



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

**DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA
CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL DE LA
COMUNIDAD TARUKA CANTÓN CASCALES, PROVINCIA DE
SUCUMBÍOS**

**TRABAJO DE TITULACIÓN
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PARA TITULACIÓN DE GRADO**

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

RUBÍ IZAMAR JARAMILLO GUANOTUÑA

RIOBAMBA-ECUADOR

2017

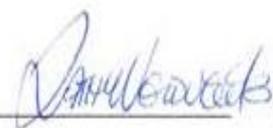
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA ECUELA DE
INGENIERÍA EN ECOTURISMO

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El trabajo de investigación: **DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL DE LA COMUNIDAD TARUKA CANTÓN CASCALES, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS**, de responsabilidad de la señorita Rubí Izamar Jaramillo Guanotuña, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, quedando autorizada su presentación.

DR. LUIS ALBERTO QUEVEDO BÁEZ
DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN



ING. CATALINA MARGARITA VERDUGO BERNAL
MIEMBRO DEL TRIBUNAL



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

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

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

Riobamba, Agosto, 15 del 2017



Rubí Izamar Jaramillo Guanotuña
210062697-3

Página de responsabilidad y compartir de rechos

Yo, Rubí Izamar Jaramillo Guanotuña, soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en esta tesis y el patrimonio intelectual del Trabajo de Titulación de Grado pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

RUBÍ IZAMAR JARAMILLO GUANOTUÑA

DEDICATORIA

El presente trabajo va dirigido en primer lugar a Dios, quien ha sido el que me guio y me dio las fuerzas de realizar este proyecto, porque sin su presencia no habría llegado tan lejos, Él ha sido mi pronto socorro en momentos de angustia y alegrías. Y sin duda a Él sea toda la honra y la gloria.

Agradecida con Dios por bendecir a mis padres, quienes fueron los pilares importantes para terminar mis estudios, su apoyo incondicional.

A mi esposo quien ha estado siempre a mi lado, dándome ánimo, empujándome a seguir ya sea económicamente, como emocionalmente.

A mis hijos quienes son el motor de mi vida, por ellos he luchado a pesar de tantas dificultades en el camino, levantadas, caídas, pero por ellos y por mi familia estoy cumpliendo mis metas.

A mis hermanos y abuelitos quienes me han ayudado en todo momento, con su amor y sabios consejos.

Rubí Izamar Jaramillo Guanotuña

AGRADECIMIENTO

A gradecida con mi Dios eterno, quien ha sido el que me ha bendecido, me ha dado las fuerzas de continuar y me ha protegido con su infinito amor todos los días, quien me ha dado la mano cuando he sentido que no tenía más fuerzas, a lo largo de mi carrera, por ser esa fortaleza, mi pronto auxilio en momentos de debilidad.

A mis padres Wagner y Martha, son los seres más hermosos que Dios me ha dado, quienes a lo largo de mi carrera han sabido apoyarme y guiarme hasta el día de hoy. Agradecida con ellos por confiar en mí, a pesar de tantos dificultados, malos momentos, pero gracias a su amor incondicional he podido llegar donde ahora estoy cumpliendo mis sueños que también son sueños.

A mi querido esposo José, le agradezco desde el momento que lo conocí, él ha sido la persona que me apoyado en todo momento a pesar de querer botar la toalla el me dado ánimo y siempre estuvo a mi lado en todo momento, en alegrías, tristezas y sobre todo agradecida porque no hubiera cumplido terminar mi carrera si no hubiera sido por su apoyo incondicional y por su infinita paciencia.

A mis hermanos y mis abuelos que siempre estuvieron pendientes y siempre han estado dándome animo en continuar y terminar lo que una vez empecé.

A mis dos chiquitos hermosos que me impulsan cada momento en seguir adelante y es por ellos quien lucho todos mis días para darles lo mejor de mí.

A mi querida institución ESPOCH, por ser mi segundo hogar durante este tiempo y me llevo conmigo todas esas enseñanzas, experiencias, convivencias, compañerismo, para hacer lo que tanto me apasiona.

A mis distinguidos maestros, en especial al Dr. Luis Alberto Quevedo Báez y la Ing. Catalina Margarita Verdugo Bernal, que con nobleza y entusiasmo vertieron sus conocimientos en mí.

Con todo mi cariño

Rubí

TABLA DE CONTENIDO

I. “DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL DE LA COMUNIDAD TARUKA CANTÓN CASCALES, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS”	1
II. INTRODUCCIÓN	1
A. IMPORTANCIA	1
B. JUSTIFICACIÓN	3
III. OBJETIVOS	4
A. GENERAL	4
B. ESPECÍFICOS	4
IV. HIPÓTESIS	5
A. HIPÓTESIS DE TRABAJO	5
V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	6
A. TURISMO	6
B. TURISMO SUSTENTABLE	6
C. PATRIMONIO CULTURAL	7
D. TURISMO CULTURAL	7
E. TURISMO COMUNITARIO	7
F. EL PRODUCTO	8
1. <i>Concepto</i>	8
2. <i>Producto turístico</i>	8
3. <i>Diseño del producto turístico</i>	8
G. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	9
1. <i>Definición</i>	9
H. POTENCIAL TURÍSTICO	9
1. <i>Definición del potencial turístico</i>	9
2. <i>Diagnóstico de potencialidad turística</i>	9
3. <i>Inventario de atractivos turísticos</i>	11
I. PATRIMONIO INMATERIAL	15
1. <i>Inventario Patrimonial</i>	16
J. ESTUDIO DE MERCADO	17
1. <i>Oferta Turística</i>	17
2. <i>Análisis de la demanda</i>	17
K. ESTUDIO TÉCNICO	18

1.	<i>Componentes del Producto turístico</i>	18
2.	<i>Diseño del producto turístico</i>	19
L.	ESTUDIO MERCADOTÉCNICO	20
1.	<i>Definición de estrategias de comercialización y ventas</i>	20
2.	<i>Estrategias para el producto turístico</i>	21
3.	<i>Costo de los servicios turísticos</i>	22
4.	<i>Canal de distribución</i>	22
5.	<i>Comunicación Turística</i>	22
1.	<i>Concepto</i>	23
N.	ESTUDIO LEGAL.....	23
1.	<i>Marco legal</i>	23
O.	IMPACTO AMBIENTAL	23
1.	<i>Matriz de lázaro lagos.</i>	24
P.	ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO	26
1.	<i>Análisis Económico</i>	26
2.	<i>Análisis Financiero</i>	26
VI.	MATERIALES Y MÉTODOS	
A.	CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR.....	29
1.	<i>Localización</i>	29
2.	<i>Ubicación geográfica</i>	29
3.	<i>Características climáticas</i>	30
4.	<i>Clasificación Ecológica</i>	30
B.	MATERIALES.....	31
1.	<i>Materiales y equipos</i>	31
C.	METODOLOGÍA.....	31
1.	<i>Realizar el diagnóstico del potencial turístico de la comunidad</i>	31
2.	<i>Realización del estudio de mercado</i>	33
3.	<i>Estudio técnico</i>	34
4.	<i>Elaborar el estudio comercial</i>	35
5.	<i>Elaborar el estudio ambiental</i>	35
6.	<i>Elaborar el estudio administrativo legal</i>	36
7.	<i>Estudio económico-financiero</i>	36
VII.	RESULTADOS	
A.	DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA COMUNIDAD	37
1.	<i>Información General</i>	37
2.	<i>Ámbito ecológico territorial</i>	38
3.	<i>Ámbito socio cultural</i>	43
4.	<i>Ámbito Económico productivo</i>	49

5.	<i>Ámbito político- administrativo</i>	49
B.	EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO	52
1.	<i>Inventario Turístico</i>	52
2.	<i>Resumen de los atractivos naturales y culturales</i>	101
C.	ESTUDIO DE MERCADO	102
1.	<i>Análisis de la oferta</i>	102
2.	<i>Determinar la demanda</i>	109
D.	DISEÑO TÉCNICO DEL PRODUCTO TURÍSTICO	129
1.	<i>Determinación del producto turístico</i>	129
2.	<i>Localización del proyecto</i>	129
3.	<i>Definición del producto turístico y el tamaño del proyecto</i>	131
4.	<i>Definición del proceso productivo</i>	134
5.	<i>Programa arquitectónico estructural</i>	141
6.	<i>Análisis del producto generado</i>	154
E.	ELABORACIÓN DEL ESTUDIO COMERCIAL.....	159
1.	<i>Comercialización</i>	159
2.	<i>Estrategias de marketing</i>	160
3.	<i>Paquetes turístico</i>	164
4.	<i>Análisis de costos</i>	171
F.	ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL	174
1.	<i>Método de Lázaro Lagos</i>	174
2.	<i>Evaluación de la matriz de impactos ambientales de Lázaro Lagos</i>	176
3.	<i>Plan de manejo ambiental para el Centro de interpretación cultural</i>	179
G.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL.....	180
1.	<i>Panificación estratégica</i>	180
2.	<i>Estudio administrativo</i>	182
3.	<i>Estudio legal</i>	192
H.	ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	205
1.	<i>Análisis Económico</i>	205
2.	<i>Evaluación Financiera</i>	215
VIII.	CONCLUSIONES	i
IX.	RECOMENDACION	i
X.	RESUMEN	
XI.	SUMMARY	i
XII.	BIBLIOGRAFIA	
XIII.	ANEXOS	

CONTENIDO DE TABLAS

Tabla 1: Ámbitos del diagnóstico situacional.....	10
Tabla 2: Ámbitos tomados en cuenta para el auto diagnóstico	32
Tabla 3: Lista de la flora representativa.....	41
Tabla 4: Lista de la fauna representativa.....	42
Tabla 5: Cascada de Taruka.....	52
Tabla 6: Rio Taruka.....	54
Tabla 7: Cueva el salero.....	57
Tabla 8: Bosque Húmedo Tropical.....	59
Tabla 9: Vestimenta de la nacionalidad Shuar.....	61
Tabla 10: Leyendas y mitos de la comunidad.....	66
Tabla 11: Música y danza de la comunidad.....	70
Tabla 12: Fiestas de la Chonta.....	74
Tabla 13: Fiestas de la Comunidad.....	78
Tabla 14: Gastronomía típica.....	81
Tabla 15: Maito carahama.....	85
Tabla 16: Artesanías de la comunidad	89
Tabla 17: Vivienda tradicional.....	94
Tabla 18: Chamanismo shuar.....	97
Tabla 19: Resumen de los atractivos naturales.....	101
Tabla 20: Resumen de los atractivos culturales inmateriales.....	101
Tabla 21: Establecimientos de alojamiento del cantón Lago Agrio.....	104
Tabla 22: Transporte aéreo del cantón Lago Agrio.....	105
Tabla 23: Identificación de la Competencia de las Comunidades que practican turismo comunitario.....	107
Tabla 24: Género de los turistas nacionales	110
Tabla 25: Edad de los turistas nacionales.....	111
Tabla 26: Ocupación de turistas.....	111
Tabla 27: Procedencia de los turistas nacionales	111
Tabla 28: Preferencias de visita de los turistas nacionales.....	112
Tabla 29: Actividades a realizar.....	112
Tabla 30: Motivos del viaje	113
Tabla 31: Tiempo de estar en la comunidad.....	113
Tabla 32: Servicios turísticos.....	114
Tabla 33: Contratar paquetes turísticos.....	114
Tabla 34: Con quien viaja	115
Tabla 35: Capacidad de pago.....	115
Tabla 36: Medios de información	116
Tabla 37: Sexo de los turistas extranjeros	117
Tabla 38: Edad de los turistas extranjeros.....	117
Tabla 39: Ocupación de los turistas extranjeros.....	118
Tabla 40: Procedencia de los turistas extranjeros	118
Tabla 41: Preferencia de visita por los extranjeros.....	119
Tabla 42: Forma de viaje.....	119
Tabla 43: Preferencia de época para viajar.....	119
Tabla 44: Motivo de viaje	120
Tabla 45: Con quien viaja	120
Tabla 46: Actividades turísticas.....	121
Tabla 47: Tiempo de visita.....	121
Tabla 48: Servicios turísticos.....	122
Tabla 49: Contratar paquete turístico.....	122
Tabla 50: Capacidad de gasto diario.....	123
Tabla 51: Forma de pago.....	123
Tabla 52: Medios de información	123

Tabla 53: Proyección de la demanda actual turistas nacionales e internacionales	125
Tabla 54: Proyección de la demanda actual turistas nacionales e internacionales	126
Tabla 55: Proyección de la demanda actual turistas nacionales e internacionales	126
Tabla 56: Demanda insatisfecha turistas nacionales e internacionales	127
Tabla 57: Demanda objetiva de turistas nacionales.....	127
Tabla 58: Demanda objetiva de turistas internacionales	128
Tabla 59: Número de clientes nacionales proyectados	128
Tabla 60: Número de clientes internacionales proyectados	128
Tabla 61: Alternativas para el diseño del producto turístico	129
Tabla 62: Presupuesto y costo de construcción.....	149
Tabla 63: Presupuesto y costo de construcción baterías sanitarias	150
Tabla 64: Presupuesto y costo de construcción total.....	150
Tabla 65: Costos de artículos para el área de artesanías	151
Tabla 66: Cacería y alimentación	151
Tabla 67: Costos de artículos para el área de Arútam	152
Tabla 68: Costos de los artículos para el área de historia	152
Tabla 69: Costos de artículos para el área de medicina tradicional.....	152
Tabla 70: Costos de artículos para el área de música	153
Tabla 71: Costos de artículos para el área de danza	153
Tabla 72: Costos de artículos para el área de fiestas tradicionales.....	153
Tabla 73: Costos de artículos para el área de artesanías	154
Tabla 74: Costos de artículos para el área de artesanías	154
Tabla 75: Tipografía	157
Tabla 76: Canales de comercialización para el centro turístico Arútam.....	159
Tabla 77: Precios referenciales de los servicios prestados por el centro de interpretación cultural Arútam.....	160
Tabla 78: Alianzas con las agencias de viajes mayoristas	161
Tabla 79: Estrategias de difusión	163
Tabla 80: Publicidad	164
Tabla 81: Planificación del paquete TS01	165
Tabla 82: Planificación del paquete AS02	167
Tabla 83: Planificación del paquete CS03.....	169
Tabla 84: Estructura de costo del paquete TS01	171
Tabla 85: Estructura de costo del paquete AS02.....	172
Tabla 86: Estructura de costo del paquete CS03.....	173
Tabla 87: Evaluación de impactos ambientales para la implementación del centro de interpretación cultural Arútam.....	176
Tabla 88: Matriz de cuantificación de impactos ambientales	177
Tabla 89: Plan de manejo ambiental del establecimiento	179
Tabla 90: Reglamento de los encargados.....	186
Tabla 91: Reglamento de los guías	188
Tabla 92: Reglamento de los expositores	188
Tabla 93: Reglamento para visitantes	189
Tabla 94: Activos fijos para el área administrativa	189
Tabla 95: Talento humano y remuneración al personal.....	191
Tabla 96: Presupuesto de Capacitación.....	192
Tabla 97: Análisis de la fundamentación legal	201
Tabla 98: Activos fijos para el área de administrativa	204
Tabla 99: Inversiones en Activos Fijos	205
Tabla 100: Inversiones en Activos Diferidos	205
Tabla 101: Inversiones de Capital de Trabajo	206
Tabla 102: Total de inversión	206
Tabla 103: Financiamiento	206
Tabla 104: Depreciación de activos fijos	207
Tabla 105: Depreciación de activos fijos- infraestructura.....	207

Tabla 106: Amortización de activos diferidos	207
Tabla 107: Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto.....	208
Tabla 108: Estructura de ingresos	209
Tabla 109: Estado de resultados	210
Tabla 110: Balance General.....	211
Tabla 111: Flujo de caja.....	212
Tabla 112: Punto de equilibrio	213
Tabla 113: Cálculo del punto de equilibrio	214
Tabla 114: Cálculo del valor actual neto.....	215
Tabla 115: Relación Costo Beneficio	215
Tabla 116: Cuadro resumen.....	216

TABLAS DE FIGURAS

Figura 1: Etnicidad de la comunidad Taruka.....	43
Figura 2: Distribución de la población por género.....	45
Figura 3: Distribución de la población por edades.....	46
Figura 4: Organigrama administrativo de la comunidad Taruka	50
Figura 5: Diagrama de flujo para turistas.....	136
Figura 6: Diagrama de flujo para la guianza	137
Figura 7: Diagrama de flujo para el mantenimiento.....	137
Figura 8: Diagrama de flujo para la admisión de artesanías a comercialización	137
Figura 9: Venta de artesanías.....	139
Figura 10: Diagrama de flujo para el abastecimiento de la materia prima.....	140
Figura 11: Diagrama de flujo para expositores	140
Figura 12: Fachada Principal y Frontal del Centro	142
Figura 13: Fachada frontal y principal del área de restauración.....	143
Figura 14: Instalaciones Sanitarias	144
Figura 15: Instalaciones Eléctricas.....	145
Figura 16: Marca del centro de interpretación cultural.....	156
Figura 17: Organigrama estructural del Centro de Interpretación Cultural Arútam	182
Figura 18: Organigrama funcional del Centro de Interpretación Cultural Arútam.....	183

LISTA DE MAPAS

Mapa 1: Localización del producto turístico cultural	29
Mapa 2: Ubicación de la comunidad	37
Mapa 3: Macro localización del lugar	130
Mapa 4: Micro localización del lugar	131

LISTA DE ANEXO

Anexo 1: Encuesta a turistas nacionales	224
Anexo 2: Modelo de ficha de encuestas para turistas internacionales	226
Anexo 3: Gráficos del análisis de la demanda turistas nacionales	228
Anexo 4: Gráficos del análisis de la demanda de turistas internacionales	232
Anexo 5: Página web	238
Anexo 6: Manual de imagen corporativa	239
Anexo 7: Fotografías de la comunidad Taruka	243

I. “DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL DE LA COMUNIDAD TARUKA CANTÓN CASCALES, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS”

II. INTRODUCCIÓN

A. IMPORTANCIA

La importancia del turismo como industria económica ha sido consolidada durante los últimos años, consecuencia de su rápido y vertiginoso crecimiento, en el año 2014 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. A pesar del gran crecimiento turístico el principal objetivo de la OMT es garantizar un turismo sostenible que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades, de las industrias, del entorno y de las comunidades anfitrionas (OMT, 2014).

La nueva ética del turismo incorpora la protección de la naturaleza, la cultura y las formas de vida de las poblaciones receptoras; razón por la cual se han derivado formas como el turismo comunitario y el ecoturismo. Es importante mencionar que el complemento de la biodiversidad natural es la diversidad cultural, representada en la variedad de religiones, comidas y dialectos, permitiendo la preservación, conservación y recuperación de sus costumbres y actividades tradicionales (Martinez, 2015).

Gracias a su ubicación en el centro del mundo, el Ecuador concentra en un pequeño territorio la diversidad del planeta, que se conjuga en la Cordillera de los Andes, costas paradisíacas, misteriosas y profundas selvas amazónicas y un tesoro único en el mundo que constituye un laboratorio natural llamado Galápagos. Todos estos parajes, en los que se desarrolla una fauna y flora privilegiadas, concentran un 10% de todas las especies de plantas que hay en el mundo.

Además, se caracteriza por ser un país pluricultural, plurinacional y multiétnico constituido por 14 nacionalidades y 16 pueblos indígenas que hacen de este un país con enorme riqueza y singularidad de sus cultura.

