quito (13%).

A la par se manifiesta que su motivo de visita es por un lado el turismo y esparcimiento (36%) y por otro obedece a razones de su trabajo (34%). Generalmente viaja con su familia (36%) aunque también lo hace forma individual (35%).

El desembolso que realiza por día no supera los 30 dólares (57%). Afirma la predisposición a contratar un paquete turístico (83%) aunque afirma que de forma habitual lleva sus viajes de manera independiente (88%).

Para sus vacaciones suele tomar el tercer trimestre del año (53%), en especial en el mes de agosto. El número de personas que incluye el viaje se encuentra diversificado, cuatro personas (22%) y uno (21%) son los más representativos.

En relación a las preferencias de viaje sobre la línea de producto turístico este manifiesta su inclinación a la combinación de los mismos (52%), los atractivos que gustaría visitar corresponden a la intercalado de uno de tipo natural con otro cultural (30%). Los deportes de aventura (34%) es la actividad escogida por el turista.

El alojamiento ideal son las de tipo cabañas por sus diseños rústicos y naturales (40%) aunque el 36% prefiere algo más tradicional como un hotel.

Muestra un gusto hacia lo propio y típico de la localidad (64%) el menú puede incluir platos de la comida nacional (22%).

El medio utilizado para obtener información turística es el internet (62%), dentro de ello utiliza buscadores, redes sociales y videos simultáneamente. Google es el buscador más frecuentado como Facebook dentro de las redes sociales y youtube para los videos.

Se realizó un sondeo sobre las webs de turismo que se visita, [ecuadorturistico.com](http://ecuadorturistico.com) obtuvo el mayor porcentaje (35%). No existe conocimiento sobre revistas especializadas en turismo (44%) y también se acude a los diarios de circulación nacional (70%).

El 53% de turistas considera que la cantidad de información turística disponible del cantón Morona es más o menos satisfactoria así mismo (43%) como la apreciación de productos turísticos del cantón.

El río Upano es el atractivo más conocido por los visitantes (34%). Se concluye que un 92% cree la necesidad de crear una turística para el cantón.

**b) Demanda extranjera**

**i. Edad**

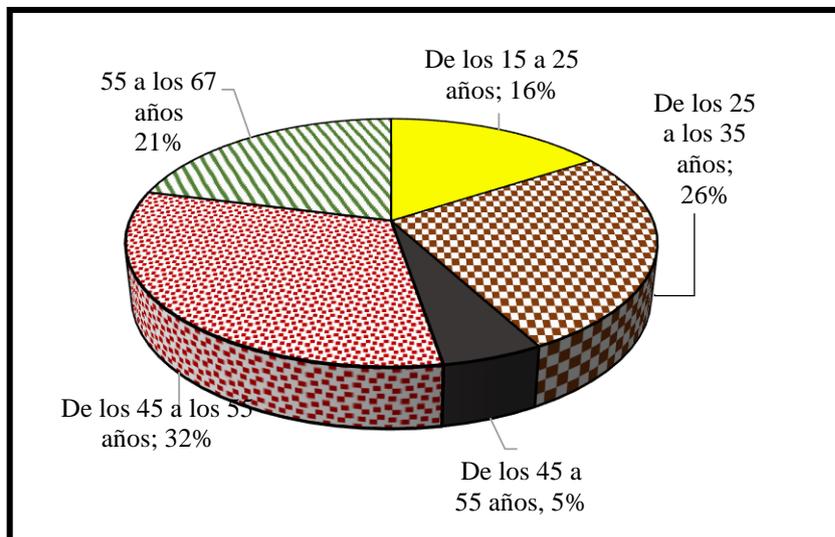


Gráfico No. 37. Edad del turista extranjero

Aunque la distribución por edad es bastante equitativa, sobresale el grupo comprendido entre los 45 y 55 años de edad, las características del producto van acorde a él y sus preferencias, sin que se excluya a los demás grupos.

**ii. Género**

Cuadro No. 39. Género del turista nacional

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	35	58%
Femenino	24	42%
<b>TOTAL</b>	59	100%

La ruta turística está dirigida tanto como para hombres y mujeres.

### iii. Instrucción

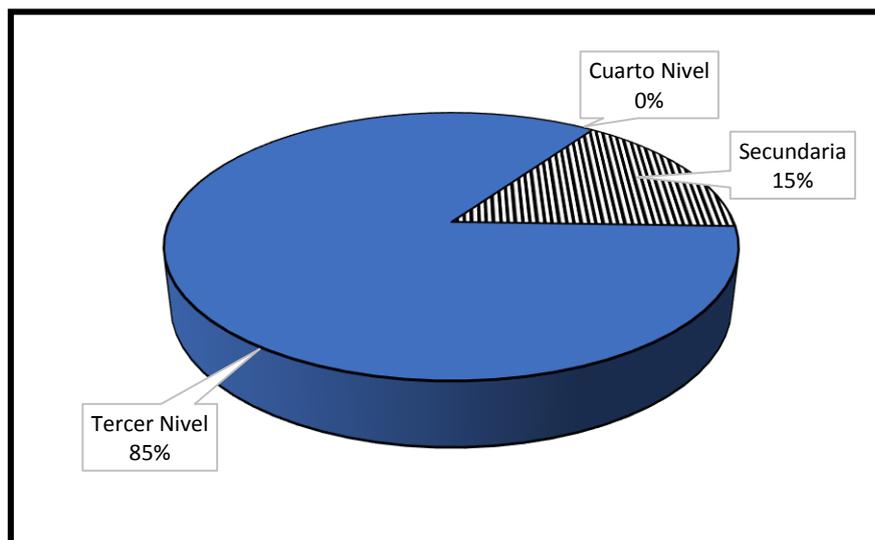


Gráfico No. 38. Nivel de instrucción del turista extranjero

El turista refiere un nivel de instrucción de tercer nivel, es decir de tipo universitario, por tanto el producto turístico requiere de mayores exigencias de acuerdo a los estudios y experiencias previos.

### iv. Ocupación

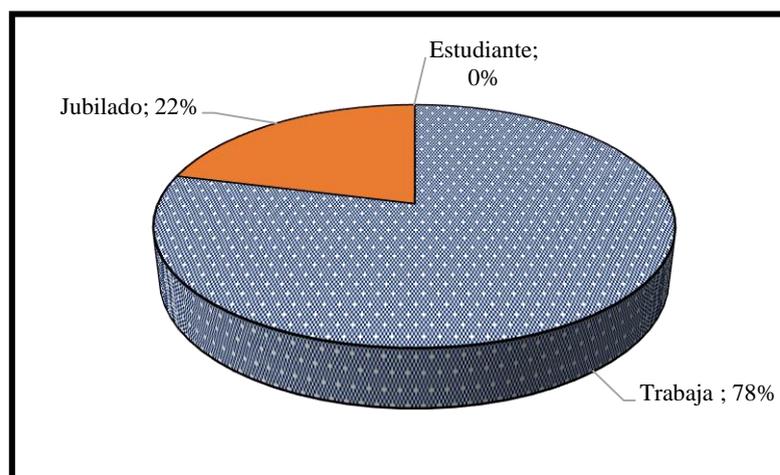


Gráfico No. 39. Ocupación del turista extranjero

La mayoría de extranjeros se encuentra en actividad laboral y está en la capacidad económica de pagarse un viaje de turismo. El grupo de jubilados tiene un porcentaje

considerable constituye un nicho de mercado potencial y en crecimiento en los últimos años.

**v. Procedencia**

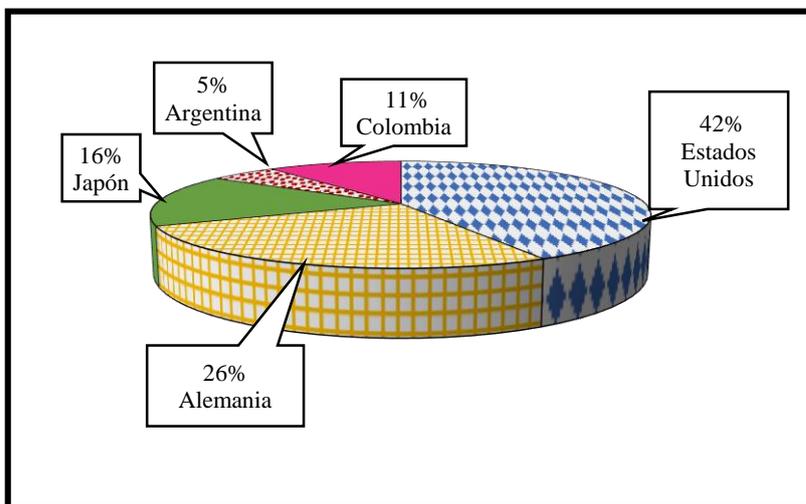


Gráfico No. 40. País de procedencia del turista extranjero

Los países que se nombran corresponden a todos los mencionados dentro de la muestra, nuestro principal poco emisor constituye los Estados Unidos, aunque existen otros mercados que se pueden potenciar. Dentro ellos la mayoría es del continente.

**¿Cuál es su motivo de viaje al cantón Morona?**

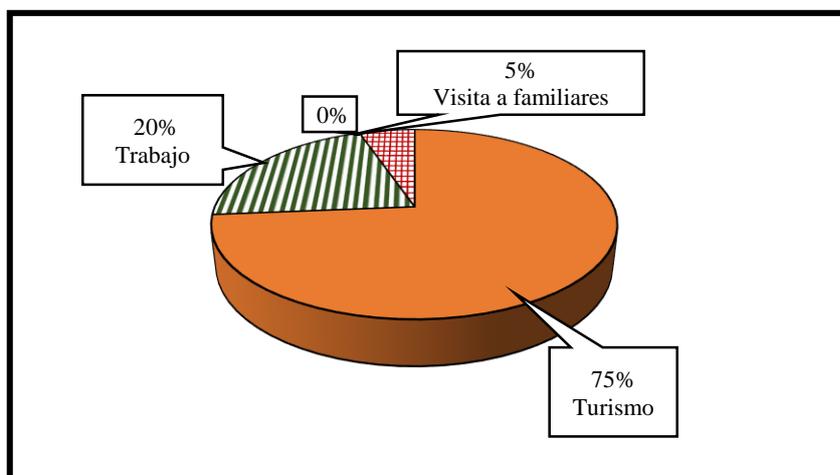


Gráfico No. 41. Motivo de visita del turista extranjero

El eje motivador de visita del turista extranjero es el turismo, este constituye el mercado potencial para la ruta. El ítem visita a familiares refiere principalmente de los turistas provenientes de Colombia.

**vi. ¿Cuál es su tiempo promedio de estancia?**

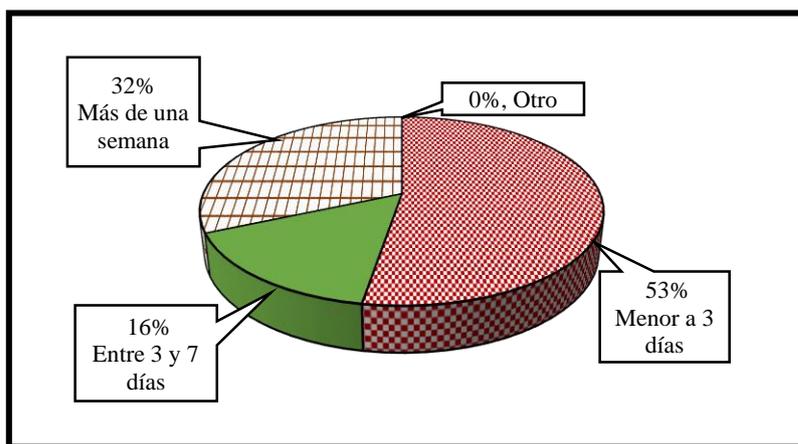


Gráfico No. 42. Tiempo de estancia del turista extranjero

El tiempo de permanencia dentro del cantón Morona no supera los tres días, los datos evidencia la falta de actividades y la ausencia de productos turísticos que le permitan al turista extranjero prolongar su visita. Es necesario diversificar la oferta del cantón.

**vii. ¿Con quién viaja?**

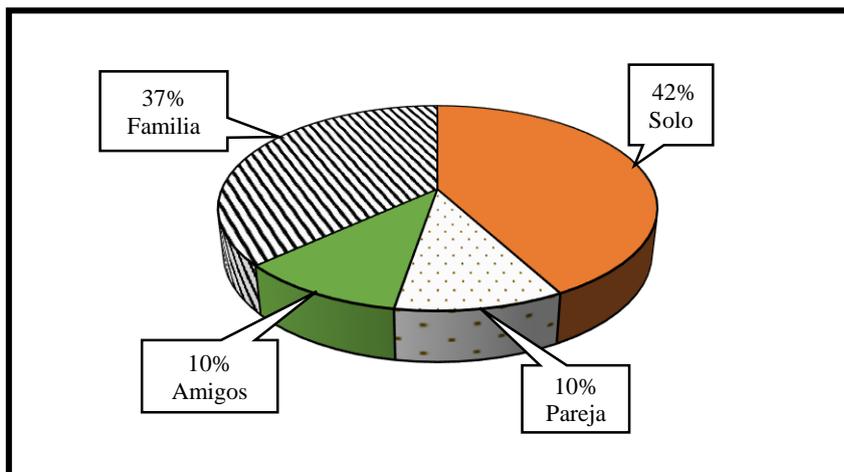


Gráfico No. 43. Con quién viaja el turista extranjero

Los porcentajes solo y con la familia revelan porcentajes similares, el recorrido que se propone debe efectuarse de ambos modos, aunque se apunta a los recorridos grupales.

**viii. ¿Cuál es el promedio de gasto diario?**

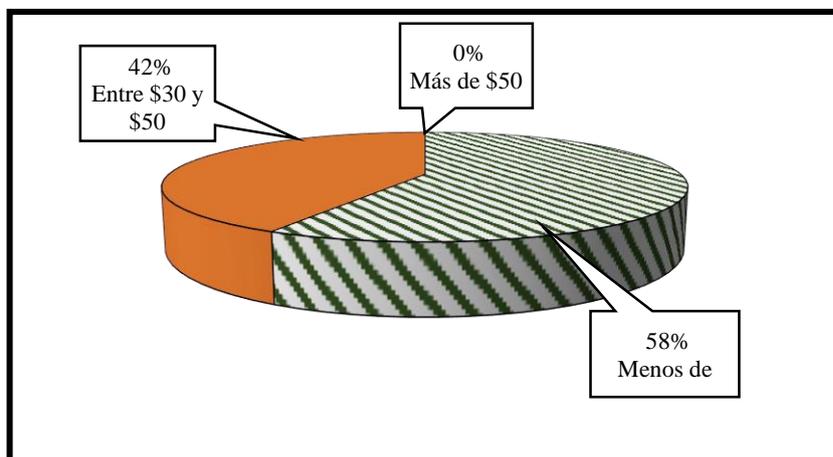


Gráfico No. 44. Gasto promedio por día del turista extranjero

Estos datos revelan el valor por día que el turista normalmente gasta por turismo, el objeto es no sobrepasar dicho costos dentro de la propuesta, pero si el turista realiza solo el itinerario tendrá que asumir un costo mayor que en el caso de hacerlo de forma grupal.

**ix. ¿Estaría dispuesto a contratar un paquete turístico en el cantón Morona?**

Cuadro No. 40. Predisposición del turista extranjero a contratar un paquete turístico en Morona

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	13	22%
No	46	78%
<b>TOTAL</b>	59	100%

En este caso el turista extranjero no requiere de contratar un paquete in situ, la propuesta debe ser completa, llamativa y adecuarse a las preferencias del turista a fin de lograr el cambio de decision en el mismo.

### ¿De qué manera organiza y lleva sus viajes de turismo?

Cuadro No. 41. De qué manera lleva sus viajes el turista extranjero

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Independientemente	59	100%
Con Agencias de Viajes	0	0%
<b>TOTAL</b>	59	100%

Se hace prioritario y necesario captar el interés de estos turistas.

### x. ¿Durante que trimestre del año suele tomar sus vacaciones?

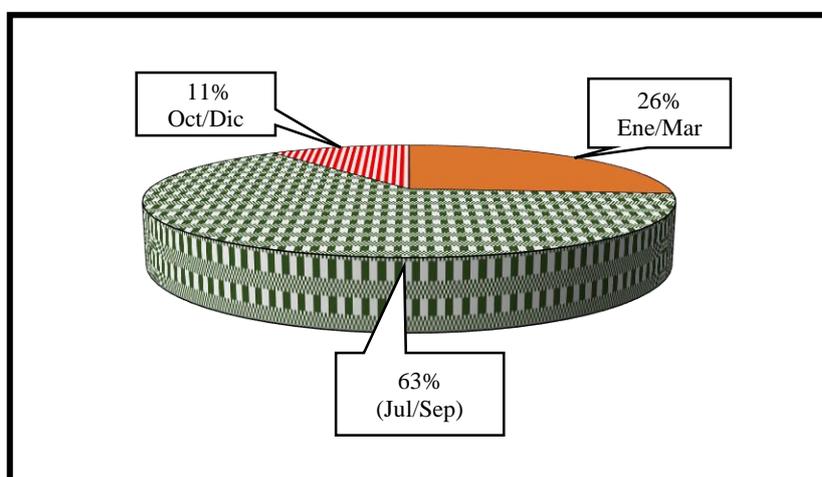


Gráfico No. 45. Trimestre del año que toma vacaciones el turista extranjero

Indica los meses que corresponden a la temporada alta y baja respectivamente de la demanda extranjera. Definiendo cada uno de ellos es posible establecer las estrategias de promoción para cada caso.

**xi. Número de personas con las que viaja**

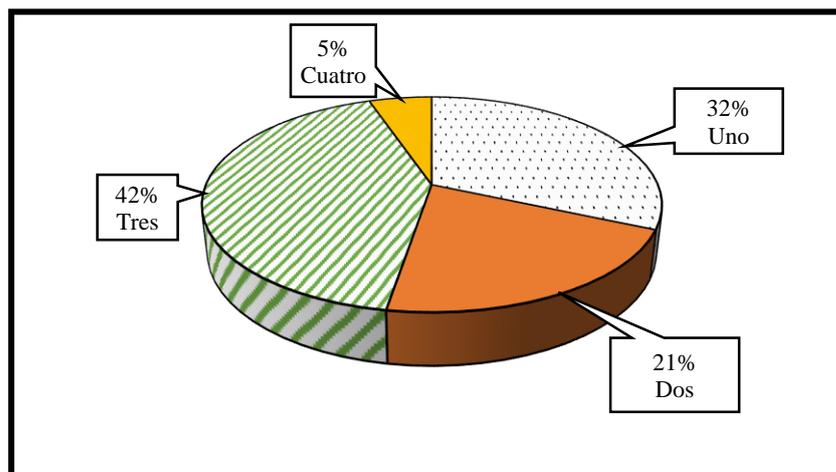


Gráfico No. 46. Número de personas con las que viaja el turista extranjero

El número promedio de viaje es de tres de personas, el paquete está dirigido para grupos hasta 10 pax.

**xii. ¿Qué línea de producto prefiere?**

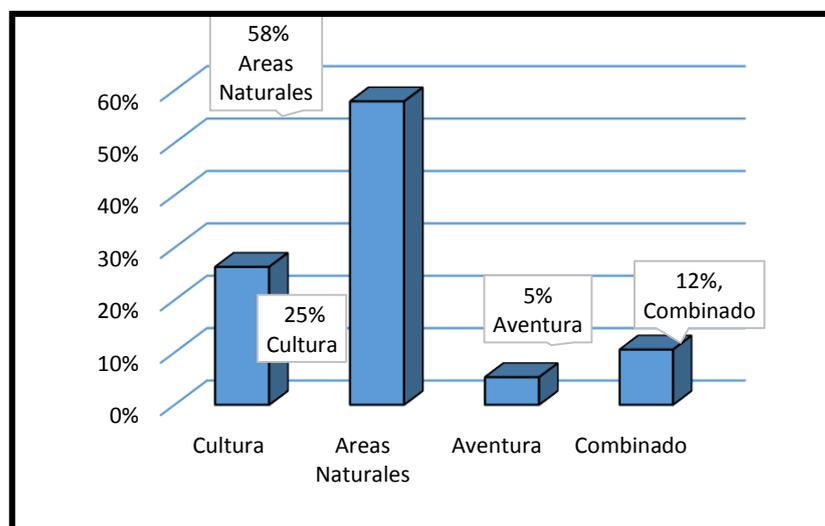


Gráfico No. 47. Línea de producto que prefiere el turista extranjero

La ruta contiene varios escenarios naturales, como es el gusto del turista extranjero, e incluye de actividades relacionadas con la misma.