La región oriental amazónica alberga 10 pueblos indígenas, encontrándose seis nacionalidades en la provincia de Sucumbíos que son las siguientes: Huaoranis, Sionas, Secoyas, Cofanes, Shuar y Kichwa (GADPS, 2011). Unos de los cantones de Sucumbíos es Cascales conocido como “La Tierra del Dorado Amanecer”, cuenta con una variedad de atractivos, conserva una gran proporción de sus recursos naturales y grupos étnicos que mantienen aún vivas sus costumbres, tradiciones ancestrales y que quieren seguir viviendo en armonía con la naturaleza (Guanotuña, 2013).

La comunidad Taruka, una comunidad shuar, se encuentra ubicada en el cantón Cascales, posee una gran diversidad de flora y fauna ya que se encuentra rodeada de bosque primario, formando extraordinarios escenarios para la práctica de la actividad turística y cuenta además con una gran riqueza cultural, en tal virtud los habitantes de la comunidad han emprendido un proyecto de turismo comunitario en miras al desarrollo sustentable de la comunidad.

Este estudio tiene el propósito de diseñar un producto turístico, con la finalidad de compartir los saberes ancestrales y el modo de relacionarse con la naturaleza, dando a conocer su comunidad y los atractivos turísticos culturales y naturales a los turistas, los cuales de esta manera ayudarán a generar ingresos económicos con los cuales permitirá mejorar sus condiciones de vida.

B. JUSTIFICACIÓN

El cantón Cascales posee grandes riquezas culturales y naturales, constituyéndose en un hermoso lugar para visitar, pero debido a la falta de atención de sus autoridades seccionales y a que algunas comunidades viven aún cierto grado de aislamiento, provocado el desconocimiento de los atractivos naturales y culturales.

Las comunidades del cantón Cascales se han visto en la necesidad de optar por nuevas alternativas, que contribuyan con el desarrollo comunitario, que ayuden al desarrollo económico social, con actividades complementarias que permitan la difusión y comercialización de sus productos turísticos y convertir al cantón en pionero del turismo comunitario en Sucumbíos.

La comunidad Taruka ha sido una de las tantas comunidades afectadas por el desinterés de las autoridades y desconocimiento de sus atractivos por parte de la localidad, causando la desvalorización de los atractivos naturales y culturales.

Además, la Constitución de la República del Ecuador en el capítulo segundo, derechos del Buen Vivir sección cuarta de la cultura y ciencia, respalda a los grupos étnicos y culturales, permitiéndoles mantener y proteger su propia identidad cultural y a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas. Así mismo el capítulo séptimo, derechos de la naturaleza, se apoya a la Madre Tierra, garantizando que se respete integralmente su existencia y que se mantenga un equilibrio en los procesos ecológicos. Considerando lo antes mencionado el turismo comunitario es una alternativa de desarrollo local, que necesita de productos estructurados que provengan de una planificación responsable y que efectivamente permitan satisfacer todas las necesidades económicas y sociales, a su vez, manteniendo un equilibrio ecológico del hombre con la naturaleza y un equilibrio cultural de los turistas con la cultura local.

Ante esto, es evidente la necesidad de contar con un trabajo de investigación que tenga como propósito contribuir a la generación de nuevos destinos turísticos, con responsabilidad ambiental, social, cultural y económica. A través de un producto turístico para conservar el patrimonio cultural, que satisfaga las necesidades de la demanda, sin dejar de lado el respeto y la conservación del patrimonio.

III. OBJETIVOS

A. GENERAL

Diseñar un producto turístico para la conservación del patrimonio cultural de la comunidad Taruka, parroquia El Dorado de Cascales del cantón Cascales.

B. ESPECÍFICOS

1. Realizar el diagnóstico del potencial turístico de la comunidad Taruka
2. Elaborar el estudio de mercado
3. Realizar el estudio técnico para la elaboración del producto turístico cultural
4. Elaborar el estudio comercial
5. Elaborar el estudio ambiental
6. Elaborar el estudio administrativo legal
7. Realizar el estudio económico y financiero

IV. HIPÓTESIS

A. HIPÓTESIS DE TRABAJO

El diseño de un producto turístico para la comunidad Taruka, aportará al desarrollo turístico comunitario, impulsando a la conservación del patrimonio cultural, contribuyendo al desarrollo económico, social y ambiental de la comunidad.

V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. TURISMO

El turismo es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus desplazamientos y estancias en distintos lugares diferentes al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo menor a un año, con fines de ocio, negocio u otros motivos (Cabarcos, 2010).

Es una actividad racional y organizada que nace del interés o curiosidad de las personas con la finalidad de conocer diferentes aspectos culturales y costumbres de varios lugares alrededor del mundo (Romero, 2006).

B. TURISMO SUSTENTABLE

El turismo sostenible aparte de aportar a la generación de ingresos y a la minimización de impactos negativos del turismo, puede cumplir un cargo educativo. Los operadores que se dedican especialmente al ecoturismo deben facilitar un nivel apropiado de la interpretación medioambiental y cultural, con la necesidad de poder propagar información entre los turistas acerca de la conducta apropiada en entornos sociales y ecológicos frágiles. Para las operadoras y comunidades tienen la responsabilidad de mantener un turismo amigable con el ambiente (Mancheno, 2009).

Las características generales del turismo sostenible pueden resumirse en las siguientes:

- Toda forma de turismo basada en la naturaleza, en la que la motivación principal de los turistas sea la observación y apreciación de esa naturaleza o de las culturas tradicionales dominantes en las zonas naturales.
- Incluye elementos educacionales y de interpretación.
- Generalmente, si bien no exclusivamente, está organizado para pequeños grupos por empresas especializadas, pequeñas y de propiedad local. Operadores extranjeros de diversa envergadura también organizan, gestionan y comercializan giras eco turísticas, por lo general para grupos reducidos.
- Procura reducir todo lo posible los impactos negativos sobre el entorno natural y sociocultural.

Contribuye a la protección de las zonas naturales en varias formas:

- Generando beneficios económicos para las comunidades organizaciones y administraciones anfitrionas que gestionan zonas naturales con objetivos conservacionistas.
- Ofreciendo oportunidades alternativas de empleo y renta a las comunidades locales.
- Incrementando la toma de conciencia sobre conservación de los activos naturales y culturales tanto en los habitantes de la zona como en los turistas.

C. PATRIMONIO CULTURAL

El patrimonio Cultural como el conjunto de las creaciones realizadas por un pueblo a lo largo de su historia. Esas creaciones lo distinguen de los demás pueblos y le dan su sentido de identidad. El patrimonio cultural está formado por los bienes culturales que la historia le ha legado a una nación y por aquellos que en el presente se crean y a los que la sociedad les otorga una especial importancia histórica, científica, simbólica o estética. Es la herencia recibida de los antepasados, y que viene a ser el testimonio de su existencia, de su visión de mundo, de sus formas de vida y de su manera de ser, y es también el legado que se deja a las generaciones futuras (Hevia, 2009).

D. TURISMO CULTURAL

Es un movimiento de personas fuera de su lugar de residencia con la intención de obtener nueva información y experiencia para satisfacer sus necesidades culturales, un turista cultural es aquel no residente que visita y asiste a manifestaciones culturales como museos, espectáculos, ferias artesanales, compra artesanías, músicas o libros sobre la zona visitada, o se interesa por las costumbres y la comida local (Asuaga, 2009).

E. TURISMO COMUNITARIO

El turismo comunitario como toda actividad turística solidaria que permite la participación de la comunidad desde una perspectiva intercultural, manejo adecuado y valoración del patrimonio cultural, basadas en un principio de equidad en la distribución de los beneficios locales (FEPTCE, 2006).

La idea del turismo comunitario es simple, ya que consiste en brindar ayuda a la población local y al mismo tiempo disfrutar de maravillosas vacaciones optando por las rutas que tengan en cuenta e inmescuyan a las comunidades locales. En pocas palabras, se busca un intercambio mutuamente beneficioso (Palau, 2010).

F. EL PRODUCTO

1. Concepto

Es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado, para un confort material o espiritual, en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades requerimiento o deseo de un consumidor.

Normalmente suele estudiarse en detalle el atractivo turístico, como elemento principal de la oferta.

En ellas interviene las cualidades estéticas, culturales, naturales y recreativas de la zona o región que se quiere ofrecer (Rivera & Mención, 2007).

2. Producto turístico

El producto turístico está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado para un confort material o espiritual en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultante de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista (Cárdenas, 2008).

Es la combinación de servicios e infraestructuras turísticas como son el transporte, restauración, entretenimiento y alojamiento, así como los recursos públicos tales como paisajes, lagos, playas. Todos estos elementos se integran formando un destino turístico que tiene un potencial a ser usado para cubrir las expectativas del turista (Bigne, 2010).

3. Diseño del producto turístico

El destino debe estar preparado para disponer de los elementos necesarios, en el nivel de calidad requerido para que los operadores integren los paquetes turísticos, implica una visualización por parte de los agentes del desarrollo de la cadena productiva del turismo y un compromiso colectivo para lograr su fortalecimiento.

G. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1. Definición

Es la búsqueda y sistematización de información relativa a la oferta y la demanda turística en el destino, desde un enfoque físico territorial indica que el diagnóstico consiste en el análisis de los componentes básicos de la estructura turística, oferta y demanda del uso y estructura del territorio, así como del medio ambiente del sitio a planificar (Ricaurte, 2009).

H. POTENCIAL TURÍSTICO

1. Definición del potencial turístico

El potencial turístico de una región depende de la valoración que se realiza sobre sus recursos, así como del nivel de estructuración de sus atractivos en productos turísticos. La valoración de los recursos incluye, como etapa previa, la elaboración de un inventario que integre la información descriptiva más relevante de dichos recursos (Mass, 2009).

2. Diagnóstico de potencialidad turística

El diagnóstico de la potencialidad turística, permitirá conocer las características generales del entorno del área geográfica (territorio) y el verdadero potencial turístico del área donde se pretende realizar un proyecto del turismo (Tierra, 2008).

Este estudio consta de tres partes:

- i. Diagnóstico de las características generales del área
- ii. Análisis del potencial del área
- iii. Zonificación turística

a. Diagnóstico de las características generales del área

Este análisis consiste en la búsqueda de información a través de mapas topográficos, estudios económicos de las entidades locales regionales y nacionales de planificación y administración, información sobre estadísticas y censos, fotografías aéreas o terrestres, directorios locales y regionales y oficinas de turismo gubernamentales locales y regionales, entre otras fuentes de informaciones referentes a los siguientes ámbitos:

Tabla 1: Ámbitos del diagnóstico situacional

ÁMBITO	INFORMACION POR RECABAR
1. Físico espacial	<ul style="list-style-type: none"> • División política administrativa (provincia, cantón, parroquia, barrios, comunidad) • Límites, Vías de acceso
2. Socio cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Etnicidad (nacionalidad y pueblo) • Historia • Población (Total habitantes, número de familias, distribución por género y edad) • Migración • Nivel de instrucción • Profesión u ocupación • Servicios básicos disponibles (agua, energía, alcantarillado, recolección y tratamiento de desechos) • Vivienda (tipo, propiedad, características) • Salud • Educación (tipo de establecimiento, niveles, número de estudiantes y docentes) • Medios de transporte (unidades, frecuencia, precio) • Comunicación • Servicios sanitarios (tipo de baños, letrina, pozo ciego, pozo séptico) • Combustibles utilizados • Abastecimiento de productos
3. Ecológico territorial	<ul style="list-style-type: none"> • Condiciones ambientales de la zona (clima, paisaje natural) • Clasificación ecológica • Usos de suelo (tipos, porcentaje, mapas) • Descripción general de flora y fauna especies endémicas o en peligro de extinción (familia, nombre común y científico, usos) • Hidrología • Problemas ambientales
4. Económico productivo	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades económicas (tipo, ocupación) • Desarrollo actual del turismo en la zona • Participación o interés de la población en el desarrollo turístico
5. Político administrativo	<ul style="list-style-type: none"> • Administración interna (organigrama, composición administrativa, funciones) • -Asociatividad (organizaciones). Análisis respecto al apoyo público o privado para el desarrollo turístico • Instituciones que trabajan en la zona

Fuente: Texto básico de planificación territorial, Tierra, P. (2008).

b. Estrategias metodológicas que facilitan el diagnóstico situacional

- Observaciones
- Estudio de casos
- Investigación de acción participativa
- Autodiagnóstico
- Sistematización de experiencias
- Diagnóstico Participativo

3. Inventario de atractivos turísticos

Considera al inventario de atractivos turísticos como una memoria organizada de zonas, objetos o sucesos que son de interés turístico de un país o región específicos, el cual tiene como propósito identificar, caracterizar, valorar y jerarquizar a un atractivo turístico otorgando bases para la planeación, organización y desarrollo de un producto turístico en una determinada zona turística con potencial en este ámbito. Para su desarrollo es necesario tener conocimientos de materias específicas tales como son teoría turística, administración hotelera, administración del turismo, sociología turística, geografía turista y gastronomía (Martínez, 2011).

El inventario de atractivos turísticos es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que, como conjunto de atractivos, potencialmente puestos en el mercado, proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación, en el sentido de diversificar las áreas del desarrollo turístico. Por esa razón se requiere tener muy en claro los conceptos de atractivos y facilidad turística (MINTUR, 2004).

a. Atractivo turístico

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

b. Facilidad turística

Las facilidades turísticas comprenden el conjunto de bienes y servicios que hacen posible la actividad turística. Se refiere a las instalaciones donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica del turismo.

c. Clasificación de los atractivos

Según el MINTUR 2004, consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo, al cual pertenece el atractivo que se va a hacer inventariado.

Los atractivos se clasifican en dos grupos: SITIOS NATURALES y MANIFESTACIONES CULTURALES. Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos.

En la categoría de **sitios naturales** se reconocen los tipos de montañas, planicies, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos, costas o litorales, ambientes marinos, tierras insulares, sistema de áreas protegidas.

En la categoría **manifestaciones culturales** se reconocen los tipos: históricos, etnográficos, realizaciones técnicas y científicas, realizaciones artísticas contemporáneas y acontecimientos programados.

d. Recopilación de información

Se selecciona tentativamente los atractivos para lo cual se investigan sus características relevantes. Esta fase es documental, cuya información debe obtenerse en las oficinas relacionadas con su manejo.

e. Trabajo de campo

Consiste en la visita a efectuarse a los sitios para verificar la información sobre cada atractivo. Es el procedimiento mediante el cual se le asignan las características al atractivo. El trabajo de campo debe ordenarse en función de los desplazamientos para estimar el tiempo total que demande esta actividad, del que se harán al menos 5 fotografías.

f. Evaluación jerarquización

El inventario de atractivos turísticos debe ser jerarquizado con la finalidad de analizar de forma individual cada atractivo y calificarlo en función de la información y variables tales como son la calidad, apoyo y significado (MINTUR, 2004).

1) Calidad

Es la medida del interés de un atractivo, inherente a sí mismo. Las características que hacen único o relativamente único al atractivo y que motivan la visita de corrientes turísticas. Puntaje máximo 50 puntos.

- **Valor intrínseco:** Significa el valor en sí del atractivo de acuerdo a su naturaleza; es decir escénico, científico, artístico, cultural, etc. Puntaje máximo 15 puntos.
- **Valor extrínseco:** Es el valor convencional en un atractivo; esto es, afectado en magnitud, majestuosidad, monumentalidad, o por hecho o factor circunstancial o accidental (como es el caso de los bienes patrimoniales). Puntaje máximo 15 puntos.
- **Estado de conservación (y/u organización):** Significa el grado de integridad física en que se encuentra un atractivo, tanto desde el punto de vista de su situación original o inicial como a partir de las posibles acciones del ser humano para buscar una mayor vida del atractivo. Para el caso de acontecimientos programados se considera la organización, contenido, programación y cumplimiento del evento. Puntaje máximo 10 puntos.
- **Entorno:** Se refiere al ambiente físico-biológico y sociocultural que rodea un atractivo. Dado que es susceptible de mejoramiento se han asignado 10 puntos como valor máximo.

2) Apoyo

Es la medida de las condiciones físicas y operativas que complementan el atractivo, para contribuir a su difusión y apuesta efectiva en el mercado. Puntaje máximo 25 puntos.

- **Acceso:** Es la infraestructura, medios de comunicación y de transporte que permiten la llegada al atractivo turístico. Puntaje máximo 10 puntos.
- **Servicios:** Este factor comprende tanto las facilidades turísticas como aquellos servicios indispensables para satisfacer las necesidades del turista, en la zona donde está el atractivo, teniendo como área de ubicación un radio de dos horas de recorrido a pie, a caballo o en un automóvil. Se evalúa también en este factor la acción de los comercializadores del turismo en la promoción de los atractivos. Puntaje máximo 10 puntos.

- **Asociación con otros atractivos:** Permite medir el grado de complementariedad de un atractivo al pertenecer o estar ubicado dentro de un conjunto de atractivos, hecho que afecta su difusión en el mercado turístico. Puntaje máximo 5 puntos.

3) Significado

Es la variable que denota la importancia o relevancia de un atractivo en función del área territorial donde es conocido o divulgado. Puntaje máximo 25 puntos.

- **Local:** Este factor está referido al grado de conocimiento del atractivo dentro del área municipal. Puntaje máximo 2 puntos.
- **Provincial:** El conocimiento o difusión abarca una o más provincias. Puntaje máximo 4 puntos.
- **Nacional:** El área de difusión abarca la totalidad del país. Puntaje máximo 7 puntos.
- **Internacional:** El atractivo supera las fronteras y es conocido en otros países. Son generalmente los atractivos promocionados por el turismo receptivo. Puntaje máximo 12 puntos. La comunidad será evaluada como un todo, obviando de esta manera los parámetros de evaluación intrínseco y extrínseco, los valores de estos parámetros serán sumados a los factores de entorno y estado de conservación respectivamente.

Mediante la suma de los valores signados a cada factor y en función de los puntos obtenidos se especifica el rango jerárquico donde se ubica el atractivo (MINTUR, 2004).

Estos rangos son los siguientes:

- 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 según la jerarquización que se les ha asignado, deberán responder aproximadamente a la siguiente descripción:

Jerarquía I

Son aquellos atractivos sin méritos suficientes, pero que de igual forma integran el 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.

Jerarquía II

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

Jerarquía III

Son aquellos atractivos que tienen rasgos excepcionales en un país, los cuales son capaces de interesar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.

Jerarquía IV

Son aquellos atractivos excepcionales de gran valor para el mercado turístico internacional, los cuales son capaces por sí solos de interesar una importante corriente de visitantes actual o potencial. (MINTUR, 2004)

I. PATRIMONIO INMATERIAL

“Se entiende por “Patrimonio Cultural Inmaterial” los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas, junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes que las comunidades, los grupos, y en algunos casos los individuos, reconozcan como parte integrante de su Patrimonio Cultural. Este Patrimonio Cultural Inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad. Contribuye así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana” (INPC, 2011).

1. Inventario Patrimonial

a) Ámbitos del patrimonio inmaterial

1) Tradiciones y expresiones orales

“Es la transmisión de generación en generación del conocimiento y del saber de las diversas sociedades y grupos que tienen relación directa con relatos de hechos históricos, acontecimientos míticos, y expresiones del sentir popular. Se incorporan aquí los mitos, leyendas, cuentos, las plegarias y expresiones de la poesía popular como coplas, amorfinos, creencias, así como narraciones de la historia local. Las lenguas y dialectos son considerados como vehículos de la transmisión de los conocimientos.

2) Artes del espectáculo

Son las manifestaciones propias de un pueblo que tiene que ver con la creatividad, que se han ido transmitiendo en generación en generación y que han ido adquiriendo nuevos significados con el pasar del tiempo. Aquí se incluye la puesta en escena de expresiones de danza, música, teatro, literatura y juegos tradicionales.

3) Usos sociales, rituales y actos festivos

Actividades que estructuran la vida de la comunidad y grupos sociales reafirmando su identidad, realizados en espacios públicos o privados, en contextos sagrados o profanos, en el área rural o urbana y que pueden estar asociadas al ciclo vital de los individuos y grupos, al calendario agrícola o estacional y otros sistemas espaciales y temporales entre las que se puede incluir; las fiestas, las prácticas comunitarias tradicionales, los ritos.

4) Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo

Es el conjunto de conocimientos, técnicas, competencias, prácticas y representaciones desarrolladas y mantenidas por las comunidades en la interacción con su entorno natural y que se transmiten de generación en generación. Entre ellos están los conocimientos sobre alimentos y cocina (gastronomía), medicina tradicional, espacios simbólicos, toponimia, técnicas productivas tradicionales y sabiduría ecológica tradicional.

5) Técnicas artesanales tradicionales

Conjunto de actividades de carácter esencialmente manual entre las que se encuentran las técnicas artesanales y constructivas. Se trata acaso de las manifestaciones más “tangibles” del Patrimonio Inmaterial; sin embargo, de lo que se ocupa a este ámbito es de los conocimientos y el saber hacer transmitidos de generación en generación más que de los objetos o productos de la artesanía.” (INPC, 2011).

J. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es el análisis de los mercados potenciales ya sea para un producto o servicio, sus condiciones y exigencias a través de una rigurosa investigación que comprende la selección e información del mercado (Miranda, 2012).

Mercado es el área en el cual convergen las fuerzas de la oferta y la demanda para establecer un precio único y, por lo tanto, la cantidad de las transacciones que se vayan a realizar (Arboleada, 2009).

1. Oferta Turística

La oferta turística es el conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y sociocultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico que es puesto a disposición de los públicos en un mercado competitivo.

La oferta turística es el conjunto de servicios puestos efectivamente en el mercado.

La oferta turística mundial es cada día más variada en bienes y servicios.

La oferta turística está relacionada con otros sectores de la vida nacional: la agricultura, la industria, la minería, el comercio, la educación, la religión (Rodríguez, 2008).

2. Análisis de la demanda

Se refiere a la demanda como la búsqueda de necesidades o satisfacciones que tienen los clientes, existen varios factores que inciden en el comportamiento de los mismos los cuales son: el ingreso de los consumidores, ya que al tener un mayor ingreso incide en el adquirir productos de mayor valor, también se encuentra entre los factores la cantidad de los consumidores, precio de los bienes complementarios, precio de los bienes sustitutos, gustos, preferencias, expectativas (Sapag, 2011).

a. Muestra

La muestra es la parte del universo, la muestra en el proceso cualitativo es un grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea representativo del universo o población que se estudió (Hernández, 2008).

La composición y tamaño de la muestra cualitativa depende del desarrollo del proceso inductivo de investigación a desarrollar, del cual existe una gran diversidad de estudios que varían con los tamaños de la muestra a investigar.

b. Análisis de la competencia

1) Competencia

La competencia son todas aquellas empresas que elaboran y venden lo mismo que usted y la misma clientela de su mercado meta. La competencia es necesaria investigarla y analizarla, para ello debemos recabar información sobre nuestra representativa ubicación, cuántos son, productos que ofrecen, quienes son sus clientes, porque lo compran, que piensan sus clientes de sus productos, cuáles son sus tácticas y formas de publicidad, cuáles son sus formas de distribución (Koch, 2006).

K. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área. Técnicamente existirían diversos procesos productivos opcionales, cuya jerarquización puede diferir de la que pudiera realizarse en función de su grado de perfección financiera. Por lo general, se estima que deben aplicarse los procedimientos y tecnologías más modernos, solución que puede ser óptima técnicamente, pero no ser lo financieramente (Ponce, 2012).

1. Componentes del Producto turístico

a. Atractivos

Son todos los elementos que hacen que el turista escoja ese destino y no otro. Contribuye la materia prima en el cual el núcleo se organiza.

b. Facilidades

Son un complemento del producto turístico. No generan flujo turístico pero la falta de estas puede impedir la presencia de los turistas.

c. Accesos

Son indispensables para que el turista llegue al destino ya que estos son los medios para que esto sea posible.

d. Herencia cultural de un pueblo

Es algo muy importante siempre y cuando la expectativa del turista sea conocer culturas, lugares, eventos sociales, estilos de vida autóctonos, etc. Es una importante motivación para los turistas.

2. Diseño del producto turístico

Todo diseño de productos turísticos debe ser considerado como un trabajo artístico, original, con los siguientes objetivos, rentabilidad económica, social y ambiental, la satisfacción de la demanda (Chaviano, 2011).

a. Etapas del diseño de los productos

El proceso está compuesto por varias etapas, que bien llevadas, deben conducir, a excelentes resultados para los destinos turísticos.

1) Planificación del territorio

Supone que los territorios han decidido, a través de sus planes de ordenamiento, acoger el turismo como una opción seria de desarrollo económico y social.

2) Investigación de los mercados

Sin ello no es posible el diseño de un producto turístico, se debe adelantar independientemente y con los mejores niveles de profundidad. Debe arrojar información detallada sobre los segmentos de mercado que le interesa al destino.

3) Prestación del servicio

Refuerzo de los temas de calidad en los empresarios del destino. Aunque este se hace presente en todo el proceso, la cultura de calidad se logra mediante ejercicios permanentes.

4) Promoción de la inversión

Esfuerzo conjunto de los agentes del desarrollo turístico de destino para “vender” a los inversionistas de otras regiones y países los proyectos que han surgido en los planes de desarrollo turístico (Chaviano, 2011).

L. ESTUDIO MERCADOTÉCNICO

1. Definición de estrategias de comercialización y ventas

Una vez diseñado el producto, debe desarrollarse una estrategia comercial. Desde el punto de vista del marketing, es la primera y más importante de las variables de marketing - mix. Si una empresa no tiene el producto adecuado para estimular la demanda, no puede llevar a cabo de forma efectiva ninguna acción comercial. Se puede decir que el producto es el punto de partida de la estrategia de marketing.

Desde el punto de vista comercial, producto designa cualquier bien o servicio, o la combinación de ambos, que poseen un conjunto de atributos físicos y psicológicos que el consumidor considera que tiene un bien para satisfacer sus deseos o necesidades (De la Colina, 2009).

Se tomó en cuenta las 4C`s:

Jerome McArthy desarrolló las "4 P's" de la mercadotecnia desde hace cuarenta años. Ahora han evolucionado hacia las 4C.

Producto es ahora Cliente.

No basta con tener un producto para vender. Ahora se requiere desarrollar un producto o servicio que el cliente pida. Los clientes cada día están más informados y son más selectivos.

Los esfuerzos de las empresas ahora se orientan no sólo a ofrecer un buen producto, sino un buen servicio.

Promoción se convierte en Comunicación.

Ahora se trata de hacer campañas interactivas con los clientes. Es por esto que ahora hay que aprovechar todos los mecanismos de comunicación (internet, mensajes celulares, etc.) para establecer una comunicación con los clientes, para informarles, con permiso de ellos, de las ventajas de nuestra empresa y de nuestros productos.

Precio es Costo.

Ya no se trata de manejar un buen precio. Se trata de que el cliente tenga un menor costo de adquisición y de uso.

Plaza se vuelve Conveniencia.

Plaza es el lugar donde llega el cliente a hacer sus compras. Facilitar la compra (por medio de internet, por teléfono etc.), aceptar diferentes medios de pago, contar con lugares de estacionamiento, vías de acceso, entrega a domicilio, horarios más amplios, etc. es hacerle más conveniente al cliente en venir con nosotros. Todo aquello que ayude a que el consumidor se estrese menos al comprar, le ayude a ahorrar tiempo y en general le facilite adquirir lo que necesita es ahora tomado en cuenta.

2. Estrategias para el producto turístico

Tendrá que decidir si se dirige a nuevos mercados o hacia los actuales, y, por otro lado, las acciones sobre el mercado escogido pueden realizarse con los productos actuales o con nuevos productos. Si se combinan estas opciones, se consiguen cuatro estrategias turísticas (Ibid, 2009):

a. De penetración: Incrementar la cuota global del mercado, ofertando el mismo producto existente sin incorporar ninguna modificación o mejora.

b. De desarrollo del producto turístico: Actuar sobre los mercados turísticos actuales,

incorporando nuevos productos que surjan como variaciones de los productos turísticos existentes. Extensiones en la línea básica o con productos sustitutivos.

- c. De extensión del mercado turístico:** Utilizar el mismo producto turístico, intentando atraer nuevos consumidores turísticos, bien por su oferta a regiones poco explotadas hasta el momento (sol y playa en el mercado ruso), o bien por la identificación de nuevos segmentos del mercado.

3. Costo de los servicios turísticos

El costo es la expresión monetaria de los consumos de los factores de producción (tierra, trabajo, capital y tecnología) consumidos en la actividad turística, es decir, el valor de las cantidades de los factores incorporados al proceso productivo. El costo total de producción de un bien o servicio es el equivalente monetario de todos los factores consumidos en la obtención del mismo y está integrado por costos fijos y variables (Oñate & Ricaurte, 2006).

El costo fijo, es el que dentro de una determinada estructura de producción permanece invariable respecto al volumen producido, mientras que el costo variable es el equivalente monetario de los valores que varían según los volúmenes de producción.

4. Canal de distribución

Dentro del marketing turístico, los canales o redes de distribución son la estructura que se forma en un mercado turístico por el conjunto de organizaciones, con el objetivo principal de facilitar y poner a disposición de los posibles compradores los productos de los diferentes fabricantes realizando la concreción de la venta, confirmándola y efectuando su cobro (Colina, 2009).

5. Comunicación Turística

La comunicación turística es una de las herramientas más importantes con que cuentan las empresas turísticas y debe ser planificada y gestionada atendiendo a criterios racionales y buscando una coherencia absoluta con los planteamientos estratégicos genéricos de la empresa (Mármol & Ojeada, 2012).

El objetivo fundamental de la comunicación es informar, dar a conocer, recordar y convencer a los clientes para incitarles a comprar, fidelizarles o para que se conviertan en clientes de forma inmediata, además de crear una imagen de la empresa.

En turismo la comunicación se establece antes, durante y después de la prestación de los servicios y todos los prestadores de los servicios contribuyen a la imagen que el cliente se forma del producto, destino y de las empresas turísticas que intervienen en el proceso.

M. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

1. Concepto

El estudio administrativo en un proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto. Este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte, se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales. Finalmente se muestra el aspecto legal, fiscal, laboral y ecológico que debe tomar en cuenta toda organización para iniciar sus operaciones o bien para reorganizar las actividades ya definidas (Moreno, 2008).

N. ESTUDIO LEGAL

1. Marco legal

En este rubro de la elaboración de proyectos de inversión se debe dejar muy claro el tipo de personalidad jurídica que tiene la empresa, pudiendo ser Persona física o Persona moral. En caso de ser persona moral será necesario fundamentar el tipo de sociedad a partir de lo establecido en el código mercantil dentro de la Ley General de Sociedades Mercantiles (Moreno, 2008).

O. IMPACTO AMBIENTAL

El impacto ambiental es la alteración del medio ambiente, provocada directa o indirectamente por acciones humanas o actividad en un área determinada. El autor, opina y menciona que los impactos ambientales pueden ser positivos o negativos, es decir, beneficiosos o tener impacto. En el presente trabajo se hará referencia a impacto ambiental en su connotación negativa, pues son éstos los que deben ser minimizados en un proyecto (Obando, 2008).

Se llama Evaluación de Impacto Ambiental (EIA) al procedimiento técnico administrativo que sirve para identificar, prevenir e interpretar los impactos ambientales que producirá un proyecto en su entorno en caso de ser ejecutado, todo ello con el fin de que la administración competente pueda aceptarlo, rechazarlo o modificarlo (UE, 2011).

1. Matriz de lázaro lagos.

La Matriz de lázaro lagos está determinada en primera instancia por los componentes ambientales que están siendo afectados o estudiados como: agua, Aire, suelo, flora y fauna, entre otros. Así como también las actividades que se realizan en proyecto, para posteriormente desembocar en los impactos generados. Para la evaluación de los componentes se han determinado nueve criterios (Caballero, 2006).

a. Parámetros para la Evaluación de Impactos Ambientales

1) **Naturaleza.** Dependiendo si el impacto es positivo (+) o de lo contrario de ser negativo (-)

2) **Magnitud.** La magnitud se determina a través de tres rangos:

1: Baja intensidad. Cuando el área afectada es menor a 1 ha.

2: Moderada intensidad. Cuando el área afectada esta entre 1 a 10 ha

3: Alta intensidad. Cuando el área afectada es mayor a 10 ha

3) **Importancia.** Se determina a través de cuatro rangos de evaluación

0: Sin importante importancia

1: Menor importancia

2: Moderada importancia

3: Importante importancia

4) **Certeza.** Se determina a través de tres rangos definidos con letras

C (Certeza): Si el impacto ocurrirá con una probabilidad del 75%

D (Duda): Si el impacto ocurrirá con una probabilidad de entre 50 a 75%

I (Indeterminado): Si se requiere de estudios específicas para evaluar la certeza del impacto

5) Tipo. Se define a través de:

(Pr): Primario. Si el impacto es consecuencia directa de la implementación del proyecto.

(Sc): Secundario. Si el impacto es consecuencia indirecta de la implementación del proyecto.

(Ac): Si el impacto es consecuencia de impactos individuales repetitivos.

6) Reversibilidad. Puede ser de dos tipos:

1: Reversible. Si el impacto es transformable por mecanismos naturales.

2: Invertible. Si el impacto no es transformable por mecanismos naturales.

7) Duración. Se determina a través del tiempo en:

1: A corto plazo. Si el impacto permanece menos de 1 año.

2: A mediano plazo. Si el impacto permanece entre de 1 a 10 años.

3: A largo plazo. Si el impacto permanece más de 10 años.

8) Tiempo en aparecer. Determinado también por el tiempo se clasifica en:

C: Corto plazo. Si el impacto aparece inmediatamente o dentro de los primeros 6 meses posteriores a la implementación del proyecto.

M: Mediano plazo. Si el impacto aparece entre 9 meses a 5 años después de la implementación del proyecto.

L: Largo plazo. Si el impacto aparece en 5 años o más a la implementación del proyecto.

9) Considerado en el proyecto. Se define por las alternativas:

S: Si. Si el impacto fue considerado en el proyecto.

N: No. Si el impacto no fue considerado en el proyecto.

Posteriormente se debe determinar el sistema de mitigación más adecuado dependiendo del estado de conservación y del ambiente en general.

En el siguiente cuadro se indica la evaluación de impactos ambientales para la implementación del centro de interpretación cultural.

P. ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO

1. Análisis Económico

Análisis económico ayuda a verificar como generar resultados de una empresa y como mejorarlos. Es la relación entre el beneficio antes de intereses e impuestos (beneficio bruto) y el activo total. Se toma el BAI para evaluar el beneficio generado por el activo independientemente de cómo se financia el mismo, y por tanto, sin tener en cuenta los gastos financieros. Beneficio antes de intereses e impuestos (BAI)-Activo total. El ratio de rentabilidad económica también es denominado ROI (del inglés return on investments, rentabilidad de las inversiones), (Prieto & Espinosa, 2013).

2. Análisis Financiero

La rentabilidad del proyecto a largo plazo se realiza a partir del estudio financiero. En base al cálculo del Flujo de Caja, Valor Actual Neto Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio - Costo y el Periodo de Recuperación de la Inversión. Mientras en el análisis económico consideramos ventas y gastos (transacciones económicas), en el análisis financiero consideramos ingresos y egresos (flujos reales de dinero hacia y desde la empresa) (Cohen, 2009).

a. Flujo de Caja

El flujo de caja es la suma de los ingresos totales actualizados menos los egresos totales actualizados.

Factor de actualización =

$$\frac{1}{(1+i)^n}$$

Flujo de Caja = ingresos actualizados - egresos actualizados

b. Valor Actual Neto

Es el valor actualizado de los flujos netos de caja esperados de una inversión (Escribano, 2011).

Se define como el valor actualizado de todos los flujos de caja esperados (positivos o negativos, si son negativos existe necesidad de financiación, pero esto en la fórmula se obvia asumiendo que se dispone de dinero desde el principio para cubrir los posibles negativos), es decir la diferencia entre los cobros y los pagos originados, en valor actual.

Se valora también sobre los flujos de caja, y mide en el momento de hoy la cantidad de dinero actualizada (excluida la cantidad invertida) que se recibe por el dinero que en su día se invirtió.

Precisa de un dato, que es la tasa de descuento o el tipo de interés considerado por la empresa para sus inversiones, de modo que se pueda valorar con realismo el dinero "generado o ganado" por el negocio, más allá de una posible inversión alternativa (en un banco, por ejemplo).

$VAN = \text{Sumatoria de Ingresos descontados} - \text{Sumatoria de desembolsos descontados}$.

c. Tasa interna de retorno o rendimiento (TIR)

Es aquel tipo de actualización o descuento, i , que hace igual a cero el valor de capital (Escribano, 2011).

Si $TIR > K$ - Proyecto de inversión rentable

Si $TIR < K$ - Proyecto de inversión no rentable.

Se define como el tipo de rendimiento que anula el VAN, de modo que evaluando este TIR frente a los criterios de rendimiento financiero de la empresa, podamos determinar si la inversión merece o no la pena. El TIR es un concepto teórico que busca la tasa que iguala la inversión puesta a un tipo de interés desde el momento cero, con los resultados año a año, puestos a ese mismo tipo de inversión. Este cálculo requiere otras consideraciones, sencillas si todos los márgenes de los años son positivos, y que deben tener en cuenta otras consideraciones si son negativos.

$$TIR = i + \frac{VAN_1}{1 + (i_1 - i_2)} - \frac{VAN_2}{1 + (i_1 - i_2)}$$

d. Período de recuperación o Payback

Se define como el plazo de tiempo en el que los flujos de caja descontados permiten la recuperación del desembolso realizado (Escribano, 2011).

Para obtener el periodo de recuperación del capital, se divide 100 para la tasa interna de retorno. Así, el período de recuperación del capital se manifiesta en período de año y meses.

$$\text{Payback} = 100/\text{TIR}$$

e. Relación Costo/Beneficio

Cuando los resultados y costos del proyecto pueden traducirse en unidades monetarias, su evaluación se realiza utilizando la técnica del Análisis Costo-Beneficio (ACB). Así sucede en los proyectos económicos.

$$\text{B/C} = \frac{\text{Sumatoria de ingresos descontados + valor de salvamento descontado}}{\text{Sumatoria de egresos descontados + inversiones descontadas}}$$

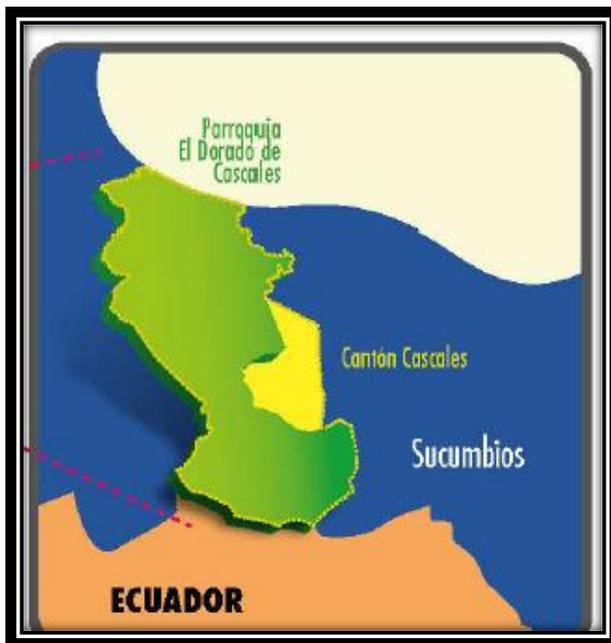
VI. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

Para la implementación del producto turístico cultural se ejecutó en el país Ecuador, provincia de Sucumbíos, cantón Cascales, parroquia Dorado de Cascales en la comunidad Taruka.