**xiii. ¿Qué tipo de atractivo le gustaría visitar en el cantón Morona?**

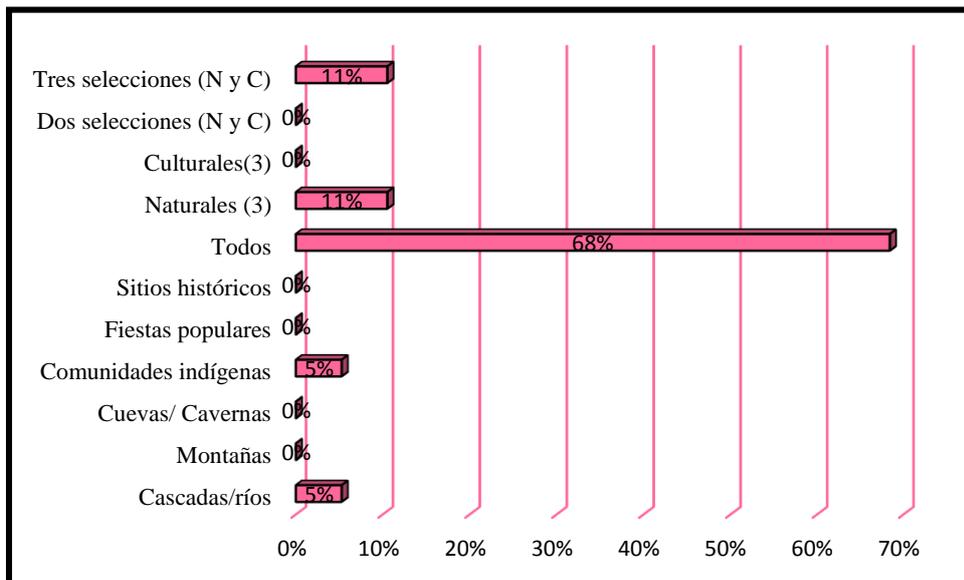


Gráfico No. 48. Atractivo que le gustaría visitar el turista extranjero

El turista extranjero gustaría de visitar la mayor cantidad de atractivos durante su visita, por ello la propuesta debe incluir varios atractivos entre naturales y culturales y de los diferentes subtipos, en especial, tomar en cuenta los naturales y del tipo ríos y cascadas.

**xiv. ¿Qué actividades son de su preferencia?**

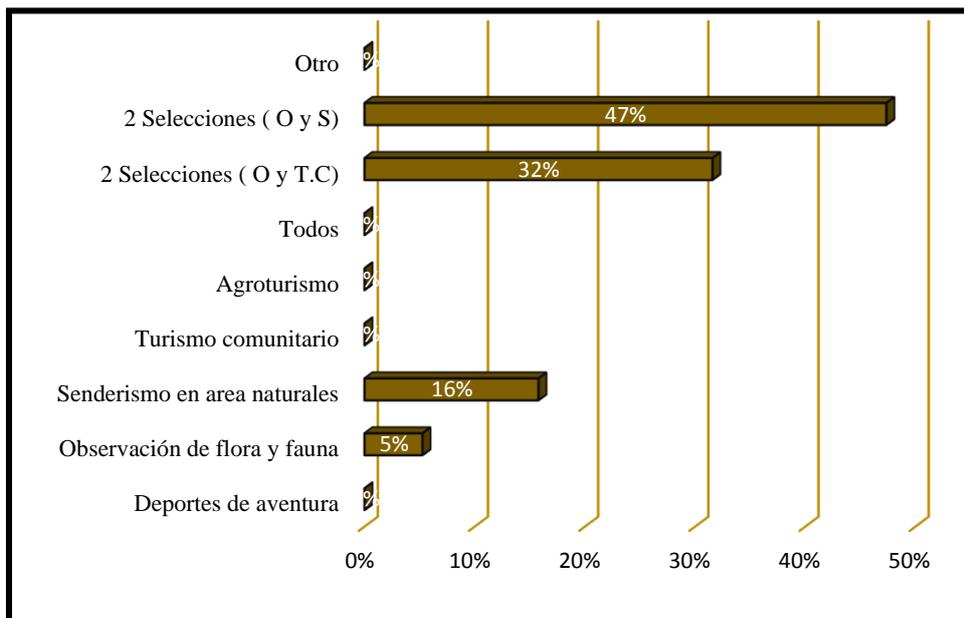


Gráfico No. 49. Actividad de preferencia del turista extranjero

La observación de flora y fauna en conjunto con el senderismo son las actividades de mayor preferencia del turista extranjero, estas actividades están incluidas y son las más idóneas sobre todo por la calidad de los paisajes y estado de conservación de los atractivos que ofrece al cantón.

**xv. ¿Qué tipo de alojamientos prefiere hospedarse?**

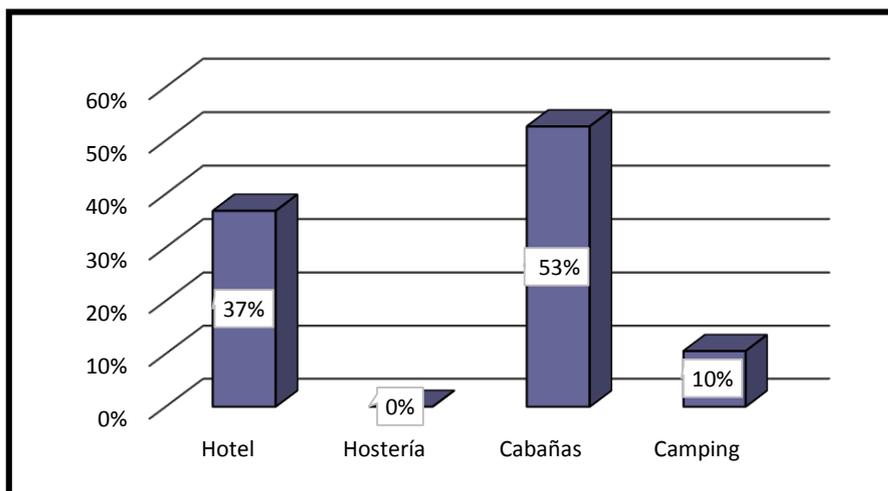


Gráfico No. 50. Alojamiento que gusta al turista extranjero

Esta información es útil a la hora de elegir y definir los proveedores principales y secundarios para el alojamiento de la ruta.

**xvi. ¿Qué tipo de alimentación prefiere?**

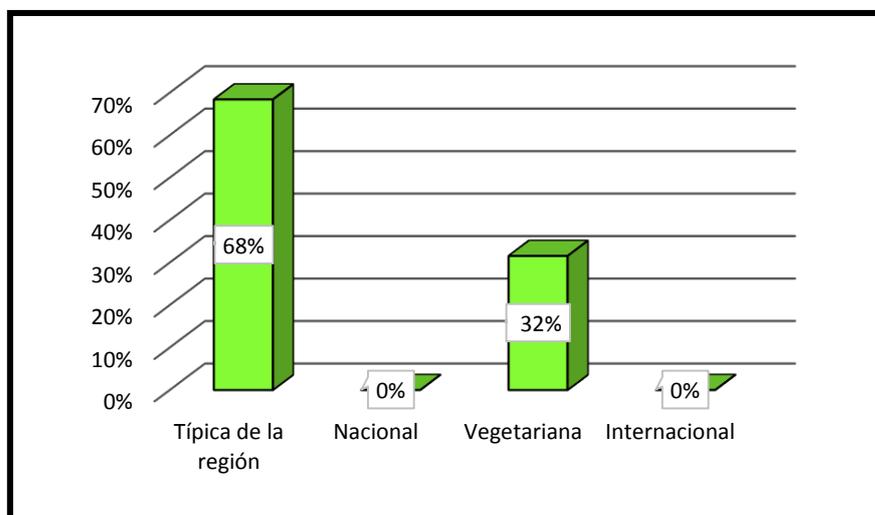


Gráfico No. 51. Alimentación que gusta el turista extranjero

Esta información es útil a la hora de seleccionar y definir los establecimientos proveedores principales y secundarios para la alimentación dentro de la ruta.

**xvii. ¿Por qué medio de comunicación obtiene información turística?**

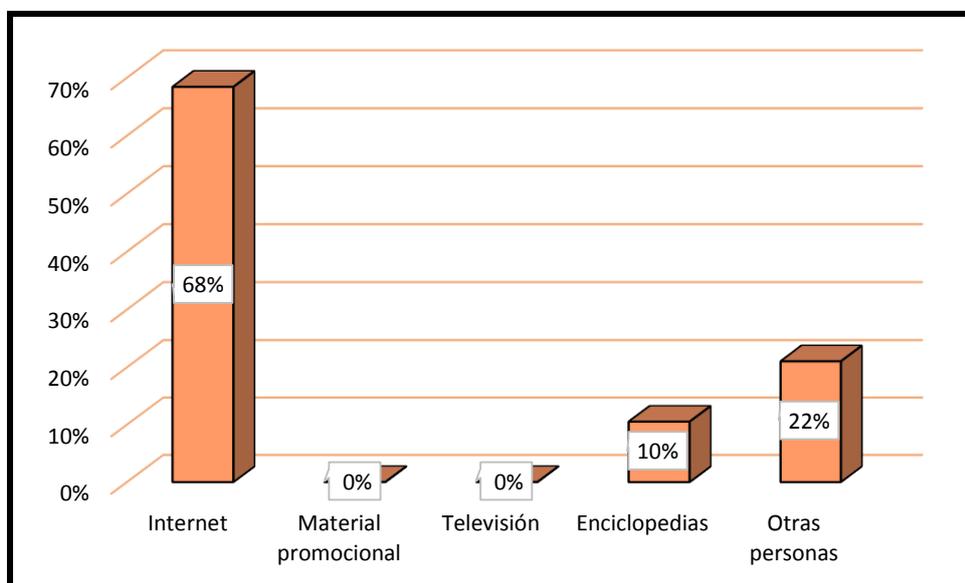


Gráfico No. 52. Medios de comunicación por el cual el turista obtiene información turística

La siguiente información permite conocer que medios de comunicación utiliza el turista extranjero, y realizar un uso adecuado y estratégico de los medios disponibles para la difusión.

**xviii. Si utilizó el internet como fuente de información turística. ¿Cuál de los siguiente medios onlines utiliza Ud.?**

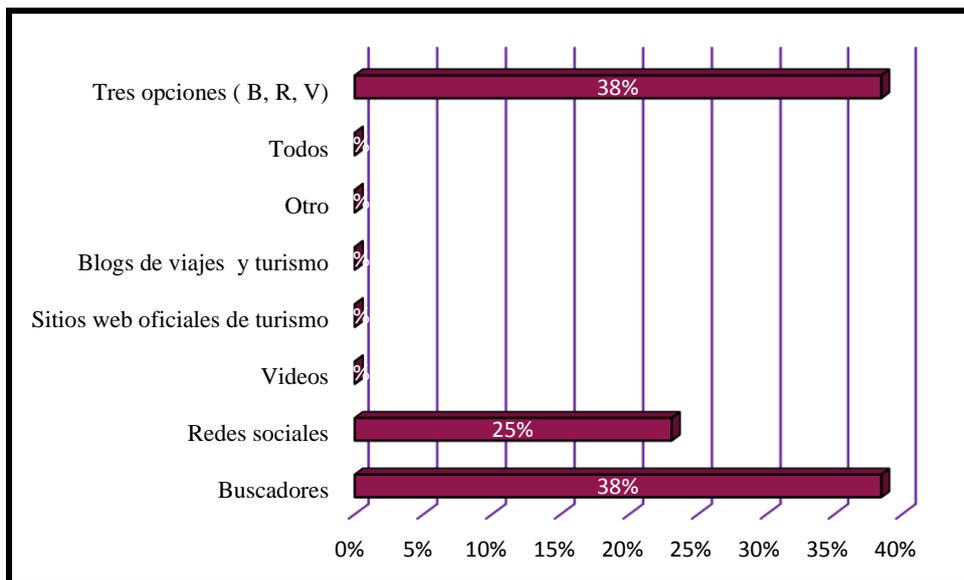


Gráfico No. 53. Medios onlines frecuentados por el turista extranjero

Para un uso más eficiente del internet, es preciso conocer a través que plataformas utiliza normalmente el turista para poner a disposición la información turística en dichos sitios específicos.

**xix. Buscadores**

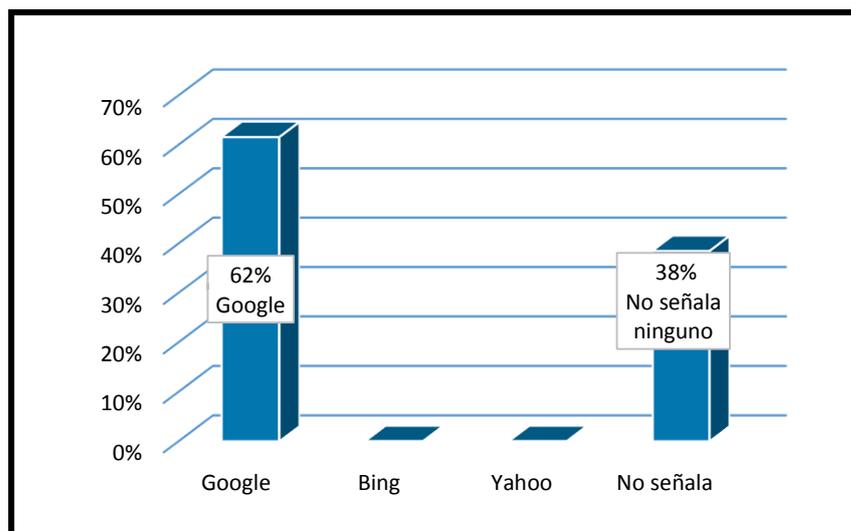


Gráfico No. 54. Buscadores utilizados por el turista extranjero

El buscador más idóneo sería google.

**xx. Redes Sociales**

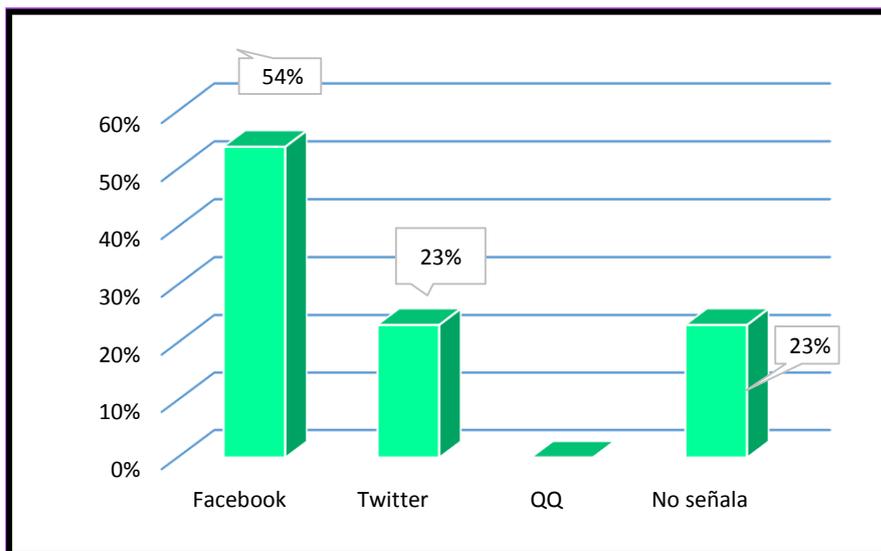


Gráfico No. 55. Redes sociales utilizada por el turista extranjero

Facebook es la red social más difundida entre los turistas para atraer la demanda hacia el cantón.

**xxi. De los siguientes sitios webs de viajes y turismo. ¿Cuál de ellos conoce, sugiere o ha visitado alguna vez?**

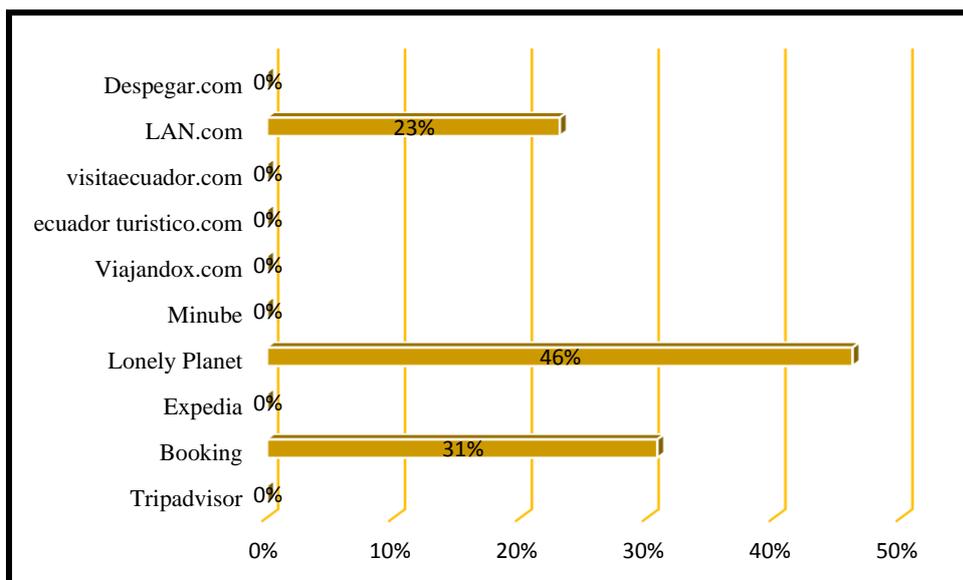
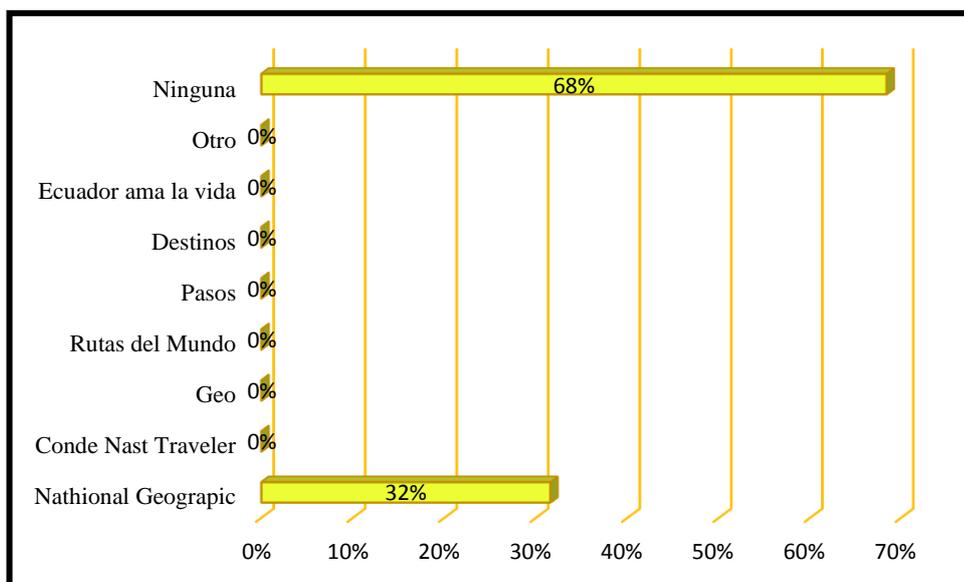


Gráfico No. 56. Webs de viajes y turismo visitadas por el turista

Esta información nos permite saber cuáles son los sitios de turismo que ha visitado el turista, los extranjeros manejan estos sitios especializados pues confían en la fiabilidad de esta información. La mayoría de ellos son internacionales de prestigio y de varios idiomas.

**xxii. De los siguientes medios escritos especializados en turismo (revistas). ¿Cuál de ellas utiliza?**



Cuadro No. 57. Revistas de turismo utilizadas por el turista extranjero

Las revistas no son el medio menos intensivo de los extranjeros.