Mapa 1: Localización del producto turístico cultural



Fuente: PDOT Cantonal de Cascales

Elaborado por: Proambiente, 2014

2. Ubicación geográfica

Coordenadas proyectadas UTM Zona 17N, Datum WGS 84

X: 929864 E

Y: 9997497 N

3. Características climáticas

- a) **Promedio Anual de Temperatura:** 26°C y los 35°C ° aprox. en promedio
- b) **Promedio Anual de Precipitación:** 3000 mm anuales
- c) **Humedad Relativa:** El valor máximo se da en el mes de junio con 94,5% en el verano y el mínimo de 87,33% correspondiente septiembre en la época invernal.
- d) **Clima:** la comunidad Taruka se encuentra en el cantón Cáscales razón por la cual las características climáticas son similares en toda su zona; está ubicado en el bosque húmedo tropical, tiene un clima que va desde templado húmedo en las estribaciones de la cordillera. El Bermejo a un tropical lluvioso en la cuenca amazónica, muy caluroso y muy húmedo con temperaturas promedio que oscilan entre los 26C° y los 35°C. Con precipitación promedio de 3.000mm anuales. La presentación de lluvias durante el año es bastante regular, siendo los meses con mayor intensidad de lluviosa en abril a junio y menos intenso julio y noviembre. (Municipio de Cascales, 2012)

4. Clasificación Ecológica

Clasificación ecológica según el (MAE, 2012).

a. Sector Tierras bajas.

1) Bosque siempre verde

Conjunto de comunidades vegetales inundadas, constituido sobre todo por biotipos de grandes hierbas dicotiledóneas gramíneas y ciperáceas, que forman pantanos emergentes y flotantes, que en Ecuador se denominan gramalotes, los cuales pueden ocupar extensiones importantes en las llanuras aluviales recientes de los ríos amazónicos, sobre todo en antiguas lagunas de meandros abandonados tanto de ríos de origen andino como de origen amazónico en avanzado proceso de colmatación. También se distribuyen en situaciones topográficas deprimidas y pantanosas de las zonas de llanura amazónica y en los sistemas lacustres Lagartococha-Imuya, Cuyabeno, Garza cocha, Pañacocha, Jatun Cocha, Garza yacu. Estos pantanos con matriz de herbazal, incluyen en diversas situaciones un componente leñoso abierto o disperso, principalmente arbustos o

arbolitos palustres (*Macrolobium acaciifolium*, *Pachira aquatica*) y en algunas zonas también palmas (*Mauritia flexuosa*, *Mauritiella armata*, *Mauritiella aculeata*).

En gran parte de su distribución este sistema cubre pequeñas extensiones, sin embargo, en situaciones de planicies o depresiones topográficas extensivas, este sistema puede ocupar grandes extensiones continuas. Debido a su amplia distribución, este sistema es adyacente a distintos humedales, que varían en importancia, según la ubicación geográfica.

B. MATERIALES

1. Materiales y equipos

a. Materiales

Papel bond, porta minas, papelotes, esferográficos, marcadores, cinta adhesiva, libreta de campo

b. Equipos

Equipo fotográfico, GPS, libreta de campo, computador, impresora, grabadora de audio, cámara de fotos.

C. METODOLOGÍA

De acuerdo con los objetivos planteados y para el cumplimiento de los mismos, se aplicó la siguiente metodología:

1. Realizar el diagnóstico del potencial turístico de la comunidad

a. Diagnóstico situacional

Se realizó el diagnóstico situacional donde incluyen los siguientes ámbitos

Tabla 2: Ámbitos tomados en cuenta para el auto diagnóstico

1. Físico Espacial	Limites, Vías de acceso, Hidrografía, geología
2. Socio Cultural	Etnicidad, Historia, Población, Migración, Nivel de instrucción, Profesión, Servicios básicos, Vivienda, Salud, Educación, Medios de Transporte, Comunicación, Servicios sanitarios,
3. Ecológico Territorial	Condiciones ambientales de la zona (clima, paisaje natural) Clasificación ecológica Usos de suelo (tipos, porcentaje, mapas) Descripción general de flora y fauna especies endémicas o en peligro de extinción (familia, nombre común y científico, usos) Hidrología Problemas ambientales
4. Económico Productivo	Actividades económicas (tipo, ocupación) Desarrollo actual del turismo en la zona Participación o interés de la población en el desarrollo turístico
5. Político Administrativo	División política administrativa (provincia, cantón, parroquia, barrios, comunidad) Administración interna (organigrama, composición administrativa, funciones) Asociatividad (organizaciones) Análisis respecto al apoyo público o privado para el desarrollo turístico Instituciones que trabajan en la zona

Fuente: Texto básico de planificación territorial, Tierra, P. (2008).

b. Inventario de atractivos turísticos

Se realizó el inventario de atractivos naturales y culturales para lo cual se utilizó la metodología propuesta por MINTUR (2004). Permitiendo una identificación de los principales atractivos y recursos naturales y culturales de la zona a través de un taller con los representantes de la localidad.

Aportará además en brindar tanto a las entidades públicas como privadas ligadas al turismo, información actualizada de la localización de los atractivos culturales, naturales su calidad, facilidades de acceso y disfrute en su entorno, a más de una evaluación y valoración de los mismos por sus características. Se realizó las siguientes actividades:

- Categorización: consta de categoría, tipo y subtipo.

- Valoración: consta de calidad (valor intrínseco y valor extrínseco), apoyo, servicios y significado.
- Jerarquización: deberá responder aproximadamente a la descripción de Jerarquía I, Jerarquía II, Jerarquía III, Jerarquía IV.

c. Inventario del patrimonio cultural inmaterial

Para el inventario del patrimonio cultural inmaterial se tomó en cuenta los ámbitos y sub-ámbitos que propone la UNESCO 2003 para la clasificación del patrimonio cultural, ratificados en el Instructivo de Registro e inventario del Patrimonio Cultural Inmaterial del INPC 2011.

- Tradiciones y expresiones orales
- Artes del espectáculo
- Usos sociales, rituales y actos festivos
- Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo
- Técnicas artesanales tradicionales

2. Realización del estudio de mercado

a. Estudio de oferta

Se analizó la información secundaria de la oferta actual de turismo a través de Ministerio de Turismo.

b. Estudio de demanda

Para realizar el análisis de la demanda existente, se aplicó una encuesta donde se tomó como universo de estudio el número de turistas, nacionales y extranjeros, que llegaron a la Reserva Cuyabeno durante el año 2014, de este universo se tomará una muestra utilizando la fórmula de la muestra para poblaciones finitas la misma que se detalla a continuación:

$$\frac{Pq * N}{(N - 1) \left[\frac{e}{Z} \right]^2 + Pq}$$

Dónde:

n= tamaño de la muestra

N= universo de estudio

p = probabilidad de ocurrencia, equivalente a 0,5

q = probabilidad de no ocurrencia, equivalente a 0,5

e = el margen de error (7%)

z = nivel de confianza (1,64)

La encuesta fue aplicada en la ciudad de Lago Agrio, permitió obtener datos sociodemográficos y psicográficos, con lo cual se determinó el perfil del turista nacional y extranjero.

c. Confrontación oferta y demanda

Se realizó la proyección de la demanda insatisfecha, se determinó la demanda objetiva proyectada para la vida útil del proyecto donde se aplicó la fórmula del incremento compuesto (Muñoz, 2004)

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

Donde:

C_n =Incremento compuesto

C_o =Número de clientes iniciales

i = Mintur la tasa de crecimiento turístico nacional para el año 2014 fue de 14%.

n =Años a proyectar.

3. Estudio técnico

a. Localización del proyecto

Se consideró la macro localización y micro localización.

b. Definición del producto turístico

Se definió el producto tomando en cuenta la información obtenida en el estudio de mercado. Se determinó las alternativas que puedan ser implementadas en la comunidad y mediante un consenso se fijó la mejor opción para la implementación.

Se realizó una descripción de los servicios, áreas de servicios y la capacidad que va a tener el proyecto, la disponibilidad de materias primas, la tecnología, el financiamiento, la organización.

c. Diseño técnico arquitectónico

Se consideró lo siguiente aspectos, diseño arquitectónico, distribución de la construcción, decoración de interiores, áreas de servicios.

d. Definición del proceso productivo

Se realizó mediante el manual de procedimientos por área, requerimientos de mobiliarios y equipos, costo de la obra, procesos de operación, flujogramas del proceso productivo.

e. Análisis del producto

- La marca, que es el nombre comercial que se le otorga al producto

4. Elaborar el estudio comercial

Se acudió a la información que nos proporciona el perfil del turista nacional y extranjero para definir las preferencias del consumidor, y en base a estas se elaboró estrategias para el posicionamiento del proyecto en el mercado turístico.

a. Determinación del nicho del mercado

Se determinó el mercado en base al perfil del turista.

b. Estructuración del marketing mix

El marketing mix se estructuró con la estrategia de las 4Cs

- 1) Cliente
- 2) Comunicación
- 3) Costo
- 4) Conveniencia.

5. Elaborar el estudio ambiental

Para determinar la viabilidad ambiental se estableció los posibles impactos ocasionados por la implementación de un producto turístico, se realizó la evaluación de impactos: biológicos sobre

los recursos naturales y el paisaje, los recursos socio económicos. Para eso se utilizó la metodología de matrices de interacción (causa-efecto) desarrollada por Lázaro Lagos. Después del análisis ambiental se determinó los impactos y se planteó acciones correctivas con su concerniente presupuesto.

6. Elaborar el estudio administrativo legal

Para el cumplimiento del presente objetivo se realizó los siguientes pasos:

a. Planificación estratégica

Para la planificación estratégica se tomó en consideración los siguientes aspectos a elaborarse: misión, visión, objetivos y políticas del producto.

b. Estudio administrativo

Para el estudio administrativo se determinó los siguientes aspectos:

- 1) Organigrama estructural y funcional
- 2) Manual de funciones de cada área
- 3) Reglamento para encargados y visitantes

c. Estudio legal

Para el estudio legal se consideró el marco legal y la normativa relacionada con el sector turístico para la legalización y el funcionamiento del proyecto.

7. Estudio económico-financiero

Para el cumplimiento de este objetivo se trabajó en base al estudio de mercado y se identificaron los ingresos y egresos del estudio técnico y económico. Se determinó la rentabilidad del proyecto, mediante indicadores como lo son el flujo de caja, relación costo/beneficio, VAN y TIR, y tiempo de recuperación de capital.

VII. RESULTADOS

A. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA COMUNIDAD

1. Información General

a. **Ubicación Geográfica**

La comunidad Taruka pertenece a la parroquia Dorado de Cascales, cantón Cascales, provincia de Sucumbíos, está ubicada a 9 km por vía lastrada, desde el puente de Cascales, al margen izquierdo en la vía que conecta Cascales-Lago Agrio.

Para obtener información acerca de la comunidad se puede acudir directamente a la comunidad Taruka, o a las oficinas del consejo provincial de Sucumbíos, que se encuentra en el cantón Lago Agrio.

Mapa 2: Ubicación de la comunidad



Fuente: IGM 25 000

Elaborado por: Proambiente, 2014

b. **División política administrativa**

- 1) **Región:** Amazonía
- 2) **Provincia:** Sucumbíos
- 3) **Cantón:** Cascales
- 4) **Comunidad:** Taruka

c. Límites

- 1) **Norte:** Comunidad Nakay
- 2) **Sur:** Comunidad Edsa
- 3) **Este:** Comunidad San Antonio
- 4) **Oeste:** Finqueros colonos

d. Vías de acceso

Para acceder a la comunidad de Taruka nos trasladamos desde la ciudad de Cascales a la comunidad son 9km, el camino para llegar a Taruka es de tercer orden, hasta el sitio se llega solo en camionetas de flete o vehículo propio no existe transporte que lleve a la comunidad, el tiempo de viaje de Cascales a Taruka es de 1 hora y media de viaje. (Proambiente, 2014)

2. Ámbito ecológico territorial

a. Medio Físico

1) Clima

Taruka se encuentra en el cantón Cáscales razón por la cual las características climáticas son similares en toda su zona; está ubicado en el bosque húmedo tropical, tiene un clima que va desde templado húmedo, en las estribaciones de la cordillera el Bermejo, a un tropical lluvioso en la cuenca amazónica, muy caluroso y muy húmedo con temperaturas promedio que oscilan entre los 26°C y los 35°C, con precipitación promedio de 3.000mm anuales. La presentación de lluvias durante el año es bastante regular, siendo los meses con mayor intensidad de lluviosa en abril a junio y menos intenso julio y noviembre.

2) Orografía y altitud

En la zona noroccidental está atravesado por la cordillera el Bermejo con 1.100 msnm y en la parte más alta hacia el cantón Sucumbíos, alcanza hasta los 2.100 msnm. La zona subandina se presenta al pie de la vertiente oriental de la cordillera, corresponde a estructuras sedimentarias y distribuidas por movimientos tectónicos se asemeja a una tercera cordillera, formada por relieves que van de moderados a fuertes, desarrollados a partir de rocas areniscas, calizas, arenas, conglomerados y arcillas cubiertas parcialmente por cenizas volcánicas.

Luego se tiene hacia el oriente, el resto del territorio que corresponde a la llanura amazónica u hoya amazónica que se extiende entre los 600 y 240 msnm con un relieve uniforme de pequeñas colinas suaves, originadas por la erosión de la región montañosa, se tiene una extensión de pequeñas colinas desarrolladas sobre sedimentos arcillosos.

3) Hidrografía

El cantón se encuentra atravesado por una red hidrográfica muy rica, al norte se encuentra el río San Miguel, el mismo que es navegable desde el río Bermejo hasta su desembocadura en el río Putumayo. En la parte central del cantón se encuentra el río Aguarico que lo atraviesa de oeste a este, es navegable, desde el Puerto Libre hasta su desembocadura en el río Napo, al pasar por el cantón lo divide en dos sectores; al sur el río Coca que es navegable desde el recinto San Salvador hasta su desembocadura en el río Napo, sirve además de límite provincial.

A lo largo del cantón Cascales se encuentran ríos de menor afluencia como: Duvino, Cascales, Loroyacu, Cristal, Aguas Blancas, Sarayacu, Bermejo, Pescadito, Negro, Venado, Boyasé, Taruka, y Betano.

También el cantón cuenta con lagunas que en algunos casos sirven como fuentes y terminales de pequeñas vertientes. Sin embargo, el principal cuerpo de agua que involucra el proyecto es el río Taruka.

4) Relieve

Relieve uniforme de pequeñas colinas suaves, originadas por la erosión de la región montañosa, se tiene una extensión de pequeñas colinas desarrolladas sobre sedimentos arcillosos.

5) Tipo de suelo

Presentan en general una textura arenosa y arcillosa. A partir del río Aguarico hacia el norte, es fundamentalmente arcillosa; hacia el sur, son suelos arenosos y se tiene también suelos negros siendo estos los más aptos para la agricultura.

6) Usos del suelo

Los usos que se le da al suelo son para la agricultura, para la vivienda y para el turismo. Cuenta con un potencial recurso forestal como riqueza natural.

El área de estudio se encuentra dentro de la zona poblada de la comunidad Taruka, su uso está determinado por un 70% cultivos de pastos y un 30 % de bosques secundarios (árboles tropicales). (Proambiente, 2014)

b. Medio Biológico

Clasificación ecológica según el (MAE, 2012).

a) Sector Tierras bajas

1) Bosque siempre verde

Conjunto de comunidades vegetales inundadas, constituido sobre todo por biotipos de grandes hierbas dicotiledóneas (forbias), gramíneas y ciperáceas, que forman pantanos emergentes y flotantes, que en Ecuador se denominan gramalotes, los cuales pueden ocupar extensiones importantes en las llanuras aluviales recientes de los ríos amazónicos, sobre todo en antiguas lagunas de meandros abandonados tanto de ríos de origen andino como de origen amazónico en avanzado proceso de colmatación. También se distribuyen en situaciones topográficas deprimidas y pantanosas de las zonas de llanura amazónica y en los sistemas lacustres Lagartococha-Imuya, Cuyabeno, Garza cocha, Pañacocha, Jatun Cocha, Garza yacu. Estos pantanos con matriz de herbazal incluyen en diversas situaciones un componente leñoso abierto o disperso, principalmente arbustos o arbolitos palustres (*Macrolobium acaciifolium*, *Pachira aquatica*) y en algunas zonas también palmas (*Mauritia flexuosa*, *Mauritiella armata*, *Mauritiella aculeata*).

En gran parte de su distribución este sistema cubre pequeñas extensiones, sin embargo, en situaciones de planicies o depresiones topográficas extensivas, este sistema puede ocupar grandes extensiones continuas. Debido a su amplia distribución, este sistema es adyacente a distintos humedales, que varían en importancia, según la ubicación geográfica.

i. Flora

Cabe recalcar que no se ha realizado un estudio de la flora específica de la comunidad, solo contamos con las plantas más representativas de Taruka.

Tabla 3:Lista de la flora representativa

N.º	Nombre común	Nombre científico	Familia	Uso
1	Cacao silvestre	<i>Herrania balaensis</i>	Sterculiaceae	Alimenticio
2	Jenjibre	<i>Zingiber officinale</i>	Zingiberaceae	Medicinal
3	Caimito	<i>Pouteria caimito</i>	Spotaceae	Alimenticio
4	Guaba	<i>Psidium guajava</i>	Myrtaceae	Alimenticio
5	Achiote	<i>Bixa Orellana</i>	Bixaceae	Alimenticio
6	Ayawasca	<i>Banisteriopsis caapi</i>	Malpigiaceas	Medicinal
7	Plátano	<i>Musa paradisiaca</i>	Musaceae	Comestible
8	Sangre de drago	<i>Croton lechleri</i>	Euphorbiaceae	Medicinal
9	Uña de gato	<i>Uncaria tomentosa</i>	Rubiaceae	Medicinal
10	Yuca	<i>Manihot esculenta</i>	Euphorbiaceae	Alimenticio
11	Maiz	<i>Zea mays</i>	Gramineas	Alimenticio
12	Papaya	<i>Carica papaya</i>	Caricácea	Alimenticio
13	Frejol	<i>Phaseolus vulgaris</i>	Fabaceas	Alimenticio
14	Guayusa	<i>Ilex guayusa</i>	Aquifoliaceae	Medicinal
15	Caña de azúcar	<i>Saccharum officinarum</i>	Poaceae	Alimenticio
16	Ortiga	<i>Urtica sp.</i>	Urticácea	Medicinal
17	Chonta	<i>Bactirs gasipaes</i>	Arecaceae	Medicinal
18	Uva silvestre	<i>Vitis vinífera L</i>	Vitácea	Alimenticio
19	Peine de mono	<i>Apeiba membranacae</i>	Tiliácea	Medicinal, Maderable
20	Rascadera	<i>Philodendron sp</i>	Crasuláceae	Medicinal
21	Ajo silvestre	<i>Mansoa alliacea</i>	Bignoniaceae	Alimenticio, medicinal
22	Churi yuyo	<i>Kalanchoe pinnata</i>	Crassulaceae	Medicinal
23	Palma	<i>Socratea acuminata</i>	Arecaceae	Alimenticio
24	Yuca	<i>Manihot esculenta</i>	Euphorbiaceae	Alimenticio

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Rubí Jaramillo

ii. Fauna

Tabla 4: Lista de la fauna representativa

N.º	Nombre común	Nombre científico	Familia
MAMÍFEROS			
1	Guanta	<i>Bixa Orellana</i>	Bixaceae
2	Armadillo	<i>Banisteriopsis caapi</i>	Malpigiaceas
3	Danta	<i>Tapirus terrestres</i>	Tapiridae
4	Conejo	<i>Sylvilagus brasiliensis</i>	Leporidae
5	Capibara	<i>Hydrochoerus hydrochaeris</i>	Caviidae
6	Mono chichico	<i>Saguinus tripartitus</i>	Cebidae
7	Mono chorongo	<i>Lagothrix lagotrichia</i>	Atelidae
8	Mono nocturno	<i>Aotus lemurinus</i>	Cebidae
9	Sahino	<i>Pecari tajacu</i>	Tayassuidae
10	Oso hormiguero	<i>Myrmecophaga tridactyla</i>	Myrmecophagidae
11	Oso Perezoso	<i>Melursus ursinus</i>	Ursidae
12	Ardilla	<i>Sciurus vulgaris</i>	Sciuridae
13	Tigre	<i>Panthera tigris</i>	Felinos
14	Tapir	<i>Tapirus terrestres</i>	Tupiridae
ANFIBIOS			
15	Rana común	<i>Rana perezii</i>	Ranidos
16	Sapo común	<i>Bufo viridis</i>	Bufoideos
REPTILES			
17	Culebra	<i>Bothrops atrox</i>	Viperidae
18	Tortuga terrestre	<i>Geochelone denticulata</i>	Testudinidae
19	Lagarto	<i>Melanosuchus niger</i>	Alligatoridae
20	Anaconda	<i>Eunectes marinus</i>	Boidae
21	Boa	<i>Boa constricto</i>	Boidae
22	Caiman	<i>Melanosuchus niger</i>	Aligatoridae
AVES			
23	Loro real	<i>Amazona farinosa</i>	Psittacidae
24	Tucanes	<i>Ramphastos tucanus</i>	Ramphastidae
25	Cacique	<i>Cacicus cela</i>	Fringillidae
26	Papagayo	<i>Ara macao</i>	Psitacidae
27	Pericos	<i>Protogerus sp</i>	Psitacidae
28	Guacamayo	<i>Neophema pulchella</i>	Psitacidae
29	Carpintero	<i>Picus flavigula</i>	Picidae
30	Colibrís	<i>Ocreatus underwoodi</i>	Trochilidae
INSECTOS			

31	Mariposa común	<i>Papilio machaon</i>	Herperidae
32	Escarabajo	<i>Canthon aequinoctialis</i>	chrysomelidae
33	Cucarachas	<i>Blatella germánica</i>	Blattaridae
34	Grillos	<i>Gryllus campestris</i>	Gryllidae
35	Luciérnagas	<i>Lampyris noctiluca</i>	Lampyridae
36	Mantis religiosa	<i>Mantis religiosa</i>	Mantodae
37	Hormiga negra	<i>Lasius niger</i>	Formicidae

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Rubí Jaramillo

3. Ámbito socio cultural

a. Etnicidad

Mediante una encuesta aplicada a la comunidad de Taruka se pudo conocer que toda la población es ecuatoriana.

El 75% que corresponde a la nacionalidad Shuar y el 25% de la población son de raza mestiza.

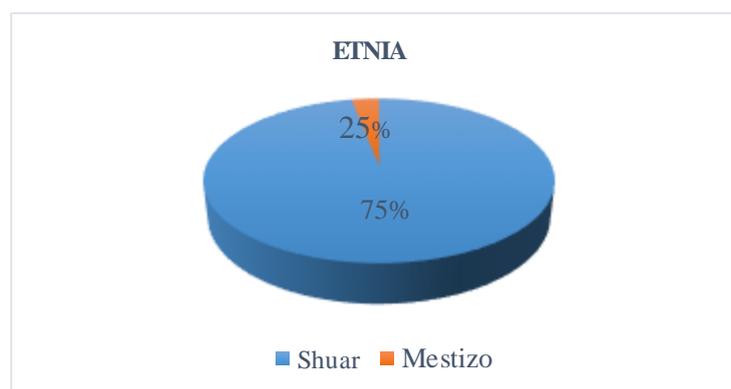


Figura 1: Etnicidad de la comunidad Taruka

b. Historia

Los habitantes de la comunidad Taruka, pertenecen a la Nacionalidad Shuar (gente verdadera), han vivido desde antes de la invasión española en la Amazonía ecuatoriana y peruana. Su territorialidad en Ecuador comprende actualmente el área centro-sur de la Amazonía, entre el río Pastaza al norte y el río Cenepa al sur; el río Santiago al este y las estribaciones de la cordillera oriental al oeste hasta los 1.200 msnm. Este territorio comprende las cordilleras del Cóndor, Kutucu y el valle del Upano o Transkutuku. Se estima que la población shuar alcanza los 110.000 habitantes.

Las primeras familias shuar llegaron a la provincia de Sucumbíos en la década de los 70 y se asentaron en Shushufindi y Cascales. Posteriormente llegaron más familias y se ubicaron en los que ahora son los cantones Cuyabeno y Lago Agrio de manera simultánea, en un área determinada, una tras otra. Al pasar los años fueron determinando un territorio y tomando posesión de tal modo que pudieron construir un sistema de organización heredada de los lugares de procedencia.

En Cascales se definieron cuatro comunidades: Cháruo, Etsa, San Antonio y Taruka que en 1997 se organizaron en una asociación de centros llamados Asociación de Centros Shuar Bermeja, aprobada en el congreso de la Federación Interprovincial de Centros Shuar (FICSH). Posteriormente a esa asociación se sumaron dos comunidades más: Sharup Royo y Yamáram Nankáis.

La palabra shuar significa seres humanos y es la que usan para autodenominarse diferenciándose de otras nacionalidades y de grupos blancos mestizos, a quienes los shuar, por su parte denominan apách. Sus vecinos Achuar Tsumunmaya Shuar los denominan Untsurí Shuar que significa gente numerosa o Muraya Shuar, gente de las colinas.

Al ser un pueblo esencialmente guerrero, por su cosmovisión mantuvieron efectivas resistencias a los procesos de invasión inca y española, y conservaron sus perfiles culturales. Con la evangelización de las misiones católicas jesuitas, salesianas, y posteriormente evangélicas se logra incorporarlos forzosamente a la sociedad occidental, hecho que ocurre tardíamente desde mediados del siglo XIX hasta mediados del siglo XX.

En Sucumbíos la organización representativa es la Federación Provincial de Centros Shuar de Sucumbíos (FEPESH-S), que representa a todos los habitantes shuar que migraron a esta provincia, en gran medida, atraídos por el boom del petrolero.

Los nombres entre los shuar se otorgaban de acuerdo a varios factores: las circunstancias en la cual se nacía, las estaciones del año, los lugares geográficos del nacimiento, recuerdos de los antepasados, seres mitológicos, objetos sagrados, atributos del recién nacido. El nombre era puesto por el abuelo, abuela, padre o la madre y se lo hacía inmediatamente luego del nacimiento para prevenir alguna desgracia o un crecimiento anormal.

En el mundo shuar la estructura social se basaba en grandes familias ampliadas con residencia matrilocal, donde las parejas que se casaban debían ir a vivir en la casa de los padres de la novia. En este sentido, las familias agrupaban a hijas, hijos y yernos en una sola casa. Este tipo de estructura daba lugar a familias numerosas, aspecto fundamental para hacer frente a los enemigos. Es así como una familia se componía del úunt con su esposa o esposas, sus hijos e

hijas más los yernos, dependiendo del número de hijas, una familia podía alcanzar más de treinta personas.

Entre los shuar se observaban una serie de normas para regular la conducta al interior y entre las familias; el robo era condenado y sancionado, sin importar la edad. Si alguno niño o niña robaba algo, la madre prepara una fogata con bastante ají y al infractor le cubrían la cabeza y cara con un trapo y le hacían respirar humo con ají hasta que se desmaye. Luego hacia lo propio con quienes habían compartido el robo este castigo era leve.

c. Idioma

Shuar-Chicham (Pertenece a la lengua jivaroano), todos los habitantes de la comunidad Taruka hablan el idioma Shuar, paralelamente el español incluido los niños y jóvenes. Existen adultos mayores que no hablan ni entienden nada de español, por lo tanto necesitan de un traductor que les pase el mensaje de la persona que les visita, el mismo que es replicado en Shuar por un comunero que domine y entienda español.

La niñez y juventud está acostumbrándose más a comunicarse en español como idioma habitual.

d. Población

Según el diagnóstico participativo efectuado en la comunidad de Taruka se pudo obtener lo siguiente:

La comunidad Taruka cuenta con 246 habitantes, de los cuales el 60% son hombres y el 40% son mujeres.

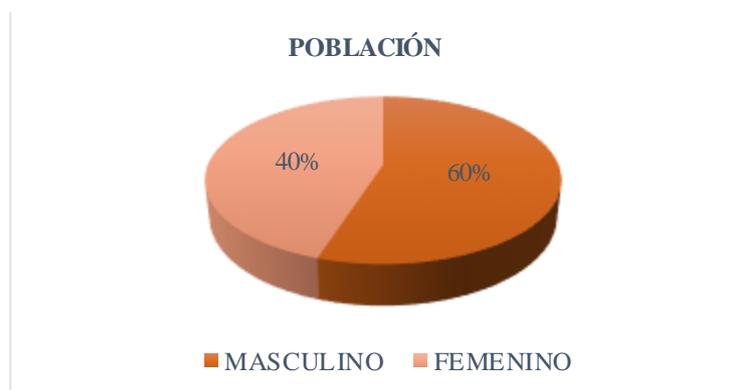


Figura 2: Distribución de la población por género.

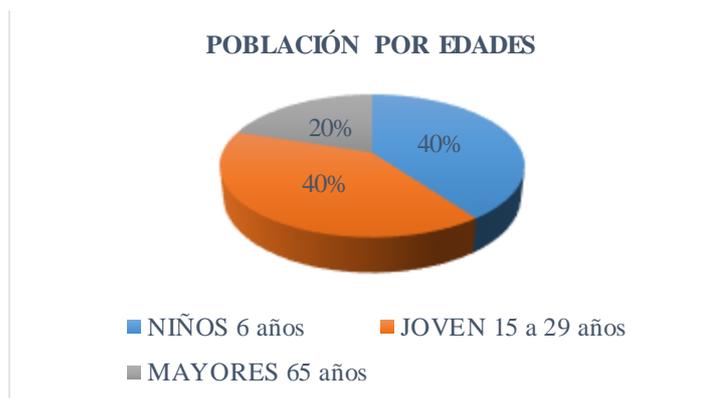


Figura 3: Distribución de la población por edades

En Taruka, la estructura de la población por edades muestra una participación muy importante de la población joven, alrededor del 40% de la población es menor de 6 años, el 40% corresponde a población de 15 a 29 años; es decir la población es relativamente joven, para el grupo de población mayor a 65 años corresponde el 20% del total de habitantes.

e. Nivel de instrucción

La mayoría de la población solo cuenta con una educación básica con el 46%, en pocos casos con el 20% son bachilleres y 1% universitarios. Existe una escuela en la comunidad que se llama Escuela Juan Luis Entsakua, es la unidad local de la comunidad, la mayoría de los niños asiste a la escolita.

f. Infraestructura Básica

1) Sistema de Agua Existente

Taruka, cuenta con un sistema de abastecimiento de agua potable construido en el 2006 por la OIM (Organización Internacional para la Migración) el cual es operado por un poblador de Taruka y quien es remunerado por el Municipio de Cascales, pero el agua potable no es muy frecuente para la comunidad no abastece a toda la comunidad, por lo que cuentan también con agua entubada o consumen agua del río.

2) Sistema de alcantarillado

Si poseen alcantarillado, pero también poseen un pozo séptico.

3) Recolección y tratamiento de desechos

La comunidad recoge la basura, todos los días en fundas, dejan a fuera de sus casas, hasta el momento que el carro recolector ingrese a la comunidad y recoja la basura. Por ese lado si se beneficia la comunidad. También a unos 2km de la comunidad existe un depósito de basura.

4) Vivienda

Ya no se mantiene las viviendas típicas de la cultura shuar, las viviendas son de madera, en su interior está dividida en 3 partes: sala, comedor y cocina, también poseen viviendas echas de bloque y cemento. Para los turistas se utiliza las viviendas típicas hechas exclusivamente para el visitante.

5) Salud

No cuentan con un centro ni dispensario médico estatal, en la comunidad aplican la medicina tradicional (plantas medicinales), para sanar algunas enfermedades, si luego de esto no hay solución acuden al subcentro en la parroquia El Dorado de Cascales, y si la enfermedad es muy grave se trasladan al hospital Marco Vinicio Iza en Nueva Loja.

Las principales enfermedades registradas y en orden de importancia son las siguientes: Respiratorias agudas, infecciones diarreicas agudas, salmonelosis, anemia, enfermedades tropicales (paludismo, dengue), enfermedades del aparato urinario, enfermedades de la piel, enfermedades gastrointestinales, hipertensión arterial, enfermedades de transmisión sexual, enfermedades infecciosas vírales y accidentes

6) Combustible para cocinar

El principal combustible para los habitantes es el gas, también usan la leña o carbón, pero a la comunidad le gusta prepara más en leña, por lo que la comida sale con un sabor diferente y único, siguen manteniendo sus tradiciones y costumbres ancestrales.

7) Energía eléctrica y telefonía

La comunidad Taruka cuenta con el servicio de energía eléctrica a través de la Corporación Nacional de Electricidad S.A. CNEL del Sistema Nacional Interconectado.

Respecto al servicio de telefonía, la comunidad está servida a través de la empresa CNT, adicionalmente prestan su servicio de telefonía celular las empresas privadas Movistar y Claro

8) Medio de transporte

A partir de la cabecera provincial Nueva Loja, Sevilla, Cascales, Lumbaquí, Baeza, Quito por vía asfaltada, hay recorridos a diario y regulares que realizan las Cooperativas de transporte de buses ciudad del Coca, petrolera Shushufindi, Putumayo, camionetas que hacen las veces de taxis y el transporte interprovincial, en la vía asfaltada se llega hasta San Miguel y Cascales, para luego tener 9 kilómetros hasta Taruka.

g. Problemas ambientales

1) Agua

Cuando pusieron el agua potable hubo movimiento de tierras, lo que afecto la calidad de agua de los ríos

2) Suelo

Se produjo una alteración del suelo debido a la pérdida de la capa de lastrado existente, desadoquinado y en otros lados pérdida de la capa vegetal, que se reemplazará por suelos para construcciones de viviendas y sistema de alcantarillado sanitario. El impacto fue de densidad baja y se realizó en el año 2014.

3) Aire

La generación de gases y ruido se presenta debido al tráfico vehicular para movilizar materiales y personal, para realizar todo tipo de trabajos en la obra.

4) Fauna

Desde que se realizó actividades de construcción de conexiones domiciliarias ahuyentaron la fauna existente en el área, por el ruido generado por los vehículos. Este impacto afecto a la poca fauna terrestre.

En la cueva salero ya no se puede encontrar animales, porque ha sido vista por seres humanos lo que ha permitido ahuyentar a la fauna del bosque.

4. Ámbito Económico productivo

a. Actividades económicas

La gente de la comunidad se dedica mayormente a la agricultura, a la siembra de yuca, plátano, papaya, café, cacao, maíz, caña de azúcar, uva silvestre, guaba. Es notable que la agricultura aún permanezca en esta comunidad, cómo actividad diaria y sustento de la familia. También se dedican a la minería, pesca, piscicultura, y a la crianza de animales menores.

b. Turismo en la zona

En la comunidad Taruka se ha descubierto valiosos recursos turísticos culturales y naturales, lo que se resalta más en esta cultura es la gastronomía tradicional, por poseer platos valiosos con un elevado grado nutricional, las artesanías son otro potencial comercial que tiene esta comunidad, por sus diversos modelos, colores, las mismas que se venden en los mercados locales, también poseen conocimientos ancestrales, indumentaria, danza y tradiciones.

Si mencionamos los recursos potenciales naturales, tenemos pocos debido a que el bosque comunitario es limitado. Pero existen especies representativas de flora y fauna en menor cantidad.

c. Proyectos de desarrollo turístico

La comunidad posee un gran potencial en recursos culturales y poco en recursos naturales lo que se pretende volver hacer, proyectos con la comunidad, realizando talleres para hacer conocer los beneficios que tienen como comunidades y sacar provecho de sus atractivos que aparte de hacer conocer es un medio de ingresos económicos para la comunidad. De esa manera se propicia la autogestión y el abordaje respetuoso y responsable de la interculturalidad, conservación de la naturaleza, y otros elementos.

5. Ámbito político- administrativo

a. Administración interna

1) Organigrama

Está conformada por un presidente, vicepresidente, secretario, tesorería, eligen la directiva cada tres meses

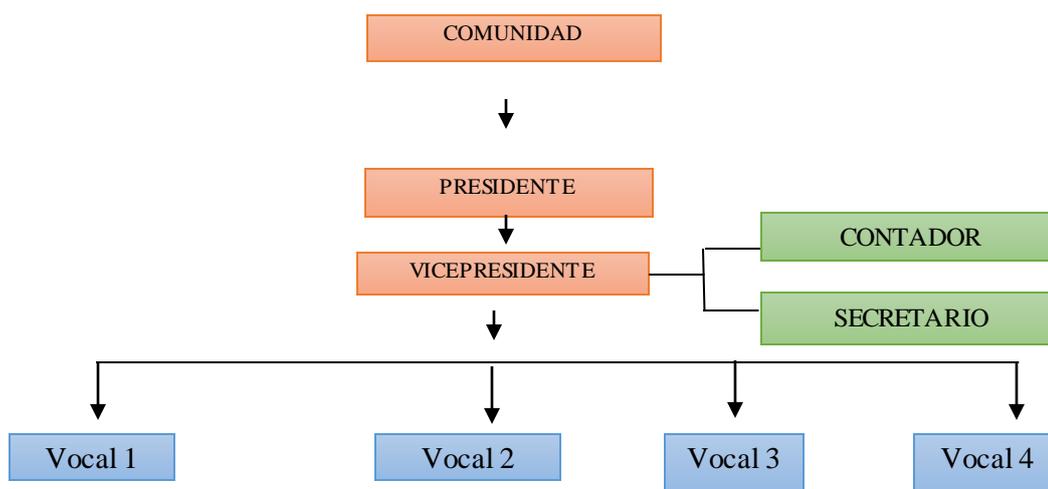


Figura 4: Organigrama administrativo de la comunidad Taruka

La comunidad designa representantes cada 3 meses, el contador y secretario se cambia consecutivamente, estas autoridades velan por el bienestar de la comunidad, por lo tanto, anualmente convocarán a toda la población de la comunidad para dar a conocer las obras realizadas durante el año.

2) Composición Administrativa

La comunidad Taruka fue creada 1997, lo cual se organizaron en una asociación de centros llamados Asociación de Centros Shuar Bermeja, aprobada en el congreso de la Federación Interprovincial de Centros Shuar (FICSH). Posteriormente a esa asociación se sumaron dos comunidades más: Sharup Royo y Yamáram Nankáis.