**xxiii. Ud. considera que la cantidad de información turística en general, disponible del cantón Morona es:**

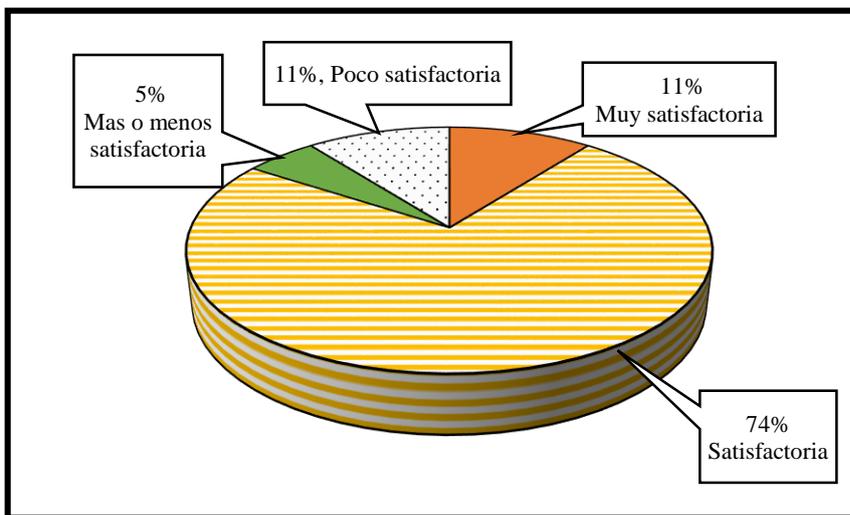


Gráfico No.58. Nivel de satisfacción del turista con respecto a información de Morona

Podemos apreciar el nivel de satisfacción de los turistas con respecto a la información turística, se encuentra en un nivel aceptable, quizá se deba precisamente esta afirmación al medio por el cual obtienen dicha información. La información local disponible también debería manejar otro idioma básico como el inglés para llegar a estos segmentos.

**xxiv. ¿Cuál es su apreciación sobre la oferta de productos existente?**

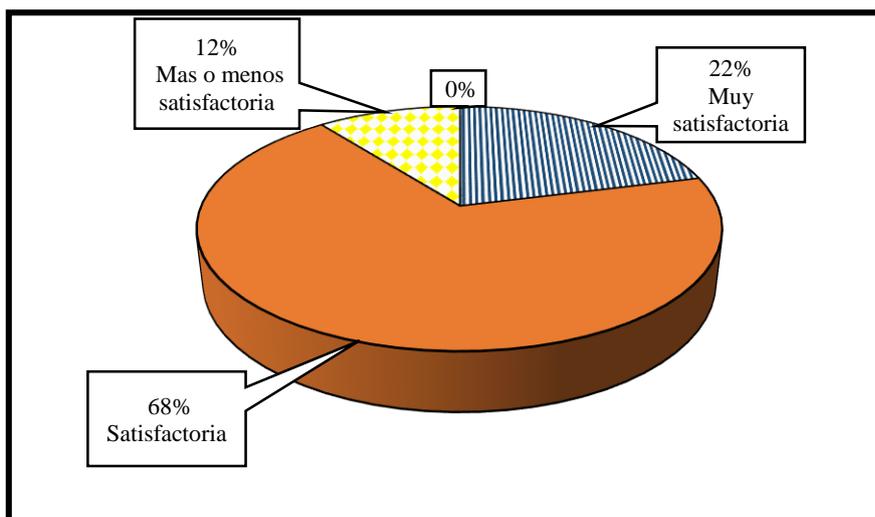


Gráfico No. 59. Apreciación del turista de los productos turísticos de Morona

El nivel de aceptación de productos es favorable lo importante es mantenerlo y procurar mejorar. Morona tiene aquello que prefiere el turista que son las áreas naturales y es una de sus fortalezas, es necesario potenciar y complementar este aspecto.

**xxv. ¿Tiene Ud. información de los siguientes atractivos turísticos del cantón Morona?**

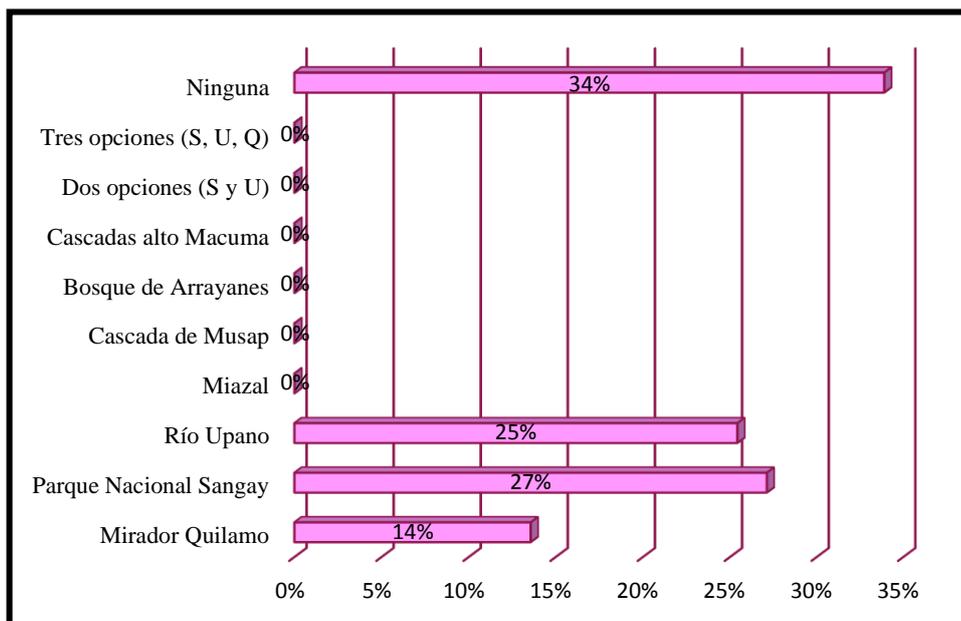


Gráfico No. 60. Atractivos turísticos que conoce el turista extranjero

Al igual que en el caso de la demanda nacional, los atractivos conocidos vuelven a repetirse, aunque la mayoría no los identifica claramente por su nombres. Muestra el vacío de la difusión y la ausencia de productos y de una oferta diversificada.

**xxvi. ¿Cree Ud. importante que se debería crear y diseñar una ruta turística en el cantón Morona?**

Cuadro No.42. Aceptación de la ruta de parte del turista extranjero

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	44	75%
No	15	25%
<b>TOTAL</b>	59	100%

La mayoría respalda la viabilidad de la propuesta de ruta aunque quienes manifestaron la negativa aducieron en varias ocasiones la preservación intacta del entorno y que la masificación del turismo a través de la creación de circuitos turísticos desmejora la calidad paisajística y natural de los mismos que es lo que atracción particular de estos lugares.

### **xxvii. Perfil del turista extranjero**

El turista extranjero de acuerdo a su edad está homogéneamente distribuido, sobresalen los grupos de 45 a 55 años (32%) y 25 a 35 años (26%). El género masculino alcanza el 58% mientras que el femenino el 42%.

El 84% mantiene una instrucción hasta un tercer nivel o universitaria sin que ello signifique que haya concluido la misma. Su ocupación actual es la laboral (79%) aun que un interesante 21% corresponde a los jubilados.

El principal país emisor lo constituye los Estados Unidos (42%) y Alemania también obtuvo un porcentaje importante 26%.

El eje motivador de su visita es sin duda el turismo y esparcimiento (74%). La permanencia dentro del sitio no supera por lo general los 3 días, en gran parte realiza sus desplazamientos solo (42%) aunque también suele viajar acompañado de la familia (37%) y su egreso promedio por día no llega a los 30 dólares.

En alusión a si estaría dispuesto a contratar de un paquete turístico en Morona, el 79% dio una respuesta afirmativa mientras un 21% no lo hizo. El turista extranjero en lo absoluto organiza sus viajes de forma independiente.

El tercer trimestre del año es el escogido para tomar sus vacaciones (63%) especialmente durante los meses de julio y agosto, el viaje incluye 3 personas de modo habitual (48%).

El producto de su preferencia corresponde a las áreas naturales (58%) con respecto al tipo de atractivo el 68% coincide en que todos los atractivos enlistados gustarían de visitar así

mismo las actividades más opcionadas son el senderismo y la observación de flora y fauna en conjunto (47%).

El tipo de alojamiento que mayor aceptación muestra es las cabañas refiriéndose a que estas se encuentren más cerca del entorno y acorde a sus características, los turistas desean conocer de las comidas típicas del lugar de donde visitan (68%).

Su acceso a la información turística es a través del internet (68%) aunque en algunos casos acuden a las guías de turismo (11%) que llevan consigo. Frecuentemente hacen uso de los buscadores, redes sociales y videos de forma simultánea (38%). Google y Facebook son los más difundidos entre los turistas.

Lonely Planet es el sitio web más ampliamente conocido (46%), de las revistas mencionadas ninguna refiere selección (68%).

EL nivel de satisfacción con respecto de la información disponible del cantón Morona obtiene una evaluación satisfactoria (74%) sin especificar de donde provenga dicha información o sea necesariamente de la localidad, su apreciación del producto turística es en buena parte satisfactoria (68%).

La mayoría de los atractivos no son claramente identificados por los turistas (34%) y dentro de los se conocen se cita al Parque Nacional Sangay (27%). Un 75% considera positiva la creación de una ruta turística y un 25% no lo cree conveniente valorando de esta manera más el entorno virgen donde radica su atracción ya que con la creación de rutas este se masifica y pierde este componente.

#### 4) Análisis de la competencia

Para el análisis de la competencia se han tomado en cuenta tres cantones por coincidir estos en su condición geográfica cantonal, también por ser lugares adyacentes o muy cercanos al cantón Morona y porque en su mayoría comparten ciertas características del entorno que pueden asemejar el producto turístico que presenta el cantón. Para ello se han determinado para su análisis a los cantones de Puyo, Sucúa y Baños.

Cuadro No. 43. Principales competidores del cantón Morona

CANTÓN	VISITANTES/TIPO	LINEA DE PRODUCTOS	ACTIVIDADES	PLANTA TURÍSTICA	SUPERESTRUCTURA
<b>Pastaza/Puyo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ No cuenta con registro estadístico minucioso lo que se muestran son resultados aproximativos. Se obtuvo cifras hasta 2011.</li> <li>✓ Arribaron 153 325 turistas distribuidos en 114 924 nacionales y 38 331 extranjeros.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ecoturismo y de Áreas Naturales,</li> <li>✓ Cultural:</li> <li>✓ Turismo comunitario</li> <li>✓ Deportes de aventura</li> <li>✓ De Salud</li> <li>✓ Científico (Fátima) De eventos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Senderismo</li> <li>✓ Observación de flora y fauna</li> <li>✓ Camping</li> <li>✓ Balnearios</li> <li>✓ Caminata</li> <li>✓ Interpretación ambiental (Omaere)</li> <li>✓ Observación de aves</li> <li>✓ Paseos en bote/canoa</li> <li>✓ Kayak y</li> <li>✓ Rafting</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Dentro de su capacidad instalada para alojamiento cuenta con: 6 hoteles, 1 hotel residencia, 8 hosterías, 11 hosterías residencia, 18 hostales, y 2 cabañas. En promedio los establecimientos están ocupados en un 90% de su capacidad total en temporada alta y en feriados en especial mientras que en temporada baja en un 45%. Disponiendo de más o menos 2000 habitaciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Su ubicación estratégica sirve como punto de conectividad entre la sierra y el oriente y otras provincias. Con vías de acceso de primer orden y una importante red de carreteras interna.</li> <li>✓ Se encuentra dotado de servicios básicos de manera concentrada cabecera cantonal no así en las comunidades más remotas.</li> <li>✓ Cuenta con un programa de bancos comunitarios</li> </ul>

CANTÓN	VISITANTES/TIPO	LINEA DE PRODUCTOS	ACTIVIDADES	PLANTA TURÍSTICA	SUPERESTRUCTURA
			<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Museo</li> <li>✓ Parque Temático</li> <li>✓ Centros de recreación</li> </ul>	<p>que pueden ir desde los 15 hasta los 230 dólares.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Múltiples opciones en cuanto alimentación restaurantes y otros segmentos más informales. Se dispone de un variado menú que incluye comida internacional, nacional y típica así también un considerable número de bares y discotecas.</li> </ul>	<p>impulsado por Gobierno Municipal</p>
Tungurahua/ Baños	Baños es una de las ciudades más turísticas del Ecuador, concentra el 15,10% de demanda extranjera al país incluido Galápagos, es la quinta ciudad más visitada, después de Quito, Guayaquil, Cuenca y Galápagos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ecoturismo y de Áreas Naturales.</li> <li>✓ Deportes de aventura</li> <li>✓ Cultural;</li> <li>✓ Religioso</li> <li>✓ Gastronómico</li> <li>✓ Salud/ Termas</li> <li>✓ Artesanal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Senderismo</li> <li>✓ Rafting,</li> <li>✓ kayaking,</li> <li>✓ Canyoning,</li> <li>✓ Escalada en roca,</li> <li>✓ Salto de puentes,</li> <li>✓ Paseos a caballo,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Baños cuenta con una industria consolidada de servidores turísticos.</li> <li>✓ Dispone de 56 operadores de turismo y aventura.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ La vía panamericana es su eje principal de acceso de norte a sur ubicada estratégicamente en el centro del país.</li> <li>✓ Cobertura de servicios básicos buena.</li> </ul>

CANTÓN	VISITANTES/TIPO	LINEA DE PRODUCTOS	ACTIVIDADES	PLANTA TURÍSTICA	SUPERESTRUCTURA
	Dentro del mercado interno abarca 5.90% de una distribución más equitativa y proporcional de la demanda nacional.	✓ Diversión	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Canopy,</li> <li>✓ Ciclismo de montaña.</li> <li>✓ Tarabita</li> <li>✓ Trekking/Montañismo</li> <li>✓ Galerías de arte</li> <li>✓ Compra de artesanías</li> <li>✓ Baños de cajón</li> <li>✓ Termas</li> <li>✓ Spas.</li> <li>✓ Observación de flora y fauna</li> <li>✓ Chivas</li> <li>✓ Peregrinaciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Hay 162 establecimientos de hospedaje entre hoteles, hosterías, hostales residencia, hostales pensiones y moteles.</li> <li>✓ 130 establecimientos de alimentación ofertan de comida nacional e internacional.</li> <li>✓ 35 centros de diversión nocturna.</li> <li>✓ Además de transporte turístico, cafeterías, fuentes de soda y centros recreacionales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Múltiples servicios bancarios, Couriers supermercados y tiendas de todo tipo constituyen un verdadero centro de operaciones.</li> <li>✓ El Municipio maneja independientemente el área de turismo, consolidación de la gestión turística.</li> </ul>

CANTÓN	VISITANTES/TIPO	LINEA DE PRODUCTOS	ACTIVIDADES	PLANTA TURÍSTICA	SUPERESTRUCTURA
MS/Sucúa	<p>De acuerdo al Gobierno Municipal del Cantón Sucúa la demanda está compuesta de 8.570 turistas al año 2011.</p> <p>La afluencia es casi en su totalidad de turistas nacionales que arriban por otras motivaciones principalmente comerciales, esto reduce la demanda a mínima con motivaciones netamente turísticas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ecoturismo</li> <li>✓ Cultural;</li> <li>✓ Comunidades indígenas shuar</li> <li>✓ Deportes de aventura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Observación de flora y fauna</li> <li>✓ Rafting</li> <li>✓ Tubing</li> <li>✓ Zoológico</li> <li>✓ Senderismo</li> <li>✓ Centros de recreación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cuenta con 39 establecimientos turísticos registrados.</li> <li>✓ 13 corresponden a establecimientos de alojamiento 2 hosterías, el restante entre hostales y hostales residencia.</li> <li>✓ 19 establecimientos de alimentación y bebidas.</li> <li>✓ Restante corresponde a discotecas, salas de baile y balnearios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Cuenta con vía de acceso de primer orden desde Cuenca, misma une con el resto de cantones de la provincia y la vía desde Macas en el norte.</li> <li>✓ Vialidad interna de segundo y tercer orden.</li> <li>✓ Los servicios básicos cubren la cabecera cantonal no así en las zonas rurales.</li> <li>✓ Cuenta con una pista de aterrizaje para avionetas que se utiliza generalmente para el traslado hacia zonas más densas y selváticas.</li> </ul>

Sistematización MINTUR, La experiencia turística del Ecuador, 2012; Banos-ecuador.com, sitio oficial de turismo; GAD Pastaza, Plan de marketing de la ciudad de Puyo, 2011; GAD Sucúa.

## 5) Confrontación Oferta – Demanda

### a) Demanda insatisfecha

Para realizar este apartado se tomó como dato referencial el presentado por el boletín de turismo interno del Mintur (2012), en el que se hace constar un porcentaje del 0,80% de residentes ecuatorianos y 0,60% de extranjeros que hayan arribado a la provincia de Morona Santiago, mismos que desglosados su porcentaje equivalen a 18871 y 7991 turistas respectivamente. Se realizó la proyección (6,5%) de estos datos para obtener los cifras del 2014.

La oferta actual se obtuvo tomando en cuenta los datos de ingresos al PNS, zona baja (2014), que corresponde a 2740 y 59 turistas, que es el segmento de mercado que está interesado por conocer y realizar actividades vinculadas al ecoturismo y las áreas naturales.

La demanda insatisfecha se obtuvo de la diferencia entre cada una de ellas, (Demanda actual - Oferta actual).

AÑO	TURISTA NACIONAL			TURISTA EXTRANJERO			TOTAL DEMANDA INSATISFECHA
	DEMANDA ACTUAL	OFERTA ACTUAL	SUBTOTAL	DEMANDA ACTUAL	OFERTA ACTUAL	SUBTOTAL	
<b>0</b>	21414	2740	18674	7991	59	7932	26606
<b>2015</b>	22809	2921	19888	8513	66	8448	28335
<b>2016</b>	24299	3118	21181	9074	77	8997	30177
<b>2017</b>	25898	3341	22557	9684	102	9581	32139
<b>2018</b>	27636	3613	24023	10368	164	10204	34228
<b>2019</b>	29581	3996	25585	11190	323	10868	36453

Se ha realizado la proyección de cada una de estas cifras, partiendo desde el año 2014 (año cero), para los cinco años subsiguientes. Para las diferentes proyecciones realizadas, se ha tomado un promedio del porcentaje del crecimiento del turismo a nivel nacional y mundial estableciéndolo en un 6,5%.

Para su cálculo, se empleó la fórmula de interés compuesto;

$$Co = Cn (1+i)^n$$

Dónde:

Co = Año a proyectar

Cn = Demanda actual: turistas nacionales y extranjeros

I = Incremento de turismo nacional e internacional (6,5%)

N = El año a proyectarse (1–5).

### b) Demanda Potencial

A partir de la de demanda insatisfecha se determinó la demanda potencial, esta se extrajo de la encuesta aplicada, la proporción de turistas encuestados que manifestaron su aceptación por la creación de la ruta turística. Los porcentajes son del 92% y 75% respectivamente.

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA		DEMANDA POTENCIAL		DEMANDA POTENCIAL TOTAL
	Nacional	Extranjero	Nacional (92%)	Extranjero (75%)	
<b>0</b>	18674	7932	17180	5949	23129
<b>2015</b>	8997	8448	18300	6338	24635
<b>2016</b>	21181	8997	19496	6758	26244
<b>2017</b>	22557	9581	20784	7217	27970
<b>2018</b>	24023	10204	22189	7741	29842
<b>2019</b>	25585	10868	23780	8392	31931

### c) Definición del mercado objetivo

Para determinar el mercado se decidió tomar el 20% de la demanda potencial.

AÑO	DEMANDA POTENCIAL			DEMANDA OBJETIVO		DEMANDA OBJETIVO TOTAL
	Nacional	Extranjero	Total	Nacional (2%)	Extranjero (2%)	
<b>0</b>	17180	5949	23129	3436	1190	4626
<b>2015</b>	18300	6338	24635	3662	1270	4927
<b>2016</b>	19496	6758	26244	3907	1360	5249
<b>2017</b>	20784	7217	27970	4182	1468	5594
<b>2018</b>	22189	7741	29842	4508	1618	5968
<b>2019</b>	23780	8392	31931	4949	1872	6386

## 2. Conceptualización de la ruta

### a. **Objetivo**

Motivar la afluencia de los diferentes segmentos de la demanda turística hacia el cantón, estableciendo un producto integral y competitivo que transmita los valores turísticos más relevantes, permita mejorar la oferta y dinamizar el sector a nivel local.

### b. **Características del concepto**

1) **Tópico:** Ecoturismo

2) **Tema:** Los recursos naturales y culturales potenciales del cantón Morona.

### 3) **Descripción:**

La ruta está orientada a la instalación del ecoturismo como modalidad entendiéndose así a todos los elementos inherentes a esta, las áreas naturales, el elemento cultural y social, el enfoque de preservación y conservación del medio ambiente, la inclusión y participación de los actores locales en el mismo. En ella se han identificado y se muestran los sitios, atractivos y aspectos naturales o culturales y otros de tipo complementarios de mayor aptitud turística; que revelan la esencia y características vivenciales del entorno, promuevan el interés de los visitantes y la vez integre los espacios turísticos y su geografía .

La ruta posibilita la realización de varias actividades como senderismo, la observación de flora y fauna, la práctica de deportes de aventura, entre otras, a la vez que se proveen de los servicios y requerimientos de soporte para una estancia más cómoda y placentera del visitante.

La ruta está desarrollada en torno al slogan Morona es naturaleza al límite en medida de captar atención e interés en el visitante de modo que se transfieran y generen el recorrido de la ruta.

#### 4) Identificación y descripción de sitios promisorios

a) Zona 1. Noreste –Noroeste/ Vía de salida al Puyo

Cuadro No. 44. Atractivos turísticos de la zona 1.

ATRATIVOS	UBICACIÓN	ACTIVIDADES	SERVICIOS
<b>CASCADA NUEVA ALIANZA</b>	En la parroquia Sinaí, Comunidad Tres Marías, al término de la carretera inicia el recorrido de una hora y media.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Caminata/ Treking</li> <li>✓ Observación de flora y fauna</li> <li>✓ Observación de aves (Real Nature Travel)</li> <li>✓ Charla interpretativa</li> <li>✓ Fotografía</li> <li>✓ Natación</li> </ul>	En la mayoría de los atractivos citados en los alrededores no se dispone de ningún tipo de servidor turístico. Para acceder a los atractivos se requiere de un guía local.
<b>COMPLEJO ARQUEOLÓGICO WAPULA</b>	Parroquia Sinaí, comunidad de Wapula a unos 21,5 km de la cabecera cantonal.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Reconocimientos de los sitios arqueológicos históricos.</li> </ul>	
<b>COMUNIDAD WAPULA</b>	Parroquia Sinaí, comunidad de Wapula a unos 21,5 km de la cabecera cantonal.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Compartir vivencias con parte de la comunidad shuar.</li> </ul>	
<b>RÍO YUQUIPA</b>	Parroquia de Sevilla Don Bosco, a 14,3 Km de la cabecera cantonal.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Paseos en bote</li> <li>✓ Pesca recreativa</li> <li>✓ Natación</li> </ul>	

## b) Zona 2. Norte del cantón/ Vía Riobamba

Cuadro No.45. Atractivos turísticos de la zona 2.

<b>ATRATIVOS</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>SERVICIOS</b>
<b>LAGUNA NEGRA</b>	Parroquia Zuñac, en la vía que conduce a Riobamba a la altura del kilómetro 68,6.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Caminata/ Treking</li> <li>✓ Observación de flora y fauna</li> <li>✓ Charla interpretativa</li> <li>✓ Fotografía</li> </ul>	En la mayoría de los atractivos citados en los alrededores no se dispone de ningún tipo de servidor turístico.
<b>CASCADAS DE ZUÑAC</b>	Parroquia Zuñac, es paso por la vía Macas-Riobamba.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ciclismo de montaña</li> <li>✓ Observación del paisaje y ecosistema</li> </ul>	
<b>MIRADOR LOMA TIGRILLO</b>	Parroquia 9 de Octubre, a unos 22,5 km de la cabecera cantonal.		
<b>RÍO ABANICO</b>	Parroquia 9 de Octubre. A unos 17,5 km de la cabecera cantonal.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Se combinan varias de las anteriores.</li> </ul>	

## c) Zona 3. Centro cantonal de Morona

Cuadro No.46. Atractivos turísticos de la zona 3.

ATRATIVOS	UBICACIÓN	ACTIVIDADES	SERVICIOS
<b>RÍO UPANO</b>	En la margen derecha de la ciudad de Macas, a 2,9 km de la ciudad de Macas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Rafting</li> <li>✓ Tubing</li> <li>✓ Caminata/ Treking</li> <li>✓ Observación de flora y fauna</li> <li>✓ Charla interpretativa</li> <li>✓ Fotografía</li> </ul>	Se encuentran concentrados la mayoría de establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas, fuentes de soda, etc. muy cerca de cada uno de los atractivos.
<b>CENTRO URBANO DE MACAS</b>	Centro de la ciudad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Compra de artesanías</li> <li>✓ Degustación de comida típica</li> </ul>	
<b>CATEDRAL PURÍSIMA DE MACAS</b>	Centro de la ciudad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Conocimiento historia</li> </ul>	
<b>MIRADOR QUILAMO</b>	Cerro del mismo nombre a un extremo de la ciudad son 5,9 km aproximadamente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Observación de paisaje y ecosistema.</li> </ul>	No existen servidores en los alrededores.

d) Zona 4. Sur del cantón/ vía a Sucúa

Cuadro No.47. Atractivos turísticos de la zona 4.

ATRATIVIVOS	UBICACIÓN	ACTIVIDADES	SERVICIOS
<b>RÍO BLANCO</b>	Al sur del cantón en la parroquia del mismo nombre a 6,86 km de Macas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Caminata/ Treking</li> <li>✓ Observación de flora y fauna</li> <li>✓ Charla interpretativa</li> <li>✓ Fotografía</li> <li>✓ Pesca deportiva</li> </ul>	El Complejo de Paus se encuentra cerca del río cuenta con instalaciones deportivas, peceras, y servicio de alimentación.



### 3. Propuesta de empaquetamiento

#### a. Selección de servicios turísticos

#### 1) Alojamiento

#### a) Cabañas del Valle

Cuadro No. 148. Alojamiento/Cabañas del Valle

<b>CABAÑAS DEL VALLE</b>	
<b>Dirección:</b> Av. 29 de Mayo y Pedro No.	 
<b>Teléfono:</b> 07 2 700 226	
<b>Categoría:</b> Cabañas/Segunda	
<b>Capacidad:</b> 24 pax.	
<b>Precio Ref:</b> \$20 por pax.	
<b>Servicios Complementarios:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Restaurante</li> <li>✓ Salón típico multiuso</li> <li>✓ Piscina</li> <li>✓ Internet banda ancha</li> <li>✓ Garaje</li> <li>✓ Canchas deportivas</li> </ul>	
<b>Descripción:</b> Cómodas cabañas y habitaciones equipadas con baño privado, tv, agua caliente. Habitaciones simples, matrimoniales, dobles, triples, cuádruples y familiares.	

b) **Hostería las Tolitas**

Cuadro No. 49. Alojamiento/ Hostería Las Tolitas

<b>HOSTERÍA LAS TOLITAS</b>	
<b>Dirección:</b>	Km 6 <sup>1</sup> / <sub>2</sub> Vía Macas – San Isidro
<b>Teléfono:</b>	07 2 700 086
<b>Categoría:</b>	Hostería/ Tercera
<b>Capacidad:</b>	12 pax.
<b>Precio Ref:</b>	<b>\$20 por pax.</b>
<b>Servicios Complementarios:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Restaurante</li> <li>✓ Salón de recepciones</li> <li>✓ Piscina</li> <li>✓ Sauna, Turco e Hidromasaje</li> <li>✓ Garaje</li> <li>✓ Canchas deportivas</li> <li>✓ Senderos</li> </ul>
<p>Descripción: Cabaña con cómodas habitaciones llenas de confort, baño privado y agua caliente, con amplias áreas verdes incluye zona de camping.</p>	



c) **Hostal Casa Blanca**

Cuadro No. 50. Alojamiento Hostal Casa Blanca

HOSTAL CASA BLANCA	
<b>Dirección:</b>	Soasti y Sucre
<b>Teléfono:</b>	07 2 700 195
<b>Categoría:</b>	Hostal/ Segunda
<b>Capacidad:</b>	24 pax.
<b>Precio Ref:</b>	\$25 por pax.
<b>Servicios Complementarios:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Restaurante/desayuno incluido</li> <li>✓ Piscina</li> <li>✓ Teléfono</li> <li>✓ Servidor Wifi.</li> <li>✓ Garage</li> </ul>	
<b>Descripción:</b> Cuenta con habitaciones individuales, dobles, triples y dispone de una suite, cada una incluye baño privado, tv cable, uso de las instalaciones como piscina.	



d) **Hotel Heliconia**

Cuadro No. 51. Alojamiento/ Hotel Heliconia

<b>HOTEL HELICONIA</b>	
<b>Dirección:</b>	Soasti y 10 de Agosto
<b>Teléfono:</b>	07 2 701 956
<b>Categoría:</b>	Hotel/ Segunda
<b>Capacidad:</b>	70 pax.
<b>Precio Ref:</b>	\$13 por pax.
<b>Servicios Complementarios:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Restaurante</li> <li>✓ Salón Auditorio</li> <li>✓ Ascensor</li> <li>✓ Servidor Wifi.</li> <li>✓ Garage</li> </ul>	
<b>Descripción:</b> Cuenta con habitaciones individuales, dobles, triples y dispone de una suite, cada una incluye baño privado, tv cable y agua caliente.	



e) **Hostal Don Humbert**

Cuadro No. 52. Alojamiento/ Hostal Don Humbert

<b>HOSTAL DON HUMBERT</b>	
<b>Dirección:</b>	Amazonas y Sucre
<b>Teléfono:</b>	07 2 700 144
<b>Categoría:</b>	Hostal/ Segunda
<b>Capacidad:</b>	30 pax.
<b>Precio Ref:</b>	\$12 por pax.
<b>Servicios Complementarios:</b>	<div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;">  </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Internet banda ancha</li> <li>✓ Garage</li> </ul>
<b>Descripción:</b> Cuenta con habitaciones, dobles, triples y quintuples, cada una incluye baño privado, tv cable y agua caliente.	

2) **Alimentación**a) **Rincón del Sabor**

Cuadro No. 53. Alimentación / Rincón del sabor

<b>RINCON DEL SABOR</b>	
<b>Dirección:</b>	Amazonas y Sucre
<b>Teléfono:</b>	07 2 700 533
<b>Categoría:</b>	Restaurante/Tercera
<b>Capacidad:</b>	36 pax.
<b>Precio Ref:</b>	\$2,50
<b>Descripción:</b>	<p>Ofrece desayunos, almuerzos, meriendas de un variado y completo menú propio gastronomía nacional. Además de platos a la carta. Banquetes y servicios externos bajo pedido.</p>
	

b) **El Cafetal**

Cuadro No. 54. Alimentación/El Cafetal

<b>EL CAFETAL</b>	
<b>Dirección:</b>	Soasti y 5 de Agosto
<b>Teléfono:</b>	07 2 703 547
<b>Categoría:</b>	Restaurante/Tercera
<b>Capacidad:</b>	56 pax.
<b>Precio Ref:</b>	\$2,50
<b>Descripción:</b>	<p>Ofrece desayunos, almuerzos, meriendas de un variado y completo menú propio gastronomía nacional. Además de platos a la carta. Banquetes y servicios externos bajo pedido.</p>
	

### 3) Transporte

#### a) Cooperativa Macas Ltda.

Cuadro No. 55. Transporte/ Coop. Macas Ltda.

COOPERATIVA MACAS LTDA.	
<b>Dirección:</b> Terrestre	Terminal
<b>Teléfono:</b>	07 2 700 869
<b>Categoría:</b> Interparroquial.	Bus/ Interprovincial
<b>Tipo de servicio:</b>	Público
<b>Descripción:</b>  Turnos y frecuencias a nivel interprovincial, intercantonal e interparroquial como San Isidro, Sevilla, Cuhaenthza, Sinaí, etc.	

#### b) Compañía de Transporte Trujama

Cuadro No. 56. Transporte/ Compañía Trujama

COMPAÑÍA DE TRANS. TRUJAMA	
<b>Dirección:</b>	Terminal Soasti
<b>Teléfono:</b>	07 2 704 166
<b>Categoría:</b> /Interparroquial	Bus/ Urbano
<b>Tipo de servicio:</b>	Público
<b>Descripción:</b>  Recorridos periódicos dentro de la ciudad y de las parroquias Proaño Y Río Blanco. Turnos a algunas comunidades del cantón.	

c) **Compañía Transporte Cutucú**

Cuadro No. 57. Transporte/ Compañía Cutucú

COMPAÑÍA DE TRANS. CUTUCU	
<b>Dirección:</b>	Amazonas
<b>Teléfono:</b>	07 2 702 591
<b>Categoría:</b>	Bus/ Interparroquial
<b>Tipo de servicio:</b>	Público
<b>Descripción:</b>	

d) **Transportes Rayo de Luna**

Cuadro No.58. Transporte/ Compañía Rayo de Luna

TRANSPORTES RAYO DE LUNA	
<b>Dirección:</b>	Domingo Comín y Guamote
<b>Teléfono:</b>	07 2 702 662
<b>Categoría:</b>	Bus/ Interparroquial
<b>Tipo de servicio:</b>	Público
<b>Descripción:</b>	

e) **Cooperativas de Taxis**

Cuadro No. 59. Transporte/ Cooperativas de taxi

<b>COOPERATIVAS DE TAXIS</b>	
<b>Dirección:</b> Varios puntos de la ciudad.	
<b>Teléfono:</b> 07 2 700 869	
<b>Categoría:</b> Camioneta/ auto	
<b>Tipo de servicio:</b> Privado	
<b>Descripción:</b>  Cooperativas varias como: 10 de agosto, 29 de mayo, Oro y Canela, Sangay, taxtermac, entre otros.	

b. **Presentación técnica y comercial del paquete**

La ficha que se presenta a continuación reúne todos los parámetros técnicos de un paquete turístico, además que cumple con el desarrollo sistemático y funcional de los procesos para determinar su características particulares, así se le han asignado las categorías correspondientes a cada una de las propuestas, se han programado cada una de las actividades y finalmente se han definido los aspectos del producto turístico planteado de acuerdo a los criterios previamente establecidos.

## 1) Paquete No.1

Cuadro No. 60. Paquete No.1 "Aventura Verde"

Denominación: AVENTURA VERDE		
<b>Código:</b> MRE 001	<b>Carácter:</b> Naturaleza, Aventura y cultura.	<b>Estilo:</b> Trekking
<b>Duración:</b> 2 DÍAS	<b>Idioma:</b> ESPAÑOL /INGLÉS	<b>Dificultad:</b> MODERADO
<b>Recorrido:</b> QUINTA COOPERATIVA, NUEVA ALIANZA, WAPULA, MACAS.		
ITINERARIO TECNICO		
	Hora:	Actividad
<b>Día 1</b>	07H30	Salida desde Macas hacia la Comunidad 5ta Cooperativa. (vehículo contratado)
	08H30	Inicio del sendero hacia la Cascada Nueva Alianza. -Caminata e interpretación del sitio.
	09H30	Refrigerio. Descanso
	10H30	Arribo a las Cascadas Nueva Alianza. - Baño, observación del paisaje, fotografía e interpretación.
	12H00	Retorno a la comunidad
	13H00	Almuerzo en la comunidad/ Almuerzo frio
	14H00	Salida a la comunidad de Wapula
	14H30	Visita al Complejo Arqueológico Wapula. -Caminata e interpretación del sitio.
	16H00	Retorno a la ciudad de Macas.
	18H00	Visita al cerro Quilamo. -Observación del paisaje y fotografía.
	19H00	Cena (Pasaje Domingo Comín)
<b>Día 2</b>	07H00	Salida desde Macas a la Parroquia Zuñac.
	8H00	Arribo a la Laguna Negra (Límite provincial). -Observación del paisaje y fotografía.
	08H30	Descenso en bicicleta. Paradas durante el recorrido: Cascadas de Zuñac, Mirador Loma El Tiguello, Río Abanico, Jurumbaino.
	11H00	Box lunch.
	15H00	Arribo a la ciudad de Macas
	15H30	Almuerzo Tradicional
16H30	Despedida y fin del servicio.	

## DESCRIPCIÓN

Al primer contacto con los visitantes se les recibirá dándoles la bienvenida, una breve explicación introductoria donde se describe el rumbo y recorrido, acotando algunas observaciones y precauciones en relación al mismo.

Primeramente nos trasladaremos en vehículo particular hasta la comunidad Quinta Cooperativa, desde la comunidad tomaremos el camino que conduce a las cascadas, la caminata se prolonga por unas dos horas aproximadamente según el ritmo, durante el paso es posible admirar el paisaje exuberante y selvático prácticamente intacto, propio del bosque húmedo tropical y conocer algunas peculiaridades de él. Una vez que hemos arribado a las cascadas estas nos ofrecen una vista majestuosa y una vivencia refrescante tras la caminata; podemos disfrutar de un baño y la toma de numerosas postales.

Emprenderemos nuestro retorno hasta la comunidad donde tomaremos un pequeño descanso, para reforzar energías se degustará de un nutritivo almuerzo frío como parte de la excursión. Posteriormente nos dirigiremos de regreso hasta la Comunidad de Wapula, allí recorreremos el complejo arqueológico, apreciar las tolas que se encuentran en el sitio y conocer algo sobre la cultura Upano que se asentó en este lugar en épocas pasadas.

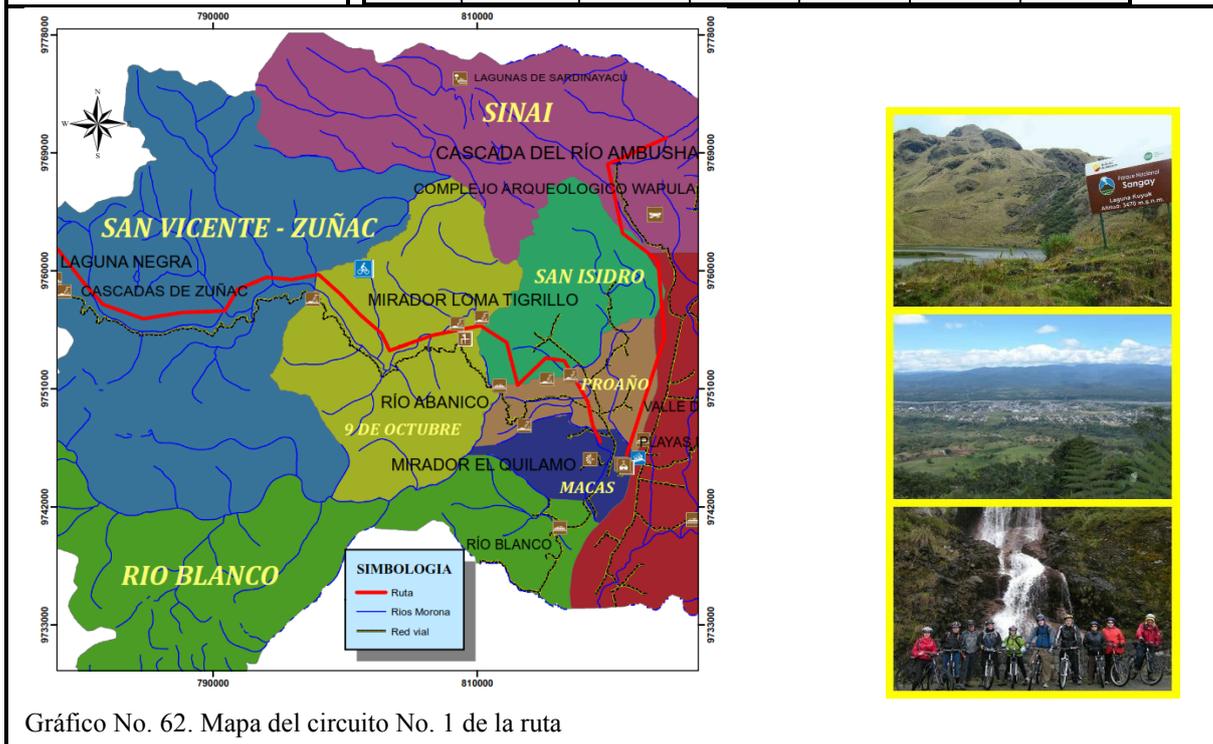
Concluida esta actividad se volverá hasta el centro cantonal de Macas, después de un descanso, realizaremos una corta visita al Cerro Quilamo, ubicado estratégicamente, este mirador muestra panorámicamente toda la ciudad. La jornada termina con una cena en el Pasaje Domingo Comín muy tradicional por sus carnes asadas.