La comunidad posee un manual operativo del centro de turismo comunitario que regule las actividades, funciones que les permitan mantener el orden y una organización adecuado para la operación turística.

b. Asociatividad

1) Instituciones que trabajan en la zona

La comunidad ha recibido la ayuda de algunas instituciones, que aportan con su gran ayuda en temas de cultura, agricultura, turismo, salud, educación.

- **GADPS (Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Sucumbíos):** Promueve, planifica y ejecuta acciones de desarrollo sustentable y sostenible de la provincia. Encargado de la promoción turística a nivel local y nacional.
- **Municipio de Cascales:** ayudó a la construcción de las primeras redes de saneamiento de alcantarillado sanitario dentro de su territorio y así se pudo evitar la contaminación en los ríos y mejorar las condiciones de higiene y salud de la comunidad.
- **MAE (Ministerio del Ambiente):** Garantizar un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, regular, controlar la gestión ambiental del Ecuador, encargado de dar capacitaciones en temas ambientales.
- **ECORAE (Instituto para el Eco- desarrollo Regional Amazónico):** Diseña y ejecuta estrategias consensuada con los actores locales, nacionales e internacionales, basadas en un sistema de evaluación y rendición de cuentas, para alcanzar el desarrollo humano sustentable de la región amazónica ecuatoriana. Financiamiento.
- **Dirección de turismo del Consejo Provincial:** Ayuda a realizar actividades turísticas. Capacitación.
- **FEPTCE (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador):** Organiza con jurisdicción nacional, agrupación de comunidades, recintos, centros, palenques de las nacionalidades y pueblos del Ecuador que se desarrollan en un territorio determinado que buscan el mejoramiento de las condiciones de vida, a través de la defensa de los territorios y la valoración de los patrimonios.
- **Iglesia Isamis:** ayudaron a la construcción de la iglesia
- **Ministerio de educación:** Garantizar el derecho a la Educación en todos los niveles mediante la rectoría, regulación, planificación, coordinación, control y gestión del sistema educativo nacional, ayudando a los jóvenes de Taruka, dando educación desde el más pequeño, hasta la persona adulta.
- **Ministerio de Gestión Político:** Legislación del territorio.
- **Ministerio de Salud:** garantiza el derecho a la salud mediante la rectoría, regulación, coordinación y gestión de la salud pública ecuatoriana. Ayudando a la información actualizada para mejorar la cobertura de servicio médico.

B. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO

El potencial turístico de la comunidad Taruka se basa en la riqueza natural y cultural, permitiendo determinar las características generales de la comunidad y establecer el verdadero potencial turístico de la zona.

1. Inventario Turístico

b. Inventario de atractivos naturales

1) Atractivo natural N°01: La Cascada Celosa

Tabla 5: Cascada de Taruka

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Rubí Jaramillo	1.2 Ficha N.º 01
1.1 Supervisor Evaluador: Dr. Luis Quevedo Ing. Catalina Verdugo	1.4 Fecha: 15-febrero-2016
1.5 Nombre del Atractivo: Cascada Celosa	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Ríos	
1.8 Subtipo: Cascadas	
	
<p>Foto N.º 01: Cascada el Celoso Por: Rubí Jaramillo</p>	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Sucumbíos	2.2 Ciudad y/o Cantón: Cascales
2.3 Parroquia: Dorado de Cascales	
2.4 Comunidad: Taruka	
2.5 X: 0253536	Y: 0016657
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Nueva Esperanza	3.2 Distancia: 2 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 394 m.s.n.m	
4.2 Temperatura: 26°C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 3000 mm	

4.4 Ubicación del Atractivo	
A menos de un kilómetro del centro del Dorado de Cascales (vía Quito-Lago Agrio-margen izquierdo), se encuentra el ingreso a la comunidad Taruka.	
4.5 Descripción del atractivo	
En aproximadamente 20 minutos (En automóvil) llegarás a la comunidad y podrás ser testigo de la milenaria vida cotidiana del pueblo Shuar, quienes podrán dirigirte hacia la entrada de un sendero de alrededor de 3 horas de camino.	
En este trayecto, tu familia, amigos y tú, disfrutarán del encanto de la selva ecuatoriana hasta llegar a las purificantes aguas de la cascada Celosa.	
Es una cascada que tiene un diámetro de 60cm, de alto 4m de caída libre. Es una pequeña cascada, este riachuelo nace de una vertiente natural más o menos de 200 metros de recorrido desde la vertiente.	
Antiguamente en las cascadas se practicaban rituales shamanicos, y los ancestros practicaban ritos para poder obtener fuerza y luchar con el dios arútam que para esta cultura shuar, este dios solo se presenta en las cascadas.	
1.6 Atractivos individuales que lo conforman:	
No existe atractivos aparte de la cascada es un solo atractivo, con una enorme caída de agua.	
4.7 Permisos y Restricciones	
La entrada a la cascada es para todo el público, pero para meterse a la cascada tienen que hacer un ritual y solo se puede meter los hombres, a las mujeres está prohibido la entrada a la cascada y al agua, solo pueden observar, ya que el dios arútam es sumamente celoso, solo protege a los hombres de la comunidad, es un lugar de guerra, quien se enfrenta al dios, puede obtener fuerza de él.	
4.8 Usos	
4.8.1 Usos Actuales	
Como un lugar para rituales, donde se realizan ceremonias.	
4.8.2 Usos potenciales	
Vinculación a la comunidad	
Fotografía de la belleza del paisaje natural	
Caminatas por el sector	
4.8.3 Necesidades turísticas	
En el desarrollo del diagnóstico se llegó a determinar que a este atractivo le hace falta: para su acceso un sendero con una infraestructura adecuada para la actividad turística en el cual exista: señalética, paneles interpretativos, sitios de descanso y abastecimiento.	
4.9 Impactos	
4.9.1 Impactos positivos	
Aún se mantiene viva la creencia tradicional del origen de la vida, lo cual es muy importante desde el punto de vista cultural ya que en las nuevas generaciones se mantiene presente sus orígenes y raíces culturales.	
Se mantiene limpio a sus alrededores.	
4.9.2 Impactos negativos	
Actualmente no existe llegada de turista a la comunidad, por lo que se ha descuidado turísticamente.	
No existe cooperación con la comunidad.	
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:	
5.1 Estado: no alterado	
5.2 Causas:	
La cascada es usada más para ritos.	
6. ENTORNO:	
6.1 Entorno: conservado	
6.2 Causas:	
El ambiente en el lugar es tranquilo.	
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Lastrado
7.3 Estado de Vías: Bueno	7.4 Transporte: solo van en vehículos propios.
7.5 Frecuencias: Diaria	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones: cuando llueve no es recomendable ir en carro por lo que la carretera esta con barro y se hace puro lodo, solo caminando pueden llegar a la cascada.	
8. FACILIDADES TURÍSTICAS.	
La infraestructura turística como alojamiento, alimentación y espaciamento están en arreglos.	

Alimentación		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua: Entubada		
9.2 Energía Eléctrica: si existe		
9.3 Alcantarillado: si existe		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo: Rio lagarto		
10.2 Distancia: 2km		
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: Local		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	11
	b) Valor extrínseco	11
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		46
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía II		
Fuente: Trabajo de campo		
Elaborado: Rubí Jaramillo		

2) Atractivo natural N°02: Rio de Taruka

Tabla 6: Rio Taruka

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Rubí Jaramillo	1.2 Ficha N.º 02
1.2 Supervisor Evaluador: Dr. Luis Quevedo Ing. Catalina Verdugo	1.4 Fecha: 15-febrero-2016
1.5 Nombre del Atractivo: Rio Taruka	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Ríos	
1.8 Subtipo: Riachuelo/Rio	



Foto N.º 02: Río de Taruka
Por: Rubí Jaramillo

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Sucumbíos	2.2 Ciudad y/o Cantón: Cascales
2.3 Parroquia: Dorado de Cascales	
2.4 Comunidad: Taruka	
2.5 X: 0253636 Y: 0017054	
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Nueva Esperanza	3.2 Distancia: 2 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 394 m.s.n.m	
4.2 Temperatura: 26°C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 3000 mm	
4.4 Ubicación del Atractivo	
El atractivo se encuentra ubicado en el Cantón Cascales, comunidad de Taruka, para acceder a la comunidad desde Lago Agrio se demora una hora y 15 minutos, desde Cascales para acceder a la comunidad es de 40 minutos	
4.5 Descripción del atractivo	
Se caracteriza por su paisaje y un ambiente agradable para pasar en familia, toda la comunidad sale a pescar en el río, lo que encuentran variedades de pescados. El río taruka es una fuente de alimentación por la gran riqueza de pescados que existen en el río (raspa balsa, guañas, bocachico, sábalos). Es un Río de 9 metros de ancho, sus aguas son frescas y transparentes, posee de 1 a 3 m de profundidad aproximadamente que varía de acuerdo con la temporada, es ideal para bañarse, no existe peligro ya que está compuesto por piedras pequeñas es ideal para disfrutar y pasarla un momento agradable.	
1.6 Atractivos individuales que lo conforman:	
Solo es el río	
4.7 Permisos y Restricciones	
Está totalmente prohibido votar veneno o basura al río	
4.8 Usos	
4.8.1 Usos Actuales	
Se usa para pasar un rato agradable en familia y salir a pescar.	
4.8.2 Usos potenciales	
Vinculación con la comunidad	
4.8.3 Necesidades turísticas	
En el lugar le hace falta infraestructura como chozas para descansar en familia, hacer de un lugar diferente.	
4.9 Impactos	
4.9.1 Impactos positivos	
No se arroja basura en el río, se mantiene un lugar limpio.	
4.9.2 Impactos negativos	
No hay áreas de descanso y para llegar al lugar la carretera es lleno de barro.	
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:	

5.1 Estado: no alterado		
5.2 Causas:		
Se cuida el río, sin arrojar basura		
6. ENTORNO:		
6.1 Entorno: conservado		
6.2 Causas:		
El ambiente en el lugar es tranquilo.		
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO		
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: lastrado	
7.3 Estado de Vías: Bueno	7.4 Transporte: solo van en vehículos propios.	
7.5 Frecuencias: diaria	7.6 Temporalidad de acceso: todo el año	
7.7 Observaciones: cuando llueve no es recomendable ir en carro por lo que la carretera esta con barro y se hace puro lodo, solo caminando pueden llegar al río Se recomienda usar ropa ligera y botas de caucho para caminar, así como también gorra y bloqueador solar. También es recomendable llevar un cambio de ropa. Es recomendable llevar anzuelos si desea pescar.		
8. FACILIDADES TURÍSTICAS.		
Si existe infraestructura turística como alojamiento, alimentación y espaciamiento solo se encuentra en mantenimiento		
Alimentación		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua: Entubada		
9.2 Energía Eléctrica: si existe		
9.3 Alcantarillado: si existe		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo: Río lagarto	10.2 Distancia: 2 horas de la comunidad	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: Local		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	11
	b) Valor extrínseco	11
	c) Entorno	7
	d) Estado de Conservación y/o Organización	7
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		46
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía II		

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado: Rubí Jaramillo

3) **Atractivo natural N°03:** Cueva el salero

Tabla 7: Cueva el salero

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Rubí Jaramillo	1.2 Ficha N.º 03
1.3 Supervisor Evaluador: Dr. Luis Quevedo Ing. Catalina Verdugo	1.4 Fecha: 15-febrero-2016
1.5 Nombre del Atractivo: Cascada Celosa	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Fenómenos espeleológicos	
1.8 Subtipo: Cuevas	
	
<p>Foto N.º 03: Cueva el Salero Por: Rubí Jaramillo</p>	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Sucumbíos	2.2 Ciudad y/o Cantón: Cascales
2.3 Parroquia: Dorado de Cascales	
2.4 Comunidad: Taruka	
2.5 X: 0253860 Y: 0016467	
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Nueva Esperanza	3.2 Distancia: 2 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 406 m.s.n.m	
4.2 Temperatura: 26°C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 3000 mm	
4.4 Ubicación del Atractivo	
El atractivo se encuentra ubicado en el Cantón Cascales, comunidad de Taruka, para acceder a la comunidad desde Lago Agrio se demora una hora y 15 minutos, desde Cascales para acceder a la comunidad es de 40 minutos	
4.5 Descripción del atractivo	
Son tres cuevas naturales, las dos primeras son de pequeña dimensión, la tercera es de mayor profundidad puede alcanzar unos 400 metros, se dice que esas cuevas eran utilizadas como comedero de los animales, se podía encontrar todo tipo de animales, como la danta, venado, capibara, ardillas y muchas variedades de animales, que llegaban ahí para tomar agua, y descansar por esa razón le llamaban salero, el lugar era un encanto para atraer animales. El interior de las cavernas está formado por paredes, techos de roca y un afluyente de agua subterránea que pasa por en medio proveniente del río Taruka	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman:	
Aparte de la cueva posee un bosque sumamente amplio, plantas y antes de llegar a la cueva hay un riachuelo.	
4.7 Permisos y Restricciones	
No hay restricciones	
4.8 Usos	
4.8.1 Usos Actual	

No tiene ningún uso.		
4.8.2 Usos potenciales		
La comunidad y la gente de Cascales, sus autoridades han dejado en olvido tanto la comunidad como sus atractivos		
4.8.3 Necesidades turísticas		
Para su acceso le hace falta arreglar el sendero, ya que se encuentra en mal estado, lleno de vegetación, árboles caídos, y las cuevas en mal estado, también necesita señalética, paneles interpretativos, sitios de descanso y abastecimiento.		
4.9 Impactos		
4.9.1 Impactos positivos		
El bosque no se alterado en nada, se encuentra en buen estado, las cuevas necesitan una limpieza.		
4.9.2 Impactos negativos		
Necesita realizar una limpieza todo el sendero. Las cuevas mantener limpio, limpiando alrededor de la cueva y a su exterior de malezas. No existe interés por parte de la comunidad.		
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:		
5.1 Estado: alterado		
5.2 Causas:		
Debido a la alteración del atractivo, la cueva ha perdido su belleza, se encuentra lleno de monte, malezas, y el sendero se encuentra en mal estado lleno de monte y árboles caídos.		
6. ENTORNO:		
6.1 Entorno: en proceso de deterioro		
6.2 Causas:		
El paisaje va por un proceso de deterioro, por falta de colaboración de la comunidad.		
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO		
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Sendero	
7.3 Estado de Vías: Bueno	7.4 Transporte: A pie	
7.5 Frecuencias: diaria	7.6 Temporalidad de acceso: todo el año	
7.6 Observaciones: En la actualidad es difícil acceder hacia las cuevas, los animales utilizaban las cuevas como bebedero, pero ahora ya no llegan los animales se dice que también que migraron porque la comunidad ha quedado en el olvido y porque ellos son celosos si ha tenido contacto con el ser humano, si se ha tocado la cueva ellos ya no vuelven o si se toma agua de ahí ya no vuelven se alejan, es muy poco verlos en las cuevas, rara vez se los ve.		
8. FACILIDADES TURÍSTICAS.		
Si existe infraestructura turística como alojamiento, alimentación y espaciamento se encuentran en mantenimiento.		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua: Entubada		
9.2 Energía Eléctrica: si existe		
9.3 Alcantarillado: si existe		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo: El basurero del cantón Cascales Comunidad Nueva Esperanza Comunidad Etza	10.2 Distancia: 800m 1km 400m	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: Local		
12. VALOR ACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	11
	b) Valor extrínseco	12
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	2
APOYO	a) Acceso	1
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	

	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		36
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía II		

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado: Rubí Jaramillo

4) Atractivo natural N°04: Bosque Húmedo Tropical

Tabla 8: Bosque Húmedo Tropical

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Rubí Jaramillo	1.2 Ficha N.º 04
1.1 Supervisor Evaluador: Dr. Luis Quevedo Ing. Catalina Verdugo	1.4 Fecha: 15-febrero-2016
1.5 Nombre del Atractivo: Bosque de Taruka	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Bosques	
1.8 Subtipo: Bosque húmedo tropical	
	
<p>Foto N.º 04: Bosque Taruka Por: Rubí Jaramillo</p>	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Sucumbíos	2.2 Ciudad y/o Cantón: Cascales
2.1 Parroquia: Dorado de Cascales	
2.4 Comunidad: Taruka	
2.5 X: 0253790 Y: 0016513	
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
1.1 Nombre del poblado: Nueva Esperanza Comunidad Etza	1.2 Distancia: 1 km 500m
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 407m.s.n.m	
4.2 Temperatura: 26°C	
4.3 Precipitación Pluviométrica: 3000 mm	
4.4 Ubicación del Atractivo	
El atractivo se encuentra ubicado en el Cantón Cascales, comunidad de Taruka, para acceder a la comunidad desde Lago Agrio se demora una hora y 15 minutos, desde Cascales para acceder a la comunidad es de 40 minutos	

4.5 Descripción del atractivo	
Bosque primario con exuberante biodiversidad de flora y fauna, al iniciar la caminata se puede observar una densa vegetación compuesta por un estrato arbóreo muy diverso, sus árboles pueden alcanzar entre los 25 a 30 metros aproximadamente, podemos encontrar especies como Peine de mono (Apeiba membranacea), Guaruro (Ormosia coccine), Guayacán (Tabebuja crisanta sp), Cedro (Cedrela odorata), Caoba (Platymiscium stipulare), también especies más pequeñas, en cuanto a la fauna podemos encontrar especies como el jaguar (Pantera onca), mono capuchino (Cebus albifrons), mono barizo (Saimiri sciureus), mono araña (Ateles belzebuth) y especies de aves como, tucanes (Ramphastos vitelinus), guacamayos (Ara ararauna, Ara macao). El bosque está atravesado por un riachuelo que convierten al bosque en un escenario mágico lleno de armonía y tranquilidad y que nos lleva hacia las cuevas el salero donde si tenemos suerte podemos encontrar animales dentro de las cuevas, descansando y tomando agua.	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman:	
La comunidad Taruka Riachuelo Cueva el salero	
En este bosque se puede mantener una conexión espiritual con la selva, ya que posee árboles protegidos por espíritus, como: el ceibo gigante, para tomarse una buena fotografía, flores silvestres de diversos colores, mirador natural, ríos cristalinos, insectos, aves, reptiles, frutales silvestres.	
4.7 Permisos y Restricciones	
Los recorridos por el bosque se pueden hacer en cualquier época del año, no obstante es importante tener en cuenta que en los días lluviosos el terreno se vuelve más lodoso y resbaladizo que de costumbre y por ende habrá que tener más cuidado.	
4.8 Usos	
4.8.1 Usos Actual	
Actividades ecoturísticas.	
4.8.2 Usos potenciales	
Se puede enfocar al aviturismo.	
4.8.3 Necesidades turísticas	
Para su acceso le hace falta arreglar el sendero, ya que se encuentra en mal estado, lleno de vegetación, árboles caídos, y las cuevas en mal estado, también necesita señalética, paneles interpretativos, sitios de descanso y abastecimiento.	
4.9 Impactos	
4.9.1 Impactos positivos	
El bosque no se alterado en nada, se encuentra en buen estado. Valorización del medio ambiente y la cultura	
4.9.2 Impactos negativos	
Necesita realizar una limpieza todo el sendero. Abandono de los hábitos de especies de aves y animales.	
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:	
5.1 Estado: alterado	
5.2 Causas:	
Debido a la alteración del atractivo, el bosque ha perdido su belleza, se encuentra lleno de monte, malezas, y el sendero se encuentra en mal estado lleno de monte y árboles caídos.	
6. ENTORNO:	
6.1 Entorno: en proceso de deterioro	
6.2 Causas:	
El paisaje se encuentra en proceso de deterioro, por falta de colaboración y cuidado de la comunidad.	
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Sendero
7.3 Estado de Vías: Bueno	7.4 Transporte: A pie
7.5 Frecuencias: diaria	7.6 Temporalidad de acceso: todo el año
7.7 Observaciones: Se recomienda usar ropa ligera y botas de caucho para caminar, así como también gorra y bloqueador solar. También es recomendable llevar un cambio de ropa.	
8. FACILIDADES TURÍSTICAS.	
Si existe infraestructura turística como alojamiento, alimentación y espaciamento solo se encuentran en mantenimiento.	
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
9.1 Agua: Entubada	

9.2 Energía Eléctrica: si existe		
9.3 Alcantarillado: si existe		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo: El basurero del cantón Cascales Comunidad Nueva Esperanza	10.2 Distancia: 800m 2km	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión: Local		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	11
	b) Valor extrínseco	12
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	2
APOYO	a) Acceso	1
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		36
13. JERARQUIZACIÓN		
Jerarquía II		

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado: Rubí Jaramillo

b. Inventario de Atractivos Culturales

1) Atractivo N°01: Vestimenta de la nacionalidad Shuar

Tabla 9: Vestimenta de la nacionalidad Shuar

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL			
DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO			
PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO			
A5 TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES			
		CÓDIGO	
		IM-21-02-50-005-16-05	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia: SUCUMBIOS		Cantón: CASCALES	
		DATUM: WGS84 Z17N – UTM	
Parroquia: EL DORADO DE CASCALES		Urbana	<input checked="" type="checkbox"/> Rural
Localidad: COMUNIDAD TARUKA			

Coordenadas: X (Este) 0253590 Y (Norte) 0017323 Z (Altitud) 395 m.s.n.m

2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL



Descripción de la fotografía: Vestimenta de la cultura shuar

Código fotográfico: IM-21-02-50-005-16-05_007jpg

3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Denominación	Otra (s) denominación (es)	
VESTIMENTA SHUAR	D1	N/A
	D2	N/A
Grupo social	Lengua (s)	
SHUAR	L1	ESPAÑOL
	L2	SHUAR CHICHAN
Subámbito	Detalle del subámbito	
TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES	Otros	

4. DESCRIPCIÓN

4.5 Descripción del atractivo

Antes de conocer la vestimenta, el shuar confeccionaba el tarách (vestido de la mujer) y el itíp (traje del hombre) con la corteza del árbol. Esta corteza lo utilizaba también como cobija para protegerse del frío, luego se remplazaba con hilo de algodón.