El siguiente día a primeras horas de la mañana, nos trasladaremos llevando las bicicletas y otros equipos hacia Zuñac. Arribaremos hasta la laguna Negra contraste ecosistémico del cantón, en donde empieza nuestro descenso y paseo en bici, a lo largo del recorrido se realizarán varias paradas para observar el paisaje, box lunch y fotografías, entre ellas están contempladas las cascadas, el mirador Loma Tiguello, río Abanico y Jurumbaino.

Ya para la tarde estaremos nuevamente en la ciudad de Macas, allí luego de un pequeño descanso se ha previsto un almuerzo muy típico de la localidad, podrá degustar de la gastronomía y posteriormente la despedida dando de esta manera por finalizado el tour.

<b>Requerimientos para la visita</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Indumentaria adecuada para clima cálido húmedo, equipo para ciclismo, ropa de baño, gorra, botas de caucho.</li> <li>▪ Protección solar, repelente.</li> </ul>
<b>Normativas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ No desviarse del sendero</li> <li>▪ No arrojar basura en los sitios visitados</li> <li>▪ No recolectar plantas y otros especímenes animales.</li> </ul>

<b>Incluye</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Transporte</li> <li>▪ Alimentación</li> <li>▪ Hospedaje</li> <li>▪ Guía</li> <li>▪ Alquiler de bicicletas</li> </ul>						
<b>PRECIO</b>	<b>NO.</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>10</b>
	<b>PVP</b>	<b>331,19</b>	<b>396,53</b>	<b>527,21</b>	<b>657,89</b>	<b>788,57</b>	<b>919,25</b>
	Valor PAX.	331,19	198,26	131,80	109,65	98,57	91,92



## 2) Paquete No. 2

Cuadro No. 61. Paquete No. 2 "Extrema adrenalina"

Denominación: EXTREMA ADRENALINA		
<b>Código:</b> MRE 002	<b>Carácter:</b> Naturaleza, y Aventura.	<b>Estilo:</b> Trekking, rafting.
<b>Duración:</b> 2 DÍAS	<b>Idioma:</b> ESPAÑOL /INGLÉS	<b>Dificultad:</b> ALTA
<b>Recorrido:</b> QUINTA COOPERATIVA, NUEVA ALIANZA, SANTA ROSA, MACAS.		
ITINERARIO TECNICO		
	Hora:	Actividad
<b>Día 1</b>	06H30	Salida desde Macas hacia la Comunidad Nueva Alianza.
	07H30	Inicio del sendero hacia el complejo lacustre de Sardinayacu. -Caminata e interpretación del sitio.
	10H00	Box lunch. Descanso.
	12H30	Arribo al tercer refugio de PNS, cerca la laguna de Cormorán. -Observación de paisaje y fotografía.
	13H00	Almuerzo frío.
	14H00	-Natación y pesca deportiva. -Observación de flora y fauna e interpretación.
	15H30	Charla instructiva y armado de carpas.
	16H00	Preparación de alimentos
	18H00	Recorrido por el lugar.
	19H00	Cena Campestre
20h00	Fogata y descanso.	
<b>Día 2</b>	06H30	Retorno a la ciudad de Macas. -Caminata y transporte
	11H00	Arribo a la ciudad. Box lunch.
	11h30	Traslado hacia el río Upano. -Equipos y charla técnica.
	12H00	Regata por los rápidos del río Upano. -Práctica de rafting.
	15H00	Retorno al centro de la ciudad.
	15H30	Almuerzo Tradicional
	16H30	Despedida y fin del servicio.

## DESCRIPCIÓN

Una vez dada la bienvenida y tras una breve introducción sobre la el recorrido y normativas para el desarrollo de las diferentes actividades, desde Macas nos dirigiremos hasta la comunidad Nueva Alianza, último punto poblado en la zona de amortiguamiento del PNS.

Allí emprenderemos nuestra jornada de senderismo rumbo al complejo de lagunas Sardinayacu, es un sendero de aproximadamente siete kilómetros, se encuentran cinco hermosas lagunas ubicadas contiguamente una de otra. Arribaremos hasta el último refugio del parque, aquí podremos disfrutar del paisaje, observar de la variada flora y fauna del sector, uno de los lugares de mayor riqueza debido a sus características ecológicas y geográficas.

Prepararemos el sitio y los equipos para la acampada, se desarrollaran varias actividades como natación, pesca recreativ, preparación de alimentos y una caminata al atardecer es idónea para la observación de aves. Entre las principales especies se menciona las tangaras, tucanes, garzas, gavilanes, gallitos de las rocas, colibríes y cormoranes.

Concluyendo esta experiencia a luz de una ardiente fogata y el deleite de una sabrosa cena campestre.

A la mañana siguiente, muy temprano reanudaremos la caminata y el regreso a la ciudad. Esta nos espera para dar paso a la siguiente actividad, previo un refrigerio fortificante el punto de encuentro es el caudaloso río Upano, con la adrenalina en su máximo indicador se recorre y practica del rafting en uno de los ríos con rápidos de hasta nivel tres.

Aguas abajo habrá concluido el trayecto y nos dispondremos a culminar la jornada con un merecido almuerzo de toque tradicional en el centro de la ciudad.

<b>Requerimientos para la visita</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Indumentaria adecuada para las actividades, gorra, botas de caucho, zapatos de tela.</li> <li>▪ Protección solar, repelente.</li> <li>▪ Requiere de un guía especializado en rafting.</li> <li>▪ Cancelar tasa de ingreso en las oficinas del PNS.</li> <li>▪ Para acceder a la zona, es indispensable de un guía local o guardaparque. (Facilita el PNS grupos de 10 en adelante).</li> </ul>
<b>Normativas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ No desviarse del sendero</li> <li>▪ No arrojar basura en los sitios visitados</li> <li>▪ No recolectar plantas y otros especímenes animales.</li> </ul>
<b>Incluye</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Transporte</li> <li>▪ Alimentación</li> <li>▪ Hospedaje</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Alquiler de equipos</li> <li>▪ Guía</li> </ul>						
<b>PRECIO</b>	<b>NO.</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>10</b>
	<b>PVP</b>	<b>278,39</b>	<b>317,33</b>	<b>395,21</b>	<b>473,09</b>	<b>550,97</b>	<b>628,85</b>
	Valor PAX.	278,39	158,66	98,80	78,85	68,87	62,88



Gráfico No. 63. Mapa del circuito No.2 de la ruta

## 3) Paquete No. 3.

Cuadro No. 62. Paquete No.3

Denominación: RELAX PARADISIACO		
<b>Código:</b> MRE 003	<b>Carácter:</b> Naturaleza, y Cultura.	<b>Estilo:</b> Trekking,
<b>Duración:</b> 2 DÍAS	<b>Idioma:</b> ESPAÑOL /INGLÉS	<b>Dificultad:</b> BAJA
<b>Recorrido:</b> SEVILLA, ANGEL ROOBY, GUADALUPE, SAN LUIS, PROAÑO, HUACHO, MACAS.		
ITINERARIO TECNICO		
	Hora:	Actividad
<b>Día 1</b>	08H00	Desayuno.
	09H00	Salida desde Macas a la comunidad de San Luis de Ininkis. Sector San Vicente.
	10H00	Arribo al río Yuquipa. - Navegación en canoa y fotografía.
	11H30	Visita a la Cabaña Ecológica Nantar. Proyecto comunitario shuar. - Senderismo y artesanías.
	13H00	Almuerzo comunitario.
	14H00	Retorno y traslado a Rancho Fátima.
	15H00	Visita al zoológico de especies amazónicas, finca integral de cultivos.
	16H30	Retorno a la ciudad de Macas.
	17H00	Recorrido por Centro urbano de Macas, Catedral Purísima de Macas, Mirador. City tour.
	19H00	Cena
	20h00	Descanso
	<b>Día 2</b>	08H00
09H00		Visita al Centro Cultural Municipal del cantón Morona. -Museo.
10H30		Salida a Río Blanco.
11H00		Arribo a Río Blanco. -Baño y observación del paisaje
12H00		Visita al Complejo Recreacional Paus. -Pesca deportiva.
14H00		Almuerzo en Paus.
15H00		Despedida y fin del servicio.

## DESCRIPCIÓN

Con una breve introducción sobre el recorrido se dará la bienvenida a los visitantes iniciando la jornada con un apetitoso desayuno.

El primer punto contemplado en la ruta es el río Yuquipa, para ello nos trasladaremos hasta la comunidad de San Luis de Ininkis; vía a Sevilla, en el sector de San Vicente haremos nuestra parada, aquí se encuentra un cuerpo de agua muy vistoso, el río es apto para la navegación por lo que es posible disfrutar de un paseo en canoa y la vez admirar del paisaje boscoso, sintiéndonos inmersos en él. Es propicio estampar algunos recuerdos de este escenario natural.

Adyacente al río también se encuentra las Cabañas Ecológicas Nantar, una iniciativa comunitaria que reúne varios miembros de la nacionalidad shuar de este sector, apreciaremos un poco de la cultura y sus tradiciones más significativas como construcción de la vivienda típica, producción local y artesanías entre otros rasgos interesantes de su identidad.

Habiéndonos servido el almuerzo habremos concluido la visita, de inmediato nos dirigiremos en sentido norte rumbo a Rancho Fátima, este es un zoológico privado que alberga varias especies muy representativas de la Amazonía ecuatoriana. A la par cuenta con una finca integral de cultivos orgánicos además que se enfocan sus programas en la recuperación de flora y fauna nativa.

Para terminar la tarde realizaremos un city tour por el centro urbano de Macas, conociendo la catedral de la Purísima, parques y miradores.

Al día siguiente profundizaremos este aspecto con la visita al centro Cultural Municipal, aquí está el museo que revela las historias y características más peculiares del vivir a través de los años de las culturas macabea y shuar asentadas en este cantón.

Más tarde, arribaremos hasta río Blanco, contiguo a este se encuentra el centro recreativo de Paus, el objetivo es practicar y entretenerse con la pesca deportiva que ofrece el lugar. Se prevé el almuerzo en el mismo sitio para de este modo dar por terminado con el tour.

<b>Requerimientos para la visita</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Indumentaria adecuada para clima cálido, gorra, zapatos cómodos.</li> <li>▪ Protección solar, repelente.</li> </ul>
<b>Normativas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ No arrojar basura en los sitios visitados</li> <li>▪ No recolectar plantas y otros especímenes animales.</li> </ul>
<b>Incluye</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Transporte</li> <li>▪ Alimentación</li> <li>▪ Hospedaje</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Entradas a sitios</li> <li>▪ Guía</li> </ul>						
<b>PRECIO</b>	<b>NO.</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>10</b>
	<b>PVP</b>	<b>314,03</b>	<b>362,21</b>	<b>458,57</b>	<b>554,93</b>	<b>651,29</b>	<b>747,65</b>
	Valor PAX.	314,03	181,10	114,64	92,49	81,91	74,76



Gráfico No. 64. Mapa del circuito No.3 de la ruta

**c. Análisis de costos**

**1) Costos paquete No.1 “Aventura Verde”**

Cuadro No. 63. Costos paquete No.1

DETALLE	CANT.	UNIDAD	PRECIO U.	TOTAL	RANGOS POR PAX									
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Costos Generales</b>														
Transporte	2	Díario	70,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00
Guía Nacional	2	Díario	20,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
Suplemento guía	4	c/u	2,50	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Suplemento chofer	4	c/u	2,50	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Extras (1% Transporte)	1	-	0,70	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40
<b>Total Costos Generales</b>			95,70	201,40	201,40	201,40	201,40	201,40	201,40	201,40	201,40	201,40	201,40	201,40
<b>Costos Individuales</b>														
<b>Alimentación</b>														
Almuerzo	1	c/u	2,50	2,50	2,50	5,00	7,50	10,00	12,50	15,00	17,50	20,00	22,50	25,00
Almuerzo Tradicional	1	c/u	4,00	4,00	4,00	8,00	12,00	16,00	20,00	24,00	28,00	32,00	36,00	40,00
Refrigerio	2	c/u	2,00	4,00	4,00	8,00	12,00	16,00	20,00	24,00	28,00	32,00	36,00	40,00
Cena	1	c/u	4,00	4,00	4,00	8,00	12,00	16,00	20,00	24,00	28,00	32,00	36,00	40,00
<b>Hospedaje</b>														
Habitación	1	Noche	20,00	20,00	20,00	40,00	60,00	80,00	100,00	120,00	140,00	160,00	180,00	200,00
Alquiler de bicicletas	1	c/u	15,00	15,00	15,00	30,00	45,00	60,00	75,00	90,00	105,00	120,00	135,00	150,00
<b>Total Costos Individuales</b>					49,50	99,00	148,50	198,00	247,50	297,00	346,50	396,00	445,50	495,00
<b>Total Costos Generales</b>					201,40	201,40	201,40	201,40	201,40	201,40	201,40	201,40	201,40	201,40
<b>Total Costos Individuales</b>					49,50	99,00	148,50	198,00	247,50	297,00	346,50	396,00	445,50	495,00
<b>Total Costos</b>					250,90	300,40	349,90	399,40	448,90	498,40	547,90	597,40	646,90	696,40

DETALLE	CANT.	UNIDAD	PRECIO U.	TOTAL	RANGOS POR PAX									
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gastos Administrativos 10%					25,09	30,04	34,99	39,94	44,89	49,84	54,79	59,74	64,69	69,64
<b>Precio Neto</b>					275,99	330,44	384,89	439,34	493,79	548,24	602,69	657,14	711,59	766,04
Rango margen Utilidad 20%					55,20	66,09	76,98	87,87	98,76	109,65	120,54	131,43	142,32	153,21
<b>PVP</b>					331,19	396,53	461,87	527,21	592,55	657,89	723,23	788,57	853,91	919,25
Valor correspondiente por pax					<b>331,2</b>	<b>198,3</b>	<b>154</b>	<b>131,8</b>	<b>118,5</b>	<b>109,6</b>	<b>103,3</b>	<b>98,57</b>	<b>94,9</b>	<b>91,925</b>

2) **Costos paquete No.2 “Adrelina Extrema”**

Cuadro No. 64. Costos paquete No.2

DETALLE	CANT.	UNIDAD	PRECIO U.	TOTAL	RANGOS POR PAX									
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Costos Generales</b>														
Transporte	2	Díario	70,00		140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00
Guía Nacional	1	Díario	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Suplemento guía	4	c/u	2,50	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Suplemento chofer	4	c/u	2,50	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Extras (1% Transporte)	1	-	0,70	0,00	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40
<b>Total Costos Generales</b>			95,70	40,00	181,40	181,40	181,40	181,40	181,40	181,40	181,40	181,40	181,40	181,40
<b>Costos Individuales</b>														
<b>Alimentación</b>														
Almuerzo	1	c/u	2,50	2,50	2,50	5,00	7,50	10,00	12,50	15,00	17,50	20,00	22,50	25,00
Almuerzo Tradicional	1	c/u	4,00	4,00	4,00	8,00	12,00	16,00	20,00	24,00	28,00	32,00	36,00	40,00
Refrigerio	2	c/u	2,00	4,00	4,00	8,00	12,00	16,00	20,00	24,00	28,00	32,00	36,00	40,00
Cena	1	c/u	4,00	4,00	4,00	8,00	12,00	16,00	20,00	24,00	28,00	32,00	36,00	40,00
<b>Otros</b>														
Alquiler de equipos de rafting	1	c/u	15,00	15,00	15,00	30,00	45,00	60,00	75,00	90,00	105,00	120,00	135,00	150,00
<b>Total Costos Individuales</b>					29,50	59,00	88,50	118,00	147,50	177,00	206,50	236,00	265,50	295,00
Total Costos Generales					181,40	181,40	181,40	181,40	181,40	181,40	181,40	181,40	181,40	181,40
Total Costos Individuales					29,50	59,00	88,50	118,00	147,50	177,00	206,50	236,00	265,50	295,00
<b>Total Costos</b>					210,90	240,40	269,90	299,40	328,90	358,40	387,90	417,40	446,90	476,40
Gastos Administrativos 10%					21,09	24,04	26,99	29,94	32,89	35,84	38,79	41,74	44,69	47,64
<b>Precio Neto</b>					231,99	264,44	296,89	329,34	361,79	394,24	426,69	459,14	491,59	524,04
Margen Rango Utilidad					46,40	52,89	59,38	65,87	72,36	78,85	85,34	91,83	98,32	104,81
<b>PVP</b>					278,39	317,33	356,27	395,21	434,15	473,09	512,03	550,97	589,91	628,85
Valor correspondiente por pax.					278,39	158,66	118,76	98,80	86,83	78,85	73,15	68,87	65,55	62,88

### 3) Costos Paquete No.3 “Naturaleza Paradisiaca”

Cuadro No. 65. Costes paquete No.3

DETALLE	CANT.	UNIDAD	PRECIO U.	TOTAL	RANGOS POR PAX									
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Costos Generales</b>														
Transporte	2	Díario	70,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00
Guía Nacional	2	Díario	20,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
Suplemento guía	4	c/u	2,50	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Suplemento chofer	4	c/u	2,50	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Extras (1% Transporte)	1	-	0,70	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40	1,40
<b>Total Costos Generales</b>			95,70	201,40	201,40	201,40	201,40	201,40	201,40	201,40	201,40	201,40	201,40	201,40
<b>Costos Individuales</b>														
<b>Alimentación</b>														
Desayuno	2	c/u	2,50	2,50	2,50	5,00	7,50	10,00	12,50	15,00	17,50	20,00	22,50	25,00
Almuerzo	1	c/u	2,50	2,50	2,50	5,00	7,50	10,00	12,50	15,00	17,50	20,00	22,50	25,00
Almuerzo en Paus/Pesca	1	c/u	5,00	5,00	5,00	10,00	15,00	20,00	25,00	30,00	35,00	40,00	45,00	50,00
Cena	1	c/u	4,00	4,00	4,00	8,00	12,00	16,00	20,00	24,00	28,00	32,00	36,00	40,00
<b>Hospedaje</b>														
Habitación	1	Noche	20,00	20,00	20,00	40,00	60,00	80,00	100,00	120,00	140,00	160,00	180,00	200,00
Entrada a Zoológico	1	c/u	2,50	2,50	2,50	5,00	7,50	10,00	12,50	15,00	17,50	20,00	22,50	25,00
<b>Total Costos Individuales</b>					36,50	73,00	109,50	146,00	182,50	219,00	255,50	292,00	328,50	365,00
Total Costos Generales					201,40	201,40	201,40	201,40	201,40	201,40	201,40	201,40	201,40	201,40
Total Costos Individuales					36,50	73,00	109,50	146,00	182,50	219,00	255,50	292,00	328,50	365,00
<b>Total Costos</b>					237,90	274,40	310,90	347,40	383,90	420,40	456,90	493,40	529,90	566,40
Gastos Administrativos 10%					23,79	27,44	31,09	34,74	38,39	42,04	45,69	49,34	52,99	56,64
<b>Precio Neto</b>					261,69	301,84	341,99	382,14	422,29	462,44	502,59	542,74	582,89	623,04
Margen Rango Utilidad 20%					52,34	60,37	68,40	76,43	84,46	92,49	100,52	108,55	116,58	124,61
<b>PVP</b>					314,03	362,21	410,39	458,57	506,75	554,93	603,11	651,29	699,47	747,65
Valor correspondiente por pax.					314,03	181,10	136,80	114,64	101,35	92,49	86,16	81,41	77,72	74,76

#### 4. Requerimientos de operación de la ruta

##### a. Definición de la imagen turística

Para manejar es aspecto de difusión de la ruta turística Morona es necesario determinar la marca turística, la que permitirá la identificación de la misma y del reconocimiento para su difusión y de esta manera cumplir con los objetivos principales para los cuales fue creada.

##### 1) Slogan

Es naturaleza al Límite

##### 2) Iconografía de la marca



**b. Propuesta de Capacitación turística**

**1) Módulo No.1**

Cuadro No. 66. Módulo No.1

<i>AREA:</i> Ecoturismo		<i>TEMA:</i> Interpretación del Entorno Natural		<i>No. DE TALLERES:</i> 2	
<b>OBJETIVO:</b> Instruir al personal que ofrece servicios de guía en la localidad a fin de garantizar una mejora en la calidad del mismo.			<b>AUDIENCIA:</b> Guías locales de Turismo, Interesados en la actividad.		
DESTREZAS	CONTENIDOS	METODOLOGÍA	RECURSOS	EVALUACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Crear dominio de los temáticas básicas del ecoturismo aquí desarrolladas y que se encuentran estrechamente vinculadas a su ejercicio cotidiano.</li> <li>▪ Generar el interés y la motivación necesarios por la construcción y ampliación de nuevos conocimientos.</li> </ul>	1) ECOTURISMO <ul style="list-style-type: none"> <li>- Introducción al ecoturismo</li> <li>- Desarrollo del concepto.</li> <li>- Ecoturismo y educación ambiental</li> </ul> 2) NORMATIVA ECUATORIANA VIGENTE <ul style="list-style-type: none"> <li>- Licencias guías de turismo/ Nacional-Nativo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dinámica</li> <li>▪ Lluvia de ideas/ Conversatorio</li> <li>▪ Conferencia /Exposición de diapositivas</li> <li>▪ Exhibición de video</li> <li>▪ Estudios de caso y plenaria</li> </ul>	1) HUMANO <ul style="list-style-type: none"> <li>- Facilitador</li> <li>- Participantes</li> </ul> 2) DIDÁCTICOS <ul style="list-style-type: none"> <li>- Infocus</li> <li>- Pizarra</li> <li>- Papelotes</li> <li>- Marcadores</li> <li>- Computadoras</li> <li>- Tarjetas</li> <li>- Diapositivas</li> </ul>	1) De los participantes: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tareas extras</li> <li>- Exposición grupal</li> </ul> 2) Del taller: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Registro de asistencia</li> </ul>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dotar de los instrumentos y técnicas idóneas para la puesta en práctica de sus tareas más frecuentes.</li> <li>▪ Permitir un desempeño desenvuelto y seguro en el desarrollo de sus actividades con los turistas.</li> </ul>	<p>3) GUÍA TURISTICO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipología de guías</li> <li>- Funciones del guía</li> <li>- Manejo de riesgos.</li> </ul> <p>4) LA INTERPRETACIÓN AMBIENTAL</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué es la Interpretación Ambiental?</li> <li>- Beneficios de la Interpretación</li> <li>- Técnicas interpretativas</li> <li>- Charla interpretativa</li> <li>- Planeación y estructura de la charla.</li> <li>- ¿Cómo hablar en público?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Trabajo grupal/ Dramatizado</li> <li>▪ Retroalimentación</li> <li>▪ Visita de campo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Copias de lecturas</li> <li>- Carpetas</li> <li>- Hojas</li> <li>-</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hoja de calificación</li> </ul>
---	---	---	--	--

3) **Módulo No. 2**

Cuadro No. 67. Módulo No. 2

<i>AREA:</i> <b>Ecoturismo</b>		<i>TEMA:</i> <b>Desarrollo Deportes de Aventura y Excursionismo</b>		<i>No. DE TALLERES:</i> <b>3</b>	
<b>OBJETIVO:</b> Instruir al personal que ofrece servicios de guía en deportes extremos en la localidad a fin de garantizar una mejora en la calidad del servicio.			<b>AUDIENCIA:</b> Guías locales de Turismo, Interesados en la actividad.		
<b>DESTREZAS</b>	<b>CONTENIDOS</b>	<b>METODOLOGÍA</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>EVALUACIÓN</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Generar una visión clara y conocimiento específico de las temáticas vinculadas al ejercicio de sus actividades.</li> <li>▪ Motivar la preparación y formación continua; consiente de las implicaciones del desarrollo de su actividad.</li> <li>▪ Sepa seguir en la práctica de su ejercicio las técnicas y los procedimientos correctos en cuanto al uso</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) <b>NORMATIVA ECUATORIANA VIGENTE</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Licencias guías de turismo/ especializado</li> </ul> </li> <li>2) <b>GUÍA TURISTICO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipología de guías</li> <li>- Funciones del guía</li> </ul> </li> <li>3) <b>LOS DEPORTES DE AVENTURA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué es el turismo de aventura?</li> <li>- ¿Cuáles son?</li> </ul> </li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dinámica</li> <li>▪ Lectura comprensiva</li> <li>▪ Conferencia /Exposición de diapositivas</li> <li>▪ Exhibición de video</li> <li>▪ Estudios de caso y plenaria</li> <li>▪ Trabajo grupal/ Dramatizado</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>4) <b>HUMANO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Facilitador</li> <li>- Participantes</li> </ul> </li> <li>5) <b>DIDÁCTICOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Infocus</li> <li>- Pizarra</li> <li>- Papelotes</li> <li>- Marcadores</li> <li>- Computadoras</li> <li>- Tarjetas</li> <li>- Esferos</li> <li>- Carpetas</li> <li>- CD's</li> </ul> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) De los participantes:</li> <li>2) <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tareas extras</li> <li>- Exposición grupal</li> </ul> </li> <li>3) Del taller: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Registro de asistencia</li> <li>- Hoja de calificación</li> </ul> </li> </ol>	

<p>y mantenimientos de los equipos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Capacidad para evaluar situaciones de riesgo y cómo afrontarlas en los diferentes casos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uso y mantenimiento de equipos</li> <li>- Prevención de accidentes y evaluación de riesgos.</li> <li>- Primeros auxilios</li> </ul> <p>4) EXCURSIONISMO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Introducción al excursionismo</li> <li>- Campismo</li> <li>- Técnicas básicas de supervivencia.</li> <li>- Uso de mapas y brújula</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Retroalimentación</li> <li>▪ Demostración práctica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diapositivas</li> </ul>	
--	--	--	--	--

4) **Modulo No 3.**

Cuadro No. 68. Módulo No.3

<i>AREA:</i> <b>Ecoturismo</b>		<i>TEMA:</i> <b>Hospitalidad y calidad del servicio</b>		<i>DURACIÓN:</i> <b>3 días</b>	
<b>OBJETIVO:</b> Instruir al personal que labora en los diferentes establecimientos servidores turísticos en la localidad a fin de garantizar una mejora en la atención al cliente.			<b>AUDIENCIA:</b> Personal que trabaja en los diferentes establecimientos de alojamiento, alimentación, diversión u otros en la localidad.		
<b>DESTREZAS</b>	<b>CONTENIDOS</b>	<b>METODOLOGÍA</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>EVALUACIÓN</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Generar conocimiento general sobre el tema y su relación con las propias competencias laborales.</li> <li>▪ Motivar su buen desempeño laboral.</li> <li>▪ Capaz de mantener un trato cordial y amable, un diálogo oportuno y eficaz acorde a los principios de hospitalidad impartidos.</li> <li>▪ Llevar adecuadamente bajo las especificaciones</li> </ul>	1) <b>NORMATIVA ECUATORIANA VIGENTE</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reglamento General de actividades turísticas</li> </ul> 2) <b>HOSPITALIDAD</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Servicio, Calidad, y calidez.</li> <li>- Satisfacción del cliente</li> <li>- Comunicación efectiva</li> </ul> 3) <b>OPERATIVIDAD ALOJAMIENTO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dinámica</li> <li>▪ Lectura comprensiva</li> <li>▪ Conferencia /Exposición de diapositivitas</li> <li>▪ Exhibición de video</li> <li>▪ Estudios de caso y plenaria</li> <li>▪ Trabajo grupal/ Dramatizado</li> </ul>	6) <b>HUMANO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Facilitador</li> <li>- Participantes</li> </ul> 7) <b>DIDÁCTICOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Infocus</li> <li>- Pizarra</li> <li>- Papelotes</li> <li>- Marcadores</li> <li>- Computadoras</li> <li>- Tarjetas</li> <li>- Esferos</li> <li>- Carpetas</li> </ul>	5) De los participantes: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tareas extras</li> <li>- Exposición grupal</li> </ul> 6) Del taller: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Registro de asistencia</li> <li>- Hoja de calificación</li> </ul>	

<p>técnicas a modo de facilitar el desarrollo óptimo de sus operaciones diarias.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Crear conciencia sobre la importancia primordial de su papel como enlace en la cadena del valor para el turismo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recepcionista polivalente</li> <li>- Camarero de pisos</li> </ul> <p>4) OPERATIVIDAD ALIMENTACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesero Polivalente</li> <li>- Cocinero Polivalente</li> <li>- Seguridad alimentaria</li> <li>- Higiene</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Retroalimentación</li> <li>▪ Demostración práctica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- CD's</li> <li>- Diapositivas</li> <li>- Equipos e indumentaria.</li> </ul>	
---	---	--	---	--

### **c. Señalización turística**

Para una operación eficiente de la ruta eco turística del cantón Morona es imprescindible contar con sistema de señalización adecuada que permita y facilita el desplazamiento de los turistas y excursionistas a través de ella.

El objeto de la misma es orientar al turista sobre el recorrido que va realizar, proporcionar información básica y útil con respecto de los atractivos turísticos, además de los elementos de soporte que necesita conocer para efectuar sus diferentes desplazamientos.

Los gobiernos locales como entes administrativos dentro de sus jurisdicciones territoriales deben asumir dichas competencias, para ello se dispone de un plan nacional de señalización turística emitido por el Ministerio del ramo, el mismo que busca homogenizar el sistema de señalización en todo el territorio nacional el cual sea capaz de transmitir un lenguaje universal y comprensivo.

A través del manual se propone dotar de un sistema de señalización turística, coherente y uniforme para todo el territorio, acorde con la nueva imagen Ecuador con el fin de potenciar la competitividad turística del país y lograr el mejoramiento del nivel y de la calidad de vida de su gente, y la preservación de su cultura y de su entorno.

A continuación se detalla los tipos de señalización turística que requiere de su implementación.

## 1) Señales informativas de destino



Gráfico No.65. Señales informativas de destino

### a) Vallas de soporte tubular



Gráfico No. 66. Vallas de soporte tubular

## b) Pórticos tubulares

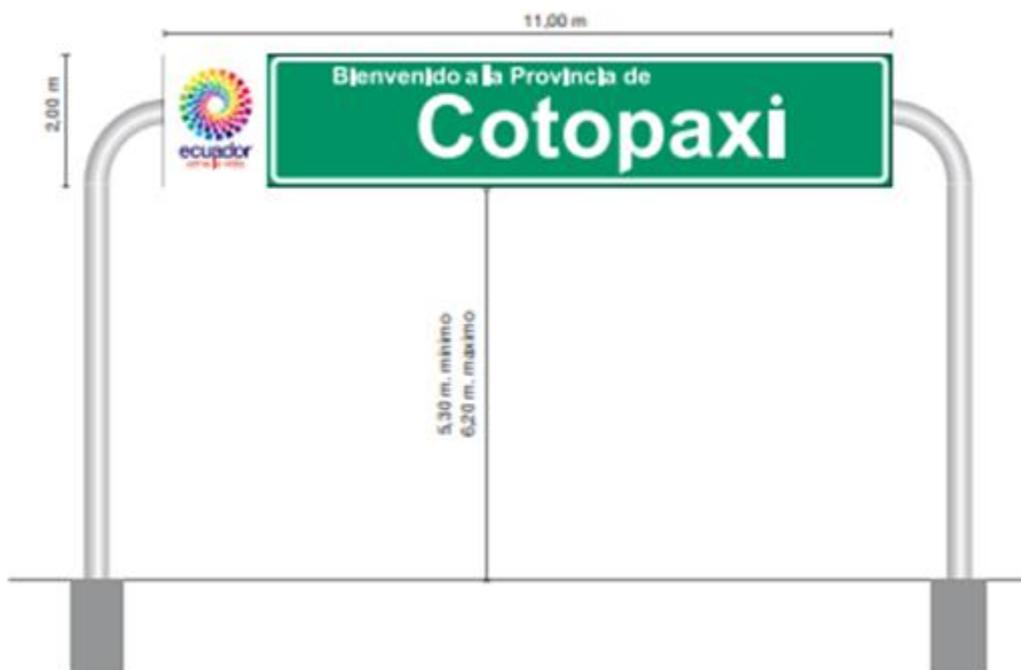


Gráfico No. 67. Pórticos tubulares

## 2) Señales de aproximación



Gráfico No. 68. Señales de aproximación

### 3) Pictogramas

#### a) Pictogramas con poste

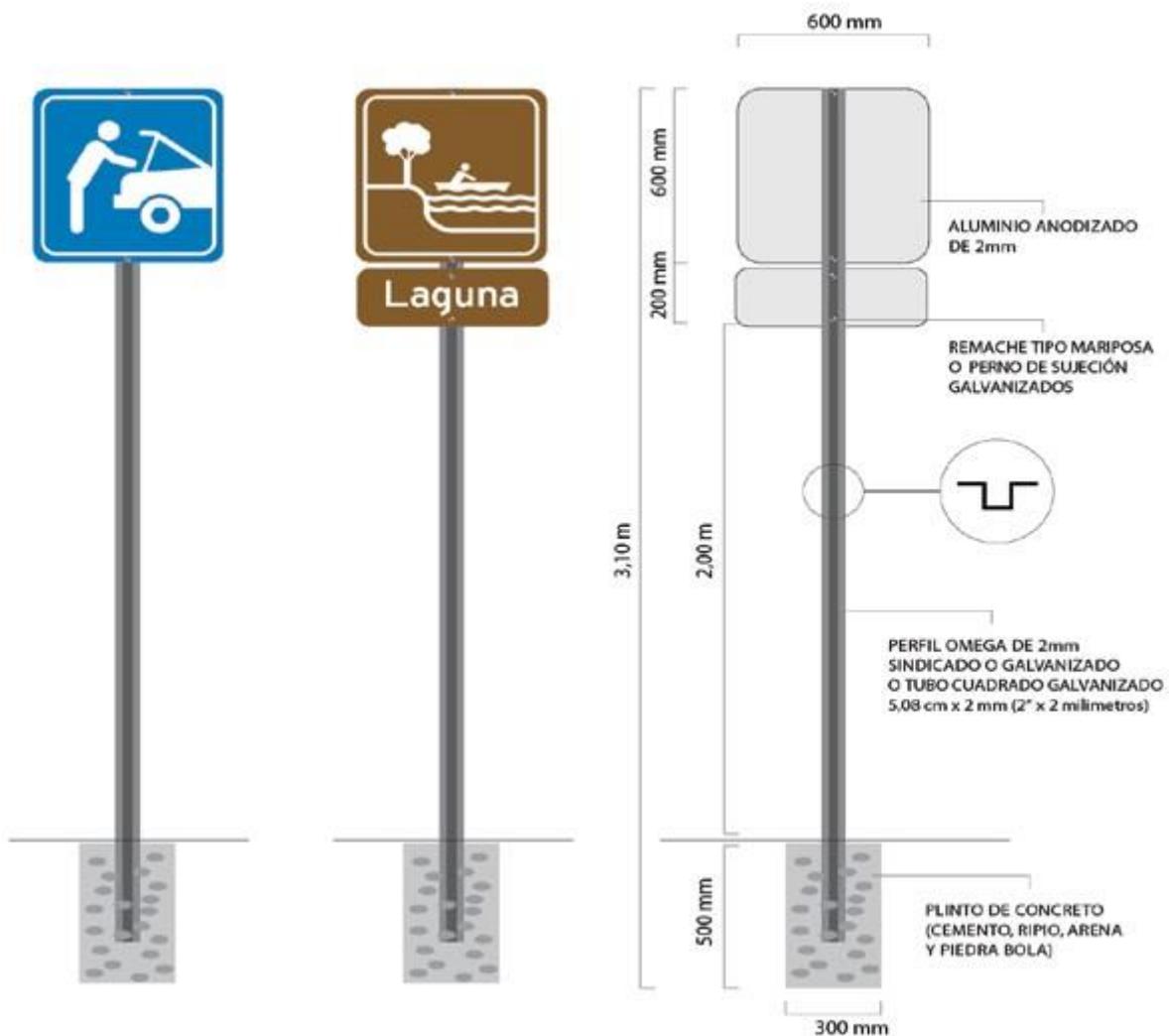


Gráfico No. 69. Pictograma con poste

4) Tótems

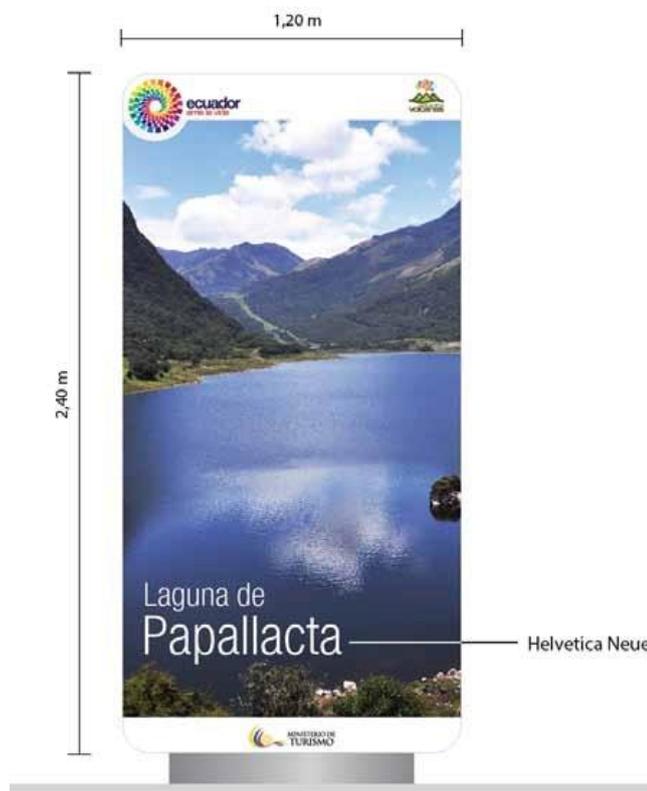
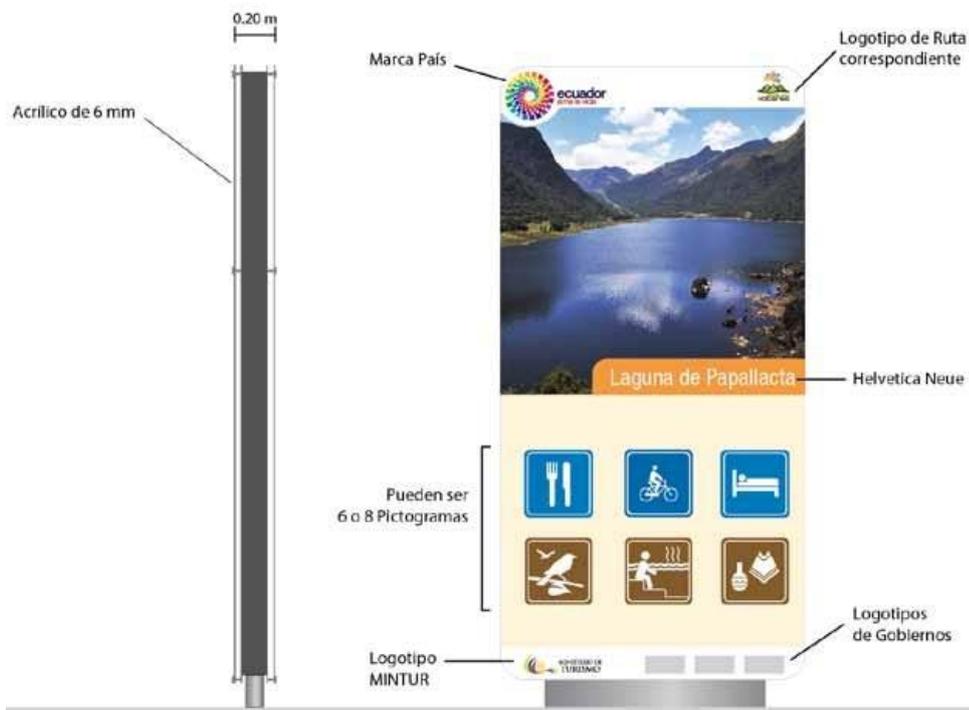


Gráfico No. 70. Tótems



## C. EVALUACIÓN Y JERARQUIZACIÓN DE LAS RUTAS

La evaluación de la ruta turística se procedió a realizar bajo los lineamientos metodológicos propuestos por los Ings. Cajas, C. (2008) Tierra, P. Piray, M. y Fierro, G (2009) y que consta del análisis por separado los siguientes ejes estratégicos.