La parte de la vestimenta tenemos:

Vestimenta del hombre

La vestimenta tradicional de los hombres: es falda blanca con rayas negras llamadas en Shuar (tarach mukusam), blanco (pujú); usando joyas artesanales como tobillera de semillas (makich), collar de semillas (esantim), corona de plumas de Tucán (tawasap) y un tatuaje de achiote (usantai ipiakjai).

Vestimenta de la mujer

Tarách. El vestido de la mujer shuar, es confeccionado por el hombre con telas de un solo color que identificaba a la etnia que era de color azul marino, morado, rojo o negro. El vestido cubre todo el cuerpo desde los hombros hasta las canillas, dejando los hombros y brazos libres. Este vestido lo utilizan desde los 3 años.

Itíp. El vestido del hombre shuar, se confecciona con telas de distintos colores distribuidas en franjas verticales de 5 cm de ancho aproximadamente, cubre desde la cintura hasta las canillas. Es utilizado en las fiestas o ceremonias. Para la cacería, viaje, guerra y en casos de emergencia, se subía hasta la rodilla. Los materiales e implementos para confeccionar el itíp son los siguientes:

Es el rollo de hilo, shikit es la barrita de pambil que sirve para pasar por el intermedio de los hilos al momento de tejer, son dos flechas de guadua juntas que sirven para enganchar los hilos.

Los colores del hilo eran teñidos con anterioridad. Los hilos de color se combinaban de acuerdo con el gusto, este vestido se usa desde los diez años.

Senta. Es la cinta que sirve para elaborar tawasap que es una sonaja en forma de cinturón que usaban las mujeres para amarrarse la cabeza. La corona la utilizaban solamente los ancianos y autoridades ancestrales.

Tirinkias. Es un cordón que utilizaban las mujeres en vez de shakap (sonaja de cinturón) cuando se iban a la huerta, de cacería. La utilizaban hombres o mujeres para sujetarse el cabello, colgando adornos y plumaje de aves en las puntas cuando se trataba de eventos importantes.

Urúch. Es el algodón, los ancestros descubrieron que se podía hilar. Con el pecho de tortuga fabricaron un disco llamado súmp. Este disco servía como soporte para hilar, se daba vuelta con el dedo pulgar de la mano derecha y con la otra se estiraba el algodón para que con los giros del algodón formaba el hilo. Para colorear y teñir los objetos y las artesanías los sabios descubrieron hojas, cascaras, bejucos y frutas que generaban colores.

Súa. La fruta del árbol Yamakai, sirve para pintar cabellos, teñir hilos y ropa. Deja un color negro intenso. Para prepararla se muele unas dos o más pepas se dejan los rollos de hilos toda la noche, remojados en agua. Al secarse el color negro se va tornando cada vez más intenso, se debe procurar se seque bien para que el color se fije.

Tawasap. Es una corona hecha con plumas de tucán de colores amarillo, negro y azul. Puede ser también blanco, varía dependiendo de la persona que lo utiliza. Actualmente lo usa la máxima autoridad de la comunidad o de la organización. Las plumas se tejen sobre cinta de fibras chambira a la medida de la cabeza de quien lo utiliza.

Chapawík. Manilla tejida de mullos combinada de colores. Generalmente se utilizaban colores vivos y los diseños eran variados, se hacía figuras de culebras u otras especies de aves.

Karis. Grama del cual se hacen pedacitos para utilizar como arete, adorno común que se utiliza diariamente y en momentos no ceremoniales.

Asanti. Es un adorno cruzado en el dorso y sobre el hombro. Generalmente está elaborado con piola de kumai, el tejido cada uno de las pepas va intercalado por otra.

Nunkutai. Adorno de mullos que se coloca en el cuello. Se elabora con hilos de colores dispuestos en forma continua.

Pátake. Mullos naturales, los antiguos cuentan que existen una laguna con remolinos y animales salvajes que cuidan la mina natural de este material en territorio peruano. Para tener acceso y sacar mullo hay que llevar algunas personas para entretener a los animales salvajes y poder entrar. En esa mina se podían obtener mullos de colores yunkumá (amarillo), kinkia (azul), kapáku (rojo), puju (blanco), samenna (verde) y mukusa (negro), con estos mullos las mujeres shuar elaboraba el patáke, chapawík, nunkutai.

Tsukanká. Aretes elaborados con plumas de tucán, gallo de peña y de otras plumas de aves de colores vivos, piolas de fibras de kumai o hilo de algodón y la brea de abeja que sirve como pegamento. Estos aretes actualmente los usan solo las mujeres, pero ancestralmente fueron utilizadas por los hombres como adorno primordial.

Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad
	Anual	La vestimenta shuar se la utiliza ya sea en fiesta de la comunidad, fiesta de la chonta, ferias de turismo.
	Continua	
✓	Ocasional	
	Otro	

Alcance		Detalle del alcance			
✓	Local	N/A			
	Provincial				
	Regional				
	Nacional				
	Internacional				
5. PORTADORES/ SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos					
Colectividades	ADULTOS DE LA COMUNIDAD	N/A	N/A	N/A	COMUNIDAD TARUKA
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia			
✓	Padres- hijos	Se trasmite de padres a hijos ya que ellos conocen el significado de su vestimenta			
	Maestro-aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión			
✓	Padres- hijos	Se les enseña a los más pequeños de la comunidad para que entienda el significado de su vestimenta			
	Maestro-aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
La vestimenta da vida al shuar, porque cada prenda y colores tienen un significado tanto en hombres y mujeres.					
Sensibilidad al cambio					
✓	Alta	Ya que cada vez son menos las personas que usan la vestimenta típica, solo en festividades o eventos importantes			
	Media				
	Baja				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
DOMINGO CACEN		COMUNIDAD TARUKA		MASCULINO	51

8. ELEMENTOS RELACIONADOS			
Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	Código/ Nombre
ARTESANIA TRADICIONALES	MULLOS, COLLARES	N/A	N/A
9. ANEXOS			
Fotografías			
			
fotografía: IM-21-02-50-005-16-05_007jpg		IM-21-02-50-005-16-05_008jpg	
DATOS DE CONTROL			
Entidad investigadora: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO			
Inventariado por: Rubí Jaramillo			
Fecha de inventario: 2016-02-15			
Revisado por: Ing. Luis Quevedo			
Aprobado por: Ing. Catalina Verdugo			
Registro fotográfico: Rubi Jaramillo			

Fuente: INPC, 2014

Elaborado: Rubi Jaramillo

2) **Atractivo N°02:** Leyendas, mito de Taruka**Tabla 10:** Leyendas y mitos de la comunidad

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador		CÓDIGO IM-21-06-51-001-16-06	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL					
DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO A1 TRADICIONES ORALES					
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia: SUCUMBIOS		Cantón: CASCALES		DATUM: WGS84 Z17N – UTM	
Parroquia: EL DORADO DE CASCALES		Urbana		Rural	
				X	
Localidad: COMUNIDAD TARUKA					
Coordenadas: X (Este) 0253590 Y (Norte) 0017323 Z (Altitud) 395 m.s.n.m					
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Mitos y leyendas de la comunidad					
Código fotográfico: IM-21-06-51-001-16-06_01.jpg					
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN					
Denominación			Otra (s) denominación (es)		
LEYENDAS Y MITOS DE TARUKA			D1	N/A	
			D2	N/A	
Grupo social			Lengua (s)		

SHUAR	L1	ESPAÑOL
	L2	SHUAR CHICHAN
Subámbito	Detalle del subámbito	
LEYENDAS	LEYENDAS ASOCIADAS A APARICIONES DE SERES SOBRENATURALES	
Descripción de las leyendas		
4. DESCRIPCIÓN		
4.5 Descripción del atractivo		
A continuación, se relatará 3 Leyendas		
Cucuy		
<p>Se dice la leyenda que había un ave llamada cucuy que en español era el águila y un día se juntaron cinco aves para demostrar quien volaba más alto, luego se unieron el chicuan, gavián, gallinazo, cacaguero y el cucuy, hicieron una competencia.</p> <p>Primero fue el chicuan: voló una distancia pequeña, pero se chocó, miró hacia arriba a un capitán, pero no pudo llegar a él, solo se elevó hasta 10m de altura. El segundo fue el gavián: voló y regreso a mirar hacia abajo, porque había un poder que le atraía y no pudo llegar al objetivo.</p> <p>El tercero era el gallinazo: subió una altura moderada, pero de una puso su mirada hacia abajo, desde ahí lo maldijeron que comería mortecina.</p> <p>El cuarto era el cacaguero: subió igual que todos, pero no alcanzo. Por último, le toco al cucuy: él se elevó una distancia enorme pero no fue capaz de alcanzar su objetivo, subió una altura, pero no era lo suficiente, miro hacia abajo y había un encanto y regreso, pero el subió más que todos, pero también lo maldijeron, iba a quedar como malagüero, cuando cantara se entendía que alguien iba a morir, se lo escuchaba de lejos. El cucuy era más para las personas mayores que en su tiempo eran personas fuertes y rigurosas</p>		
La leyenda de arútam		
<p>La visión del cosmo en el mundo shuar se expresa con un profundo respeto y conocimiento de su entorno natural, pues la naturaleza tiene voz, y esa voz es la de arútam que, a través de los ritos, habla a sus hijos predilectos. Ellos reciben la verdadera sabiduría del dueño del buen vivir. La visión cósmica del shuar se manifiesta a través del mundo oculto.</p> <p>Para los shuar, su principal deidad es Arútam quien vive en las cascadas. Cuando el agua cae de la cascada abre en la peña un pozo donde se supone que es la puerta de salida de Arútam, el cual hace de los ríos su camino real. Al fondo del pozo existe una puerta que nos adentra en el hogar del dios. Se trata de una casa igual que las del shuar, allí se encuentran sus animales de campos. De igual manera, aquí habitan las almas del shuar fallecidos</p> <p>Cuando un shuar necesita Arútam construyen un cobertizo en la selva, ahí ayunan 3 días y cantan plegarias, por el día visitan al rio o cascada y mojan el tabaco, mientras solicita a arútam que lo purifique y llene de su espíritu. Por la noche, toma el zumo del tabaco con el fin de que arútam llegue en el sueño o durante el trance. Únicamente quienes enfrentan a arútam valientemente sin temor reciben su fuerza. Este hombre podrá realizar acciones extraordinarias, será invencible en la guerra y muy trabajador. Se trata de la experiencia más significativa de cualquier shuar. Todos los personajes de esta mitología son arútam. Al día siguiente de enfrentar arútam se iban a una choza cercana pasaban un día tomando floripondio (guanto), miraban cosas extrañas, al día siguiente llegaban a casa la mujer tenía que tener el patio limpio y se recibía con ayahuasca y hacían fiesta para recibir a los hombres valientes por un día todos tomaban desde niños hasta ancianos, nadie se salvaba hasta quedar ebrios al día siguiente después de todo el rito, comían carne de venado, de todo animal salvaje y descansaban todo el día.</p> <p>Unas aclaraciones sobre el mito del shuar nos mencionaban que en las cascadas solo podían meterse los hombres las mujeres eran y son actualmente prohibido el ingreso, por lo que es un lugar sagrado, una vez ingreso una chica que no es shuar y dejo el agua sucia sebosa por esa razón los que hablaban con el dios arútam eran solo hombres</p>		

La leyenda de iwianch

Antiguamente los iwianch, espíritus inmundos de los antepasados, de seres que vivieron en la inmortalidad, causaban molestias y daños a los descendientes.

Cuenta la comuna que el iwianch se llevaba de la casa a los niños cuando los mayores se iban al trabajo. Cierta día un adulto decidió en atrapar al iwianch, se había quedado en la casa con los niños. El adulto había instruido a los niños a que jueguen afuera y cuando se asome iwianch se refugien en la celda donde estaba él y cuando empiece a luchar, cierren las puertas. Hecho el plan pasaba el día, de repente los niños alertaron de la venida del iwianch y corrieron hacia la celda en donde estaba el hombre. El iwianch entró rápidamente, trató de alcanzar a los niños y de coger a uno de ellos, en ese momento el hombre agarró un palo lo golpeó sin descansar, lo garroteo tanto que lo dominó y el iwianch se transformó en wampank (mariposa grande de colores).

Tradiciones

El velorio: Por lo general lo velan un día, donde a los acompañantes les dan de tomar guayusa para que no se les venga el sueño en la noche, también preparan caldo de gallina criolla para el desayuno, beben chicha de yuca. La sepultura la realizan en cada una de las fincas, debido a que no existe un cementerio en la comunidad, por el cual acompañan todos los familiares y amigos, después del entierro abandonan la casa del difunto

La huerta: La cultura Shuar tiene como tradición qué: al momento de ir a la huerta deben ir llevando fuego o un tizón de candela, el mismo que al llegar al huerto se debe encender con yerbas, seguido sacaban la yuca, la pelaban y la cáscara la colocaban en un sitio hecho montón, los residuos y ramas de las yucas también las quemaban. Se dice que la yuca tiene un espíritu madre muy poderoso; ese espíritu siempre está pendiente de sus hijas las yucas, que, si alguna vez encuentra mal cosechada la yuca y toda tirada por el suelo, ese espíritu le maldecía al huerto, para que no tenga yuca y sufra de hambre. Por lo tanto; se debe dejar bien cosechada la yuca. Esta es una tradición que las madres Shuar les cuentan a las hijas y lo siguen practicando

El matrimonio: En la cultura Shuar se acostumbra a pedir la mano de la esposa, al momento que está en el vientre de la madre, a partir de ese momento el esposo tiene que hacerse cargo de la sostenibilidad de su suegra, dotándole de alimentos hasta que nazca la bebé, en caso que el niño salga varón el esposo pierde todo los derechos y tiempo; pero si sale mujer, continúa con la mantención de la niña hasta los 8 años de edad aproximadamente y si él esposo quiere a esa edad ya puede llevársela, porque a esa edad se hace una ceremonia de entrega de la esposa, sino quiere llevársela, tiene que seguirla manteniendo donde los padres hasta los quince años, en ese momento ya puede tomarla como esposa directamente o en tal caso él irá a vivir con ella donde los suegros.

Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad
	Anual	N/A.
✓	Continua	
	Ocasional	
	Otro	
Alcance		Detalle del alcance
✓	Local	Estas leyendas, mitos, tradiciones son conocido por algunas personas en la comunidad sobre todo en las personas mayores
	Provincial	
	Regional	
	Nacional	
	Internacional	

5. PORTADORES/ SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad/Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
------	--------	--------------------------	----------------------------	-----------	-----------

Individuos					
Colectividades	ADULTOS DE LA COMUNIDAD	N/A	N/A	N/A	COMUNIDAD TARUKA
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia			
✓	Padres- hijos	Estos relatos son transmitidos de padres a hijos			
	Maestro-aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión			
✓	Padres- hijos	Estos relatos son narrados en reuniones familiares y con amistades			
	Maestro-aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				
6. VALORACIÓN					
Importancia para la parroquia					
Son relatos conservado por la comunidad que hace diferencia a las demás comunidades y etnias					
Sensibilidad al cambio					
	Alta	Los relatos actualmente solo se mantienen en el recuerdo de los mayores			
✓	Media				
	Baja				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
DOMINGO CACEN		COMUNIDAD TARUKA		MASCULINO	51
9. ANEXOS					
Textos	Fotografías		Videos	Audio	
N/A	N/A		N/A	N/A	
10. OBSERVACIONES					
11. DATOS DE CONTROL					
Entidad investigadora: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO					
Inventariado por: Rubi Jaramillo					

Fecha de inventario: 2016-02-15
Revisado por: Ing. Luis Quevedo
Aprobado por: Ing. Catalina Verdugo
Registro fotográfico: Rubí Jaramillo

Fuente: INPC, 2014

Elaborado: Rubí Jaramillo

3) Atractivo N°03: Música y danza de Taruka

Tabla 11: Música y danza de la comunidad

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador		CÓDIGO IM-21-06-51-002-16-07	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL					
DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO A2 ARTES DEL ESPECTÁCULO					
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN					
Provincia: SUCUMBIOS		Cantón: CASCALES		DATUM: WGS84 Z17N – UTM	
Parroquia: EL DORADO DE CASCALES		Urbana	<input checked="" type="checkbox"/>	Rural	<input type="checkbox"/>
Localidad: COMUNIDAD TARUKA					
Coordenadas: X (Este) 0253590 Y (Norte) 0017323 Z (Altitud) 395 m.s.n.m					
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL					
					
Descripción de la fotografía: Música y danza de las nacionalidades Shuar					
Código fotográfico: IM-21-06-51-002-16-07					

3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Denominación	Otra (s) denominación (es)	
MUSICA SHUAR	D1	N/A
	D2	N/A
Grupo social	Lengua (s)	
MESTIZO	L1	ESPAÑOL
SHUAR	L2	SHUAR CHICHAN
Subámbito	Detalle del subámbito	
MÚSICA	N/A	
4. DESCRIPCIÓN		
<p>4.5 Descripción del atractivo</p> <p>Las expresiones musicales del pueblo shuar de Taruka tienen fundamento mitológico y shamánicos, para sus usos rituales utilizaban diferentes géneros de música como:</p> <p>Anent. Son composiciones musicales que solo cantaban para comunicarse con sus dioses, muchos aprendieron de seres mitológicos o mediante visiones, convirtiéndose en un medio para relacionarse con las deidades.</p> <p>Nampet. Son canciones se entonaban solo en fiestas, permitiendo expresar sentimientos entre los seres humanos, animales y plantas.</p> <p>Instrumentos musicales.</p> <p>Peém</p> <p>Flauta horizontal con un orificio de insuflación y dos de obturación construido con caña.</p> <p>Jujjum</p> <p>Flauta parecida al peém, construida con hueso de águila. Poseen muchos huecos situados en la mitad del instrumento que interiormente son juntados con cera. Es ejecutado en anent guerreros, de venganza.</p> <p>Tumánk</p> <p>Es un instrumento de cuerda formado por un arco tendido que se toca colocando en la boca una de sus extremidades, entre tanto la mano hala la cuerda. Es usada en ceremonias religiosas o plegarias para arútam.</p> <p>Tampur</p> <p>El aro se confecciona con madera de cedro. Las membranas son de cuero de sajino en un lado y cuero de lagarto en el otro. Se sujetan con una fibra delgada extraída de una palmera denominada kumai, solo los hombres tocan.</p> <p>Kaér</p> <p>Violín cuya caja se construye con madera de cedro. La tapa es de cedro, aunque actualmente se fabrica también en metal, tiene tres cuerdas de alambre.</p> <p>Tuntui</p> <p>Es de golpe directo, es un tronco de madera, se percute con un mazo de madera y un palillo de chonta en su mano izquierda. También se puede tocar colgado, igualmente solo los hombres pueden usar este instrumento.</p> <p>Shakap</p> <p>Sonaja cinturón de mujer, elaborada con senta, pepas de nupi, fibras de kumai (chambira) o hilos de algodón, en</p>		

cambio estos instrumentos solo usaban las mujeres.