### 1. Análisis de ejes estratégicos

#### a. **Ámbito organizacional**

Este ámbito hace referencia a la parte estructural favorable o desfavorable de la ruta turística en Morona, si a esta le asiste un respaldo organizativo funcional vigente que puede provenir de los diversos actores; en primera instancia de los principales gobiernos locales, llámense GAD'S cantonal y parroquiales como también de las organizaciones privadas y de base sobre todo de tipo comunitario y se estableció cuál es su nivel de incidencia en el desarrollo actual del sector.

Para ello se analizó si el GAD Cantonal cuenta con algunos instrumentos que regulen la actividad así:

- ✓ Dispone de Plan Estratégico y Plan Operativo Anual (POA)
- ✓ Plan de control para la prestación de servicios turísticos
- ✓ Plan de promoción y difusión de los productos turísticos (ITUR)
- ✓ Ordenanzas y otros reglamentos vinculados a la actividad.
- ✓ Dependencia administración turística cantonal y funciones que cumple.

Se observó la presencia o por el contrario ausencia de todos organismos no gubernamentales vinculados a la actividad tanto de carácter comunitario u otras como ONGs y también el desempeño de las iniciativas privadas y cuál es su cuota de participación dentro del sistema.

En base a este análisis se le han asignado las puntuaciones correspondientes.

## **b. Ordenación del territorio**

Se ha realizado una evaluación del territorio y de la ruta de acuerdo a las potencialidades y limitantes que presenta el mismo.

De modo que se ha podido definir si la ruta permite;

- 1) Articular cada uno de los atractivos con potencialidad turística:
  - ✓ Integración de los atractivos dispersos en un solo producto
  - ✓ Que sirva de conector entre atractivos y centros poblados. Establecer las distancias entre ellos.
  
- 2) Identificación y articulación de los espacios turísticos
  - ✓ El estado de las vías y accesos que conducen a los atractivos
  - ✓ La infraestructura comunal dotación de servicios básicos y transporte y comunicación.

## **c. Jerarquización de los atractivos**

Se ha podido establecer una tabla resumen de los atractivos de Morona identificando en cada uno de ellos la jerarquía a la que corresponden y el grado de importancia o significancia que tiene en el contexto del mercado.

En base a ello se observa cómo se encuentran estos delimitados en la ruta junto con otros de tipo complementario.

- ✓ Numero de atractivos
- ✓ Porcentajes de acuerdo a jerarquías

Se le asignan el puntaje en base al mayor porcentaje de las jerarquías identificadas.

**d. Oferta Turística**

Se analizó si se encuentran identificables dentro de la ruta cada uno de los componentes necesarios para operación de la misma:

- ✓ Patrimonio Natural y Cultural (Posee alguna distinción, declaración UNESCO)
- ✓ Servicios: Alojamiento, alimentación, transporte, información.
- ✓ Diversidad de actividades
- ✓ Se pueden establecer ejes temáticos dentro la ruta.

**e. Indicadores sociales**

- ✓ Repercute en la actividad económica de las poblaciones locales, crea nuevas oportunidades de empleo, mejorar calidad de vida.
- ✓ Si este puede multiplicarse en el transcurso de la experiencia.

## 2. Aplicación de Matriz

Cuadro No. 69. Matriz de evaluación de la ruta.

EJES ESTRATÉGICOS		VALOR OPTIMO DEL EJE	
<b>1. AMBITO ORGANIZACIONAL</b>		<b>30</b>	
<b>CRITERIOS</b>	<b>PONDERACION</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	
<b>1.1 Gobiernos Locales- Incidencia Pública</b>			
1.1.1 Descentralizados	8	0	
1.1.2 No descentralizados con acciones turísticas	2	2	
1.1.3 No descentralizados sin acciones turísticas	0	0	
<b>1.2 Organizaciones privadas y comunitarias</b>			
<b>1.2.1 Sector Comunitario</b>			
1.2. 1. 1 Sin reconocimiento Legal	3	3	
1.2.1.2 Con reconocimiento Legal	7	0	
<b>1.2.2 Sector Privado</b>			
1.2.2.1 Registrados y Catastrados	4	3	
1.2.2.2 No Registrados	2	2	
1.2.2.3 ONG	4	1	
<b>Subtotal 1 :</b>		<b>11</b>	
<b>2. ORDENACIÓN DEL TERRITORIO</b>		<b>20</b>	
<b>CRITERIOS</b>	<b>PONDERACION</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	
<b>2.1 Identificación y articulación de recursos como potenciales atractivos turísticos</b>			
2.1.1 Conectividad entre recursos con potencialidad turística	4	4	
2.1.2 Conectividad entre recursos con potencialidad turística y poblados	6	4	
<b>2.2 Identificación y Articulación de espacios turísticos</b>			
2.2.1 Vías de comunicación	3	2	
2.2.2 Infraestructura básica	7	5	
<b>Subtotal 2 :</b>		<b>15</b>	
<b>3. JERARQUIZACIÓN DE LOS ATRACTIVOS</b>		<b>15</b>	
<b>CRITERIO</b>	<b>PONDERACIÓN</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	
3.1 Jerarquía IV	<b>6</b>	<b>0</b>	
3.2 Jerarquía III	<b>4</b>	<b>2</b>	

3.3Jerarquia II	3	3
3.4Jerarquia I	2	2
<b>Subtotal 3:</b>		<b>7</b>
<b>4. OFERTA TURÍSTICA</b>	<b>25</b>	
<b>CRITERIO</b>	<b>PONDERACIÓN</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>
<b>4.1 Patrimonio Natural y Cultural</b>		
4.1.1 Valor Cultural	6	3
4.1.1.1 Local	1	1
4.1.1.2 Nacional	2	1
4.1.1.3 Internacional	3	1
4.1.2 Valor natural	6	4
4.1.2.1 Local	1	1
4.1.2.2 Nacional	2	1
4.1.2.3.Internacional	3	2
<b>4.2 Servicios turísticos</b>	5	4
<b>4.3 Diversificación de actividades turísticas</b>	6	4
<b>4.4 Definición de ejes temáticos</b>	2	2
<b>Subtotal 4:</b>		<b>19</b>
<b>5. INDICADORES SOCIALES</b>	<b>10</b>	
5.1 Índice de pobreza	5	4
5.2 Efecto replica	5	4
<b>Subtotal 5:</b>		<b>8</b>
<b>TOTAL (1+2+3+4+5) (11 + 15 + 7 + 19 + 8)</b>	<b>100</b>	<b>60</b>

Dado la sumatoria de los distintos ejes tenemos como resultado de la evaluación que la ruta eco turística del cantón se encuentra en Categoría B, esto quiere decir significa que la ruta posee un grado intermedio de los ejes estratégicos, lo que denota, que está en proceso de estructuración y de integración, demostrando que esta ruta tiene potencialidad para la ejecución de un desarrollo turístico a mediano plazo, mediante la participación de los organismos públicos, privados, comunitarios y de las poblaciones locales asentadas en su trayectoria.

## **VI. CONCLUSIONES**

- A. EL cantón Morona cuenta con un elevado potencial para el desarrollo de la actividad turística, en gran parte obedece a las condiciones físicas y paisajísticas que propone, a la variedad y abundancia de atractivos naturales y culturales que posee, al prístino estado que se encuentra la mayoría de ellos, la biodiversidad y la riqueza de su cultura; predispone la puesta en valor de cada uno de estos elementos otorgándole así, identidad propia . Está dotado de una infraestructura de soporte aceptable y de calidad, con tendencias de crecimiento y con carencias en el área organizativa y de administración en forma general de parte de los diferentes actores locales, han sido las principales limitantes al desarrollo del ecoturismo.
  
- B. La ruta ecoturística Morona constituye un nuevo producto turístico, es integral, de carácter técnico y ejecutable, que responde a las necesidades planteadas por la demanda en el estudio efectuado, cuyo objeto final es incentivar la visita al cantón e incrementar paulitanamente el flujo turístico.
  
- C. La ruta corresponde a una categoría B; tras el proceso evaluatorio y de análisis de criterios respectivo, significa; que en la actualidad esta se encuentra a un nivel intermedio de desarrollo, es decir; si bien por un lado muestra gran ventaja por las condiciones favorables del entorno, por otro no posee una adecuada gestión autónoma y de la articulación y coyuntura de los entes involucrados.

## **VII. RECOMENDACIONES**

- A. Aperturar una mesa de diálogo entre los actores locales del turismo y las entidades seccionales y del estado vinculadas, a fin de propender la planificación oportuna que direcciona y norme las diferentes actividades turísticas.
- B. Realizar permanentemente estudios del área, sobre todo aquellos vinculados a los flujos turísticos, que son una prioridad, como por ejemplo con la instalación de un observatorio turístico para un control más efectivo.
- C. Establecer convenios interinstitucionales entre GADS locales, entidades públicas y ONG's e incentivar la participación de las comunidades, sectores privados y organizados en la implementación de proyectos turísticos.
- D. Adecuar los accesos a los recursos turísticos de forma emergente; manejar un sistema de información turística homogéneo, facilitar su acceso a través de los medios de comunicación y plataformas tecnológicas y la instalación de puntos estratégicos de información para el turista.

## **VIII. RESUMEN**

La presente investigación propone: Diseñar una ruta ecoturística para el cantón Morona, provincia de Morona Santiago. El trabajo se encuentra distribuido en tres segmentos, la primera; consiste en la evaluación del potencial turístico, para ello se desarrolló el diagnóstico respectivo, en él se detallan los aspectos; físico espacial, socio cultural, ecológico territorial y económico productivo. Se validó el inventario de atractivos turísticos del cantón con un total de 61 atractivos que describe la declaratoria de la imagen turística. A partir de la información obtenida en el estudio de mercado, se definió el concepto de la ruta, objetivos, perfil del turista, y mercado objetivo siendo este de 4226 turistas y su proyección para los 5 años subsiguientes. Conforme a las características proporcionadas por el visitante, se elaboraron 3 paquetes turísticos en 3 recorridos distintos por el territorio, incluye la caracterización de los proveedores, mapeo de ruta y la definición de los costos, que en cada caso corresponden a 331, 19 USD, 278,39 USD y 314,03 USD. Para la operación óptima de la misma adicionalmente constan, la marca turística, propuesta de capacitación y señalización turística. Finalmente se efectuó el prodecimiento de evaluación y jerarquización de la ruta, obteniendo sesenta puntos de cien lo que es equivalente a una categoría B. Con el elevado potencial para el desarrollo de la actividad turística con el que cuenta el cantón, la ruta ecoturística Morona constituye un producto nuevo, de carácter técnico y ejecutable, que en la actualidad corresponde a una categoría B, evidencia la ausencia aún de una gestión autonóma del destino y de la articulación y coyuntura de los entes involucrados.



## **IX. ABSTRAC**

This research aims to design an ecotourism route for the Morona Canton, Morona Santiago Province. It is divided in three sections, the first one consists in the evaluation of the tourism potential, to do it, the respective diagnosis was developed, thus the productive space, cultural, ecological and economic territorial physical aspects are detailed. The inventory of tourist attractions of the canton was validated with a total of 61 attractive describing the declaration of the tourist image. From the information obtained through the market research, it was defined the concept of the route, goals, tourist profile, and the target market which consists of 4226 tourists and its projection for the next five years. According to the features provided by the visitor, 3 tour packages were developed in 3 different routes through the territory, it includes the characterization of suppliers, route mapping and definition of costs in each case they correspond to 33,1 19 USO, 278,39 USOY 314,03 USO. For its optimum operation it consists of tourism brand training proposal and tourist signs. Finally the assessment procedure and hierarchy of the route was made, it was obtained 60 points of one hundred which is equivalent to a B category. The high potential development of tourism that the canton has, the Morona ecotourism route constitutes a new product, of technical and enforceable character, at the moment it belongs to a B category, it evidences the lack of an autonomous management and joint destiny and situation of the entities involved.



## X. BIBLIOGRAFÍA

1. ARTEAGA, C., & GONZÁLES, V. (2001). *Diagnóstico*. México: UNAM. Obtenido de <http://recursos.udgvirtual.udg.mx/biblioteca/bitstream/123456789/1612/1/Diagnostico.pdf>
2. CAJAS, C., & TIERRA, P. (2008). *Modificación de ficha para el Inventario de atractivos turísticos*. Riobamba.
3. CEEI (Centro Europeo de Empresas e Innovación). (2011). *Guía de apoyo al emprendedor. Como desarrollar un estudio de mercado*. Obtenido de <http://agaxede.org/uploads/file/GUIA%20PARA%20UN%20ESTUDIO%20DE%20MERCADO.pdf>
4. COBATAB. (2011). *Diagnóstico Situacional. Herramientas conceptuales para la elaboración de un diagnóstico socioeconómico*.
5. GAD MORONA. (2008). *Monografía del cantón Morona*. Macas.
6. GAD MORONA. (2012). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Macas.
7. GAMBOA, M. (2010). Plan analítico de paquetes turísticos. Riobamba.
8. HONNEY, M. (2000). *Ecotourism and Sustainable Development*. Washington: Inslan Press.
9. INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos). (2010). Censo de Población y Vivienda. *Base da datos*.
10. LÓPEZ, T., & SÁNCHEZ, S. (2008). Creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. *Pasos*.
11. MADER, R. (2004). *Red Mexicana de Ecoturismo*. Obtenido de Planeta.com: <http://www.planeta.com/ecotravel/mexico/strategy/2.html>
12. MINTUR ( Ministerio de Turismo). (2014). Principales indicadores del turismo. *PDF*. Quito, Ecuador.

13. MINTUR (Ministerio de Turismo). (2004). *Metodología para Inventario de Atractivos Turísticos*.
14. MINTUR (Ministerio de Turismo). (2011). Manual de Señalización Turística. *PDF*. Quito, Ecuador.
15. MINTUR (Ministerio de Turismo). (2012). La experiencia turística del Ecuador. *Cifras esenciales de turismo interno y receptor*.
16. MINTUR (Ministerio de Turismo). (2015). Turismo en cifras. *Boletín trimestral*.
17. MURRAY, R., & LARRY, J. (2009). *Estadística*. México D.F: Mc - Graw Hill/ Interamericana Editores.
18. OMT (Organización Mundial del Turismo). (2014). Panorama OMT del Turismo Internacional. *Barómetro*.
19. OMT (Organización Mundial del Turismo). (2001). Apuntes de metodología de la Investigación en Turismo. Madrid, España.
20. PUCE (Pontificia Universidad Católica del Ecuador). (2015). *La enciclopedia virtual de la fauna del Ecuador*. Obtenido de <http://zoologia.puce.edu.ec/Vertebrados/Vertebrata.aspx>
21. REAL, G. (2014). *Conteo navideño de aves del cantón Morona*. Macas.
22. RICAURTE, C. (2009). *ESPOL*. Obtenido de Manual de Diagnóstico Turístico Local: <https://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/8300>
23. SANHUENZA, C. (2011). *Producto turístico*. Obtenido de Blog de turismo: <http://geoturismo011.blogspot.com/2011/12/concepto-de-producto-turistico.html>
24. SENPLADES (Sistema Nacional de Planificación y Desarrollo). (2011). *Guía de Contenidos y procesos para la formulación de planes de desarrollo y ordenamiento territorial de provincias, cantones y parroquias*. Quito, Ecuador.
25. SERNATUR (Secretaría Nacional de Turismo de la región del Coquimbo). (2007). Identificación y puesta en valor de ruta turística para la región del Coquimbo. Coquimbo, Chile.

26. SIERRA, R. (1999). Proyecto INEFAN, GEF BIRD y ECOCIENCIA. *Propuesta preliminar de un sistema de clasificación de vegetación para el Ecuador continental*. Quito, Ecuador.
27. SNIP (Sistema Nacional para la Inversión Pública. (2010). Guía metodológica para la identificación, formulación y evaluación social. *Caso Turismo*. Lima, Perú.
28. TIERRA, P. (2012). Texto de Planificación Territorial. *ESPOCH*.
29. VALENCIA, J. (s.f.). *Paquete turístico*. Obtenido de Boletín Turístico: <http://www.boletin-turistico.com/diccionarioturismo/Diccionario-1/P/PAQUETE-TUR%C3%8DSTICO-864/>

## XI. ANEXOS

Anexo 1. Cuadro guía para recabar información

<b>AMBITOS</b>	<b>INFORMACION A RECABAR</b>
<b>Físico espacial</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• División política administrativa (provincia, cantón, parroquia, barrios, comunidad)</li><li>• Límites</li><li>• Vías de acceso</li></ul>
<b>Socio cultural</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Etnicidad (nacionalidad y pueblo)</li><li>• Historia</li><li>• Población (Total habitantes, número de familias, distribución por género y edad)</li><li>• Migración</li><li>• Nivel de instrucción</li><li>• Profesión u ocupación</li><li>• Servicios básicos disponibles (agua, energía, alcantarillado, recolección y tratamiento de desechos)</li><li>• Vivienda (tipo, propiedad, características)</li><li>• Salud</li><li>• Educación (tipo de establecimiento, niveles, número de estudiantes y docentes)</li><li>• Medios de transporte (unidades, frecuencia, precio)</li><li>• Comunicación</li><li>• Servicios sanitarios (tipo de baños, letrina, pozo ciego, pozo séptico)</li><li>• Combustibles utilizados</li><li>• Abastecimiento de productos</li></ul>
<b>Ecológico territorial</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Condiciones ambientales de la zona (clima, paisaje natural )</li><li>• Clasificación ecológica</li><li>• Usos de suelo (tipos, porcentaje, mapas)</li><li>• Descripción general de flora y fauna especies endémicas o en peligro de extinción (familia, nombre común y científico, usos)</li><li>• Hidrología</li><li>• Problemas ambientales</li></ul>
<b>Económico productivo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Actividades económicas (tipo, ocupación)</li><li>• Desarrollo actual del turismo en la zona</li><li>• Participación o interés de la población en el desarrollo turístico</li></ul>
<b>Político administrativo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Administración interna (organigrama, composición administrativa, funciones)</li><li>• Asociatividad (organizaciones) Análisis respecto al apoyo público o privado para el desarrollo turístico</li><li>• Instituciones que trabajan en la zona</li></ul>

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD RECURSOS NATURALES**  
**ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**



Estimado Visitante. Ejecutamos una investigación de mercado previo el diseño de una ruta turística en el cantón Morona, para definir sus características, solicitamos de su valiosa aportación.

1. **Edad** \_\_\_\_\_  
2. **Género** \_\_\_\_\_  
3. **Instrucción:** Secundaria \_\_\_\_\_  
Tercer Nivel \_\_\_\_\_  
Cuarto Nivel \_\_\_\_\_  
4. **Ocupación:** Trabaja \_\_\_\_\_  
Jubilado \_\_\_\_\_  
Estudiante \_\_\_\_\_

5. **Provincia/Ciudad** \_\_\_\_\_

6. **¿Cuál es su motivo de viaje al cantón Morona?**

Turismo y esparcimiento \_\_\_\_\_  
Negocios \_\_\_\_\_  
Trabajo \_\_\_\_\_  
Visita familiares \_\_\_\_\_

7. **¿Cuál es el tiempo promedio de estancia?**

Un día \_\_\_\_\_  
Menor a 3 días \_\_\_\_\_  
Entre 3 y 7 días \_\_\_\_\_  
Más de una semana \_\_\_\_\_  
Otro. \_\_\_\_\_  
Especifique \_\_\_\_\_

8. **¿Con quién viaja?**

Solo \_\_\_\_\_  
Pareja \_\_\_\_\_  
Amigos \_\_\_\_\_  
Familia \_\_\_\_\_

9. **¿Cuál es el promedio de gasto diario?**

Menos a 30 dólares \_\_\_\_\_  
Entre 30 y 50 \_\_\_\_\_  
Entre 50 y 100 \_\_\_\_\_  
Más de 100 \_\_\_\_\_

10. **¿Estaría dispuesto a contratar un paquete turístico en el cantón Morona?**

Si \_\_\_\_\_  
No \_\_\_\_\_

11. **De qué manera organiza y lleva sus viajes de turismo**

Independientemente \_\_\_\_\_  
Con agencia de viajes \_\_\_\_\_

**12. ¿Durante qué trimestre del año suele tomar tus vacaciones?**

Primero	_____	Segundo	_____
Tercero	_____	Cuarto	_____

**13. Número de personas con las que viaja.**

1	_____	3	_____	5	_____
2	_____	4	_____	>5	_____

**14. ¿Qué línea de producto prefiere?**

Cultura	_____	Aventura	_____
Áreas naturales	_____	Combinado	_____

**15. ¿Qué tipo de atractivo le gustaría visitar en el cantón Morona?**

**Naturales**

Cascadas/ríos	_____
Montañas	_____
Cuevas/ cavernas	_____

**Culturales**

Comunidades indígenas	_____
Fiestas populares.	_____
Sitios históricos	_____

**16. ¿Qué actividades son de su preferencia?**

Deportes de aventura	_____	Turismo Comunitario	_____
Observación de flora y fauna	_____	Agroturismo	_____
Senderismo en áreas naturales	_____	Otro	_____

**17. ¿Qué tipo de alojamientos prefiere hospedarse?**

Hotel	_____	Cabañas	_____
Hostería	_____	Camping	_____

**18. ¿Qué tipo de alimentación prefiere?**

Típica de la región	_____	Vegetariana	_____
Nacional	_____	Internacional	_____

**19. ¿Cuáles son los servicios turísticos adicionales de los Ud. requiere?**

Transporte	_____	De guianza	_____
De información turística	_____	Otro	_____

**20. ¿Por qué medio de comunicación obtiene información turística?**

Internet	_____	Material promocional	_____
----------	-------	----------------------	-------

Televisión \_\_\_\_\_ Otras persona \_\_\_\_\_  
Prensa escrita \_\_\_\_\_

**21. Si utilizó el internet como una de sus fuentes de información turística. ¿Cuál de los siguientes medios online utiliza Ud.**

Buscadores: \_\_\_ Google \_\_\_ Bing \_\_\_ Yahoo \_\_\_  
Otros \_\_\_\_\_  
Redes Sociales: \_\_\_ Facebook \_\_\_ Twitter \_\_\_ QQ \_\_\_  
Otros \_\_\_\_\_  
Videos: \_\_\_ Youtube \_\_\_ Instagram \_\_\_ Flickr \_\_\_  
Otros \_\_\_\_\_  
Sitios web oficiales de turismo. \_\_\_\_\_  
Blogs de viajes y turismo \_\_\_\_\_  
Otro. \_\_\_\_\_

**22. De los siguientes sitios webs de viajes y turismo. ¿Cuál de ellas Ud. conoce, sugiere o ha visitado alguna vez?**

Tripadvisor \_\_\_\_\_ Viajando.com \_\_\_\_\_  
Booking.com \_\_\_\_\_ ecuatorturistico.com \_\_\_\_\_  
Expedia \_\_\_\_\_ visitaecuador.com \_\_\_\_\_  
Lonely Planet \_\_\_\_\_ LAN.com \_\_\_\_\_  
Minube \_\_\_\_\_ Despegar.com \_\_\_\_\_  
Otro. \_\_\_\_\_

**23. Si acude a los medios escritos como fuente de información turística.Cuál es la opción de mayor uso y preferencia.**

Revista Internacionales \_\_\_\_\_ Revistas nacionales \_\_\_\_\_  
Diarios de circulación nacional \_\_\_\_\_ Diarios locales \_\_\_\_\_

**24. De los siguientes medios escritos especializados en turismo (revistas). ¿Cuál de ellas utiliza?**

NathionalGeographic \_\_\_\_\_ Rutas del mundo \_\_\_\_\_  
Conde NastTraveler \_\_\_\_\_ Pasos \_\_\_\_\_  
Geo \_\_\_\_\_ Destinos \_\_\_\_\_  
Ninguna \_\_\_\_\_ Ecuador ama la vida \_\_\_\_\_  
Otro \_\_\_\_\_

**25. Ud. considera que la cantidad de la información turística en general, disponible del cantón Morona es:**

Muy satisfactoria \_\_\_\_\_  
Satisfactoria \_\_\_\_\_

Más o menos satisfactoria \_\_\_\_\_  
Poco satisfactoria \_\_\_\_\_  
Nada satisfactoria \_\_\_\_\_

**26. ¿Cuál es su apreciación sobre la oferta de productos turísticos existente en Morona?**

Muy satisfactoria \_\_\_\_\_  
Satisfactoria \_\_\_\_\_  
Más o menos satisfactoria \_\_\_\_\_  
Poco satisfactoria \_\_\_\_\_  
Nada satisfactoria \_\_\_\_\_

**27. Tiene Ud. información de los siguientes atractivos turísticos del cantón Morona?**

Mirador Quilamo	_____	Cascada de Musap	_____
Parque Nacional Sangay	_____	Complejos recreacionales	_____
Río Upano	_____	Cascada del Alto Macuma	_____
Otros	_____		

**28. ¿Cree Ud importante que se debería crear y diseñar una ruta turista en el cantón Morona?**

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD RECURSOS NATURALES**  
**ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**



Dear Guest. We are doing market research before designing a tourist route in Morona canton, to define its characteristics; we request your valuable input.

- |                                     |                                   |
|-------------------------------------|-----------------------------------|
| <b>1. Age</b> _____                 | <b>2. Gender</b> _____            |
| <b>3. Instruction:</b> School _____ | <b>4. Occupation:</b> Works _____ |
| University _____                    | Retired _____                     |
| Master _____                        | Student _____                     |
| Country _____                       |                                   |

**5. Why reason did you travel to Morona?**

- |                              |                    |
|------------------------------|--------------------|
| Tourism and recreation _____ | Work _____         |
| Business _____               | Family Visit _____ |
| Other _____                  |                    |

**6. How long does it stay you?**

- |                     |              |
|---------------------|--------------|
| < 3 day's _____     | > week _____ |
| 3 and 7 day's _____ | Other. _____ |

**7. Who do you travel?**

- |               |              |
|---------------|--------------|
| Friends _____ | Only _____   |
| Couple _____  | Family _____ |

**8. How much do you spend for day?**

- |                    |                    |
|--------------------|--------------------|
| < \$ 30 _____      | 50 and \$100 _____ |
| 30 and \$50. _____ | > \$100 _____      |

**5. Would you like to buy a tour in Morona?**

- |           |          |
|-----------|----------|
| Yes _____ | No _____ |
|-----------|----------|

**6. How do you organize the tourism trips?**

- |                     |                     |
|---------------------|---------------------|
| Independently _____ | Travel agency _____ |
|---------------------|---------------------|

**7. When do you go holydays?**

- |                     |               |
|---------------------|---------------|
| First quarter _____ | Second _____  |
| Third quarter _____ | Quarter _____ |

**8. How many people include your travel group?**

1 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 5 \_\_\_\_\_  
2 \_\_\_\_\_ 4 \_\_\_\_\_ > 5 \_\_\_\_\_

**9. The tourism product list. What do you prefer?**

Culture \_\_\_\_\_ Adventure \_\_\_\_\_  
Natural areas \_\_\_\_\_ Combined \_\_\_\_\_

**10. The tourist attractions. What would you like to visit in Morona?**

<b>Cultural</b>		<b>Natural</b>	
Indigenous community's	_____	Waterfalls/river	_____
Festivals	_____	Mountains	_____
Historic places	_____	Cave/caverns	_____

**11. What kind of activities would you like to do?**

Adventure Sports	_____	Tourism Community	_____
Vegetation and animals see	_____	Farm Tourism	_____
Hiking in natural areas	_____	Other	_____

**12. Where do you prefer to stay?**

Hotel	_____	Lodges/ Booths	_____
Camping	_____	Guest house	_____

**13. What kind of food do you prefer?**

Typical of the region	_____	Vegetarian	_____
International	_____	National	_____

**14. The additional tourist services. What do you need frequently?**

Transport	_____	Guide	_____
Tourist information	_____	Other	_____

**15. How do you get tourist information?**

Internet	_____	Brochure/ posters	_____
Television	_____	Others people	_____
Magazine/ newspaper	_____		

**21. If you use the internet as a source of tourist information. What you use most often?**

Search: \_\_\_\_\_ Google \_\_\_\_\_ Bing \_\_\_\_\_ Yahoo \_\_\_\_\_  
Others: \_\_\_\_\_

Social Networks: \_\_\_ Facebook      \_\_\_ Twitter      \_\_\_ QQ      \_\_\_  
 Others \_\_\_\_\_  
 Videos:      \_\_\_ Youtube      \_\_\_ Instagram      \_\_\_ Flickr      \_\_\_  
 Others \_\_\_\_\_  
 Tourism Website \_\_\_\_\_  
 Travel blogs \_\_\_\_\_  
 Others \_\_\_\_\_

**22. The travel website list. What you know or visited?**

Tripadvisor	_____	Viajandox.com	_____
Booking.com	_____	ecuadorturistico.com	_____
Expedia	_____	visitaecuador.com	_____
Lonely Planet	_____	LAN	_____
Minube	_____	Despegar.com	_____
Others	_____		

**23. If you use the print media as a source of tourist information. What you use most often and preference?**

International Magazines	_____	National magazines	_____
National newspapers	_____	Local newspapers	_____

**24. The tourism magazines. What you use?**

Nathional Geograpic	_____	Rutas del mundo	_____
Conde Nast Traveler	_____	Pasos	_____
Geo	_____	Destinos	_____
None	_____	Ecuador ama la vida	_____
Other	_____		

**25. You consider that the amount of Morona tourist information is:**

Very satisfactory	_____
Satisfactory	_____
Moderality satisfactory	_____
Unsatisfactory	_____
No satisfactory	_____

**26. The tourist product offering Morona. What you think?**

Very satisfactory	_____
Satisfactory	_____
Moderality satisfactory	_____
Unsatisfactory	_____
No satisfactory	_____

**27. The tourist attractions of Morona. What you know?**

Quilamo Hill	_____	Musap Waterfall	_____
Sangay National park	_____	Recreational Complex	_____
Upano River	_____	Alto Macuma Waterfall	_____
Miazal Community	_____	Arrayanes Forest	_____
Otros	_____		
_____			

**28. Do you think it is important to create a tourist route in Morona?**

Yes	_____	No	_____
-----	-------	----	-------

Anexo No. 3. Ficha técnica de empaquetamiento

<b>Denominación:</b>		
<b>Código:</b>	<b>Carácter:</b>	<b>Estilo:</b>
<b>Duración:</b>	<b>Idioma:</b>	<b>Dificultad:</b>
<b>Recorrido:</b>		
<b>ITINERARIO TECNICO</b>		
<b>Día 1</b>	<b>Hora:</b>	<b>Actividad</b>
<b>Día 2</b>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>		
<b>Requerimientos para la visita</b>		
<b>Normativas</b>		
<b>Incluye</b>		
<b>PRECIO</b>		
<b>MAPA</b>		



## A

# PRESENTACIÓN

La ruta eco turística del cantón Morona responde a una necesidad básica del destino y de las exigencias de la demanda actual que incursiona de a poco en el territorio.

Para ello, durante el proceso es imprescindible una fase que comprenda la programación de actividades de difusión y promoción de la ruta, ya que incide directamente en el nivel eficiencia y éxito de la misma, con este propósito se ha realizado el diseño y se muestra la marca turística Morona.

El siguiente manual constituye la guía que orienta su uso, los contenidos detallan cual es el objeto, el proceso técnico que siguió para su elaboración y del uso correcto de la marca para su aplicación.



## B

# INTRODUCCIÓN

En una industria turística rodeada de cambios constantes, un desafío clave es poner en valor su marca; pues la gran mayoría de los turistas escoge sus destinos por la imagen que percibe de ellos.

Es así, que la marca Morona lo que busca es transmitir a su audiencia la personalidad y esencia misma del entorno y convivir cotidiano del cantón, otorgándole una imagen innovadora y diferenciada.

La marca desarrolla su papel de difusora y promotora además que canaliza en el corto y mediano plazo el propósito inicial de creación de la ruta en mejora del incremento de los flujos turísticos y la consolidación del destino.



4

## C

# OBJETIVOS

### 1. General:

*Diseñar una marca turística innovadora diferenciada, capaz de atraer al turista y que reúna las características vivenciales y del entorno mas importantes del destino Morona.*

### 2. Específicos:

- ✓ Definir el conjunto visual de la marca.
- ✓ Establecer cual es su significado.
- ✓ Orientar el uso y aplicación adecuados.



5

# D

## Construcción del logotipo

### 1. Lingüístico

Se ha tomado el nombre del cantón **“Morona”** como elemento principal que busca permanecer en la mente de quien lo visualiza.

### 2. Slogan

**“Naturaleza al límite “**

Se busca transmitir el concepto de la ruta que hace referencia al ecoturismo como actividad innata y potencial del cantón y resaltar la connotación que tiene la variedad y belleza de los paisajes naturales como eje motivador de la visita.



### 3. Imagotipo (Icónico Simbólico)

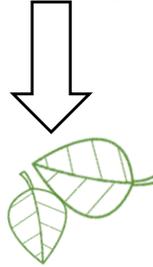
- Se han incluido elementos del entorno natural que son muy vistosos y que identifican plenamente las características peculiares más importantes del sector, así el gráfico se compone de una heliconia y unas hojitas de guayusa dos especies muy representativas de la flora autóctona.
- También se ha complementado con el aspecto cultural se puede identificar un pilche, que corresponde a una artesanía local de uso de los grupos shuar y macabeos utilizado para servir las bebidas tradicionales.



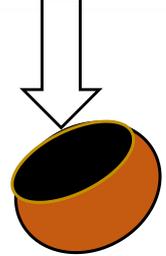
*Flora Heliconia*



*Flora Guayusa*



*Artesanía Pilche*



**E**

## Uso y aplicación

### TIPOGRAFÍA

Se ha utilizado dos tipos de fuentes o tipografías en el diseño. Su visibilidad es clara y vistosa.

#### a. Principal

Fuente : **Revie**

Mayúsculas: **A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M, N, O, P, Q, R, S, T, U, V, W, X, Y, Z.**

Minúsculas: **a, b, c, d, e, f, g, h, i, j, k, l, m, n, o, p, q,**

Números: **1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9...**



## ***b. Secundaria***

Fué utilizado para la descripción del slogan.

Fuente : **Kristen ITC**

**Mayúsculas:** A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M, N, O, P, Q, R, S, T, U, V, W, X, Y, Z.

**Minúsculas:** a, b, c, d, e, f, g, h, i, j, k, l, m, n, o, p, q, r, s, t, u, v, w, w, y, z.

**Números:** 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9...



## ***Uso de colores corporativos***

- |   |                                     |  |                                       |
|---|-------------------------------------|--|---------------------------------------|
|  | • RGB Verde Oscuro<br>27, 31, 38.   |  | • RGB Verde<br>129, 189, 82.          |
|  | • RGB Verde Claro<br>153, 255, 102. |  | • RGB Negro<br>0, 0, 0.               |
|  | • RGB Rojo<br>208, 65, 66.          |  | • RGB Amarillo Oscuro<br>191, 144, 0. |
|  | • RGB Marrón<br>197, 90, 17.        |  | • RGB Azul<br>68, 114, 196.           |

Esta corresponde a la gama cromática utilizada en la elaboración del logotipo están detallado los colores con su respectivo código.



Los modos y medios de impresión y visualización son diversos, por lo que el logotipo debe estar apto para cualquier eventualidad. Proponemos las siguientes variantes:



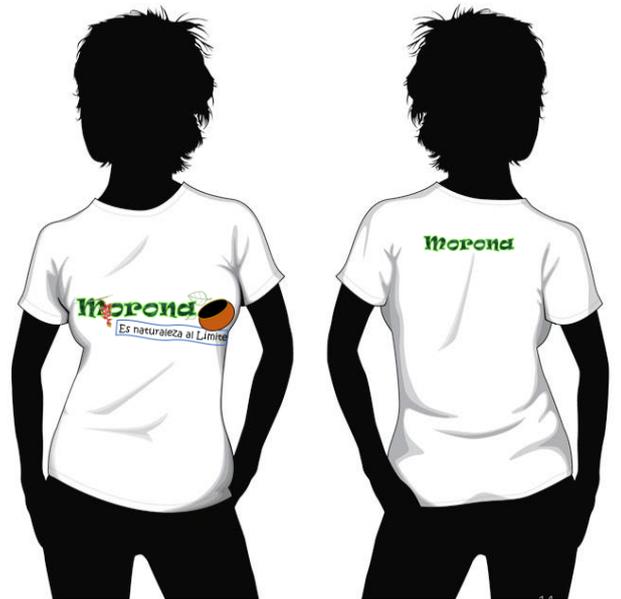
F

## Merchadising

Artículos/Souvenirs:



Camisetas/ hombre



Camisetas/ Mujer

## Gorras



## Bolsos



Los souvenirs pueden ser distribuidos a los turistas como medio de difusión. Deben ir conforme a la estandarización del color antes mencionada.

## Glosario

- 1. Marca Turística.** La marca turística es el conjunto de actividades de marketing encaminadas a apoyar la creación de un nombre, símbolo o cualquier otro gráfico que identifica y diferencia un destino, que transmite de forma continua la expectativa de una experiencia asociada únicamente a ese lugar, que sirven para consolidar y reforzar la conexión emocional entre el visitante y el destino.
- 2. Isologo.** Es el resultado de la suma del logotipo y un signo no verbal.
- 3. Logotipo.** Es un identificador visual compuesto únicamente por texto.
- 4. Imagotipo.** Denominado también Isotipo. Es un identificador visual que esta conformado únicamente por un icono o símbolo.
- 5. Tipografía.** Tipo de fuente o letra que se utiliza de forma vinculante para escribir los textos relacionados con la imagen institucional.
- 6. RGB.** Registro de color.



Anexo No. 5. Matriz de evaluación de rutas turísticas

<b>EJES ESTRATÉGICOS</b>	<b>VALOR OPTIMO DEL EJE</b>
<b>1. AMBITO ORGANIZACIONAL</b>	<b>30</b>
<b>CRITERIOS</b>	<b>PONDERACIONES</b>
<b>1.1 Gobiernos Locales- Incidencia Pública</b>	
1.1.1 Descentralizados	8
1.1.2 No descentralizados con acciones turísticas	2
1.1.3 No descentralizados sin acciones turísticas	0
<b>1.2 Organizaciones privadas y comunitarias</b>	
<b>1.2.1 Sector Comunitario</b>	
1.2. 1. 1 Sin reconocimiento Legal	3
1.2.1.2 Con reconocimiento Legal	7
<b>1.2.2 Sector Privado</b>	
1.2.2.1 Registrados y Catastrados	4
1.2.2.2 No Registrados	2
1.2.2.3 ONG	4
<b>2. ORDENACIÓN DEL TERRITORIO</b>	<b>20</b>
<b>CRITERIOS</b>	<b>PONDERACIONES</b>
<b>2.1 Identificación y articulación de recursos como potenciales atractivos turísticos</b>	
2.1.1 Conectividad entre recursos con potencialidad turística	4
2.1.2 Conectividad entre recursos con potencialidad turística y poblados	6
<b>2.2 Identificación y Articulación de espacios turísticos</b>	
2.2.1 Vías de comunicación	3
2.2.2 Infraestructura básica	7
<b>3. JERARQUIZACIÓN DE LOS ATRACTIVOS</b>	<b>15</b>
<b>CRITERIO</b>	<b>PONDERACIÓN</b>
3.1 Jerarquía IV	<b>6</b>
3.2 Jerarquía III	<b>4</b>
3.3 Jerarquía II	<b>3</b>
3.4 Jerarquía I	<b>2</b>

<b>3. OFERTA TURÍSTICA</b>	<b>25</b>
<b>CRITERIO</b>	<b>PONDERACIÓN</b>
<b>4.1 Patrimonio Natural y Cultural</b>	
4.1.1 Valor Cultural	6
4.1.1.1 Local	1
4.1.1.2 Nacional	2
4.1.1.3 Internacional	3
4.1.2 Valor natural	6
4.1.2.1 Local	1
4.1.2.2 Nacional	2
4.1.2.3. Internacional	3
4.2 Servicios turísticos	5
4.3 Diversificación de actividades turísticas	6
4.4 Definición de ejes temáticos	2
<b>5. INDICADORES SOCIALES</b>	<b>10</b>
<b>CRITERIOS</b>	<b>PONDERACIÓN</b>
5.1 Índices de pobreza	5
5.2 Efecto Replica	5
<b>TOTAL ( Subtotal 1+2+3+4+5)</b>	<b>100</b>