Nuka

Es una hoja, como instrumento musical la utilizaban especialmente las mujeres.

Danza

Antes se danzaba al son de los instrumentos, ya sea alrededor de la chonta para que fermente o en fiestas, hacían círculo, danzando para invocar fuerzas de alguna deidad o ya sea para unir a la comunidad.

De la misma manera las mujeres sacaban a sus esposos o a cualquier persona que ellas quieran sacar a bailar, llevando en la cintura la sonaja shakáp, donde hacían movimientos con la cintura para hacer sonar, el hombre quedaba cautivado de ver la sensualidad de la mujer.

La mujer danza sola o en fila, codo a codo con otras mujeres. Si el hombre tiene el makich amarrado a los tobillos práctica diferentes modalidades de danza como: japa jantsemat, tuash, piriris, jempe, entre otros

Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad			
	Anual	N/A.			
✓	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
Alcance		Detalle del alcance			
✓	Local	La música es conocido por algunas personas en la comunidad sobre todo en las personas mayores			
	Provincial				
	Regional				
	Nacional				
	Internacional				
5. PORTADORES/ SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos					
Colectividades	ADULTOS DE LA COMUNIDAD	N/A	N/A	N/A	COMUNIDAD TARUKA
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia			
✓	Padres- hijos	Actualmente las mujeres enseñan a las más jovencitas			
	Maestro-aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión			

	Padres - hijos	Sabios de esta comunidad ha sido los encargados de transmitir estos conocimientos a las posteriores generaciones que atesoran cada sonido, cada instrumento, cada historia para que no se pierdan en lo etéreo del tiempo.		
✓	Maestro-aprendiz			
	Centro de capacitación			
	Otro			
6. VALORACIÓN				
Importancia para la comunidad				
Tradicionalmente la música es netamente de la cultura shuar, su presencia a permitido la integración social, tanto en la elaboración de sus instrumentos y la forma de su danza. La estrecha relación entre poesía, música y mitología otorga al lenguaje poético-musical el medio más eficaz para establecer comunicación con las deidades, dadoras de todos los conocimientos de la cultura, las conductas y los valores de la sociedad shuar				
Sensibilidad al cambio				
	Alta	La música, por la presencia de los medios de comunicación como la radio, televisión han perdido su música típica, para la nueva generación es fácil escuchar música actual como: reggaetón, bachata, salsa, nacional, cumbias, etc. No hay ni un joven que no tenga un celular en la mano, no solo jóvenes también las personas más adultas, ya poco a poco se pierde las tradiciones, para un evento, se coloca un discomóvil, y empiezan a bailar hasta el amanecer tomando cerveza, poca chicha esto para ellos es bastante normal, por lo que ha sufrido bastantes cambios la cultura shuar.		
✓	Media			
	Baja			
7. INTERLOCUTORES				
Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
DOMINGO CACEN	COMUNIDAD TARUKA		MASCULINO	51
9. ANEXOS				
Textos	Fotografías	Videos	Audio	
N/A	N/A	N/A	N/A	
10. OBSERVACIONES				
11. DATOS DE CONTROL				
Entidad investigadora: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO				
Inventariado por: Rubí Jaramillo				
Fecha de inventario: 2016-02-15				
Revisado por: Ing. Luis Quevedo				
Aprobado por: Ing. Catalina Verdugo				
Registro fotográfico: Rubí Jaramillo				

Fuente: INPC, 2014

Elaborado: Rubí Jaramillo

4) **Atractivo N°04:** Fiestas de Taruka

Tabla 12: Fiestas de la Chonta

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL			
DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO			
PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO			
A3 USOS SOCIALES, RITUALES Y ACTOS FESTIVOS			
CÓDIGO IM-21-06-51-003-16-08			
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia: SUCUMBIOS		Cantón: CASCALES	
DATUM: WGS84 Z17N – UTM			
Parroquia: EL DORADO DE CASCALES		Urbana	<input checked="" type="checkbox"/> Rural
Localidad: COMUNIDAD TARUKA			
Coordenadas: X (Este) 0253590 Y (Norte) 0017323 Z (Altitud) 395 m.s.n.m			
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL			
			
Descripción de la fotografía: fiesta de la chonta comunidad taruka			
Código fotográfico: IM-21-02-50-003-16-08_010jpg			
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Denominación	Otra (s) denominación (es)		
FIESTA DE LA CHONTA	D1	N/A	
	D2	N/A	
Grupo social	Lengua (s)		
MESTIZO	L1	ESPAÑOL	

SHUAR		L2	SHUAR CHICHAN
4. DESCRIPCIÓN			
4.5 Descripción del atractivo			
Fiesta de la Chonta			
<p>La fiesta de la chonta se celebra una sola vez al año, por el mes de mayo, la celebración de la chonta va desde el más pequeño hasta el más adulto de la comunidad, toda la población tiene un rol importante para que esta fiesta siga manteniéndose, las mujeres salen cargadas los canastos (chankins), mientras los hombres recogen las chontas jalando con un gancho fuerte los frutos de la chonta.</p> <p>Una vez recogida las chontas se procede a lavar y cocinar los frutos, luego se los pela y se invita a toda la comunidad para ser parte de la ceremonia, y ser masticado por las mujeres, ahora a la chonta la muelen y la pican con un palo, luego se hace un dulce, se agrega camote, mientras están en el proceso, aprovechan bailando y cantando alrededor de la chonta, también entonaban instrumentos como la flauta, tambores y al son de la música bailaban, era una forma de ritual para que se fermente la chonta. La persona que está al frente de la fiesta son las personas mayores, con más experiencias, todos bailan y cantan, hasta que termine la preparación luego culmina con música secular.</p> <p>Para que se fermente la chonta bailan y cantan alrededor de la chonta, son largas horas de baile y cantos. La persona mayor, el anciano de la comunidad está pendiente y prueba la chicha cada 20 minutos hasta que de la orden para terminar la ceremonia y apuntar la chicha con una lanza para que los espíritus no se lleven sus almas. Finalmente, las mujeres están listas para servir la chicha a todos los invitados, toda la noche bailan, cantan y se divierten hasta el amanecer.</p>			
Indumentaria:			
Mujeres			
Vestido de tela color azul, cascabel, caimitillo de cinturón, collar de semillas, tatuaje de achiote			
Hombres			
Falda de tela rayada de color blanco con negro, tobillera de semillas, collar de semillas, corona de plumas y semillas, tatuaje de achiote			
El Rito de la Cascada Sagrada			
Consiste en ir todos los varones a la cascada donde se encuentra el dios arútam, a través de este rito solicitan al ser supremo para que les otorgue poder, energía positiva para su futura sobrevivencia			
Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad	
✓	Anual	21 Abril	
	Continua		
	Ocasional		
	Otro		
Alcance		Detalle del alcance	
✓	Local	La manifestación lo realizan en la comunidad con la participación de los pobladores y visitantes, también en ferias realizadas por MINTUR	
	Provincial		
	Regional		
	Nacional		
	Internacional		
Elementos significativos			

Nombre	Tipo	Detalle del elemento			
Chonta	Fruta nativa	La chonta es netamente del oriente, y se da mucho en la cultura shuar, este fruto es significado de vitalidad, fuerza para el shuar, se la prepara de diferente manera ya sea como chicha o cocinado el fruto. Pueden sobrevivir a duras caminatas solo consumiendo la chonta. El fruto es sagrado de la mitología Shuar.			
5. PORTADORES/ SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos					
Colectividades	ADULTOS DE LA COMUNIDAD	N/A	N/A	N/A	COMUNIDAD TARUKA
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia			
<input checked="" type="checkbox"/>	Padres- hijos	La continuidad de esta celebración, se obtiene de las personas mayores de la comunidad, son los que más conocen en la preparación y su festividad			
	Maestro-aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión			
<input checked="" type="checkbox"/>	Padres- hijos	El Unt wea que es el anciano, el sabio es quien dirige el ritual, comienza por la cosecha de la chonta			
	Maestro-aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
se realiza en agradecimiento por la vida y por la producción anual de la chonta. Además, es motivo de reencuentro familiar, en donde se realiza un trabajo colectivo con el fin de preparar todo lo necesario para llevar a cabo este festejo.					
Sensibilidad al cambio					
	Alta	La festividad de la chonta es parte integral de la cultura shuar, por lo que al momento de festejar lo hacen con mucho respeto y valor.			
	Media				
<input checked="" type="checkbox"/>	Baja				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad	
DOMINGO CACEN	COMUNIDAD TARUKA		MASCULINO	51	

8. ELEMENTOS RELACIONADOS			
Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	Código/ Nombre
ARTES DEL ESPECTÁCULO	MÚSICA Y DANZA	N/A	MÚSICA SHUAR
CONOCIMIENTO Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO	GASTRONOMÍA	N/A	CHICHA CHONTA, CHONTA COCINADA, GUA YUSA
9. ANEXOS			
Textos	Fotografías	Videos	Audio
N/A	IM-21-02-50-003-15-0008_010jpg	N/A	N/A
DATOS DE CONTROL			
Entidad investigadora: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO			
Inventariado por: Rubí Jaramillo			
Fecha de inventario: 2016-02-15			
Revisado por: Ing. Luis Quevedo			
Aprobado por: Ing. Catalina Verdugo			
Registro fotográfico: Rubí Jaramillo			

Fuente: INPC, 2014

Elaborado: Rubí Jaramillo

5) **Atractivo N°05:** Fiestas de la comunidad**Tabla 13:** Fiestas de la Comunidad

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL			
DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO			
PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO			
A3 USOS SOCIALES, RITUALES Y ACTOS FESTIVOS			
CÓDIGO IM-21-02-50-003-16-09			
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia: SUCUMBIOS		Cantón: CASCALES	
DATUM: WGS84 Z17N – UTM			
Parroquia: EL DORADO DE CASCALES		Urbana	<input checked="" type="checkbox"/> Rural
Localidad: COMUNIDAD TARUKA			
Coordenadas: X (Este) 0253590 Y (Norte) 0017323 Z (Altitud) 395 m.s.n.m			
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL			
			
Descripción de la fotografía: Festividades de la comunidad taruka			
Código fotográfico: IM-21-02-50-003-16-09_015jpg			
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Denominación	Otra (s) denominación (es)		
FIESTA DE CREACIÓN	D1	N/A	
	D2	N/A	
Grupo social	Lengua (s)		
MESTIZO	L1	ESPAÑOL	

SHUAR		L2	SHUAR CHICHAN		
4. DESCRIPCIÓN					
4.5 Descripción del atractivo					
<p>Los habitantes de la comunidad Taruka, pertenecen a la Nacionalidad Shuar (gente verdadera), han vivido desde antes de la invasión española en la Amazonía ecuatoriana y peruana. Su territorialidad en Ecuador comprende actualmente el área centro-sur de la Amazonía, entre el río Pastaza al norte y el río Cenepa al sur; el río Santiago al este y las estribaciones de la cordillera oriental al oeste hasta los 1.200 msnm. Este territorio comprende las cordilleras del Cóndor, Kutucu y el valle del Upano o Transkutuku. Se estima que la población shuar alcanza los 110.000 habitantes.</p> <p>La fiesta de la creación de la comunidad Taruka, donde se asentaron en Cascales, provincia de Sucumbíos, fue en el año 1997, lo cual se organizaron en una asociación de centros llamados Asociación de centros shuar Bermeja, por eso cada 25 de agosto festejan la creación de la comunidad.</p> <p>Se realiza una fiesta grande que dura dos días, antiguamente tocaban con instrumentos típicos al son de los tambores, cantaban y con guayusa pasaban toda la noche, también preparaban maitos, asados de animales como el saño, venado, danta, acompañaban con chicha de chonta, se reunían a contar leyendas, hacían danzas, eso era antes hoy en día se ha cambiado toda la tradición ahora preparan maitos, asados, chicha pero lo que más consumen es la cerveza.</p>					
Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad			
<input checked="" type="checkbox"/>	Anual	25 Agosto			
<input type="checkbox"/>	Continua				
<input type="checkbox"/>	Ocasional				
<input type="checkbox"/>	Otro				
Alcance		Detalle del alcance			
<input checked="" type="checkbox"/>	Local	La manifestación lo realizan en la comunidad con la participación de los pobladores y visitantes,			
<input type="checkbox"/>	Provincial				
<input type="checkbox"/>	Regional				
<input type="checkbox"/>	Nacional				
<input type="checkbox"/>	Internacional				
Elementos significativos					
Nombre		Tipo	Detalle del elemento		
Vestimenta			Indumentaria: Mujeres Vestido de tela color azul, cascabel, caimitillo de cinturón, collar de semillas, tatuaje de achiote Hombres Falda de tela rayada de color blanco con negro, tobillera de semillas, collar de semillas, corona de plumas y semillas, tatuaje de achiote		
5. PORTADORES/ SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad

Individuos					
Colectividades	ADULTOS DE LA COMUNIDAD	N/A	N/A	N/A	COMUNIDAD TARUKA
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia			
✓	Padres- hijos	La continuidad de esta celebración se obtiene de las personas mayores de la comunidad, son los que más conocen en la preparación y su festividad			
	Maestro-aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión			
✓	Padres- hijos	Lo realiza las personas mayores los que conocen muy bien de la festividad permitiendo reunirse las familias			
	Maestro-aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
se realiza en agradecimiento por la vida y por la creación de la comunidad. Además, es motivo de reencuentro familiar, en donde se realiza un trabajo colectivo con el fin de preparar todo lo necesario para llevar a cabo este festejo.					
Sensibilidad al cambio					
	Alta	Es parte integral de la cultura shuar, por lo que al momento de festejar lo hacen con mucho respeto y valor.			
	Media				
✓	Baja				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
DOMINGO CACEN		COMUNIDAD TARUKA		MASCULINO	51
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	Código/ Nombre		
ARTES DEL ESPECTÁCULO	MÚSICA Y DANZA	N/A	MÚSICA SHUAR		
CONOCIMIENTO Y USOS RELACIONADOS CON LA	GASTRONOMÍA	N/A	CHICHA CHONTA, CHONTA COCINADA, GUA YUSA		

NATURALEZA Y EL UNIVERSO			
9. ANEXOS			
Textos	Fotografías	Videos	Audio
N/A	IM-21-02-50-003-15-00034_015.jpg	N/A	N/A
DATOS DE CONTROL			
Entidad investigadora: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO			
Inventariado por: Rubi Jaramillo			
Fecha de inventario: 2016-02-15			
Revisado por: Ing. Luis Quevedo			
Aprobado por: Ing. Catalina Verdugo			
Registro fotográfico: Rubi Jaramillo			

Fuente: INPC, 2014

Elaborado: Rubi Jaramillo

6) Atractivo N°06: comida típica de la comunidad

Tabla 14: Gastronomía típica

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO A4 CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO		 CÓDIGO IM-21-02-50-004-16-10
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN		
Provincia: SUCUMBIOS	Cantón: CASCALES	DATUM: WGS84 Z17N – UTM
Parroquia: EL DORADO DE CASCALES	<input type="checkbox"/> Urbana	<input checked="" type="checkbox"/> Rural
Localidad: COMUNIDAD TARUKA		
Coordenadas: X (Este) 0253590 Y (Norte) 0017323 Z (Altitud) 395 m.s.n.m		
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL		



Descripción de la fotografía: Festividades de la comunidad taruka

Código fotográfico: IM-21-02-50-004-16-10_020jpg

3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Denominación	Otra (s) denominación (es)	
CHICHA DE YUCA O CHONTA	D1	N/A
	D2	N/A
Grupo social	Lengua (s)	
MESTIZO	L1	ESPAÑOL
SHUAR	L2	SHUAR CHICHAN
Subámbito	Detalle del subámbito	
GASTRONOMÍA	GASTRONOMÍA CONTINUA	

Breve reseña

Chonta. Es una palmera o palma que además del fruto y sus hojas comestibles, su madera es fuerte y dura, de color oscuro y jaspeado para múltiples usos.

La madera de chonta está en estos bosques tropicales de la Amazonía y costa ecuatoriana. Luego de obtener las palmas que poseen un diámetro que varía entre los 20 y 40cm, se las corta en forma de tucos, se la trabaja a mano pero a veces se utiliza maquinas eléctricas como el uso del tomo para dar vacío a los tucos y así elaborar los barriles de licor. Luego se la deja secar algunos días, después se la somete a cocción en agua por 20 minutos, para así extraer la sabia y evitar que se resquebraje la madera, se la vuelve a secar en el sol durante tres días, se lija, se impermeabiliza con cera de abeja, y el acabado final se lo realiza con capas de sellador y una capa de laca brillante

Reseña histórica

Esta bebida se la consume en la fiesta de la comunidad, y en especial en la fiesta de la chonta es celebrada en el mes de abril durante la mayor producción de la chonta, una fruta amazónica. Esta fiesta es echo siempre por los mayores, antepasados este evento es sagrado para los Cofanes

En esta festividad nos menciona que las mujeres tienen un rol muy importante es encargada de elaborar

artesanías, y la chicha esto tiene un símbolo importante muestra como los ancestros de la comunidad utilizaban por eso quieren seguir conservando.

Es una bebida típica tradicional ancestral, nos mencionaba que un principio la tomaban los shuaras y kichua, bebida para sensibilizar al estómago, para obtener fuerza y resistencia en el trabajo, también se la toma como bebida alcohólica, nos dicen que esta bebida que la preparan desde la antigüedad. Su ritual de bendiciones se realiza en agradecimiento a la Pacha mama. Además, se lo toma como bebida multivitamínico.

4. DESCRIPCIÓN

4.5 Descripción del atractivo

La chicha de yuca o chonta se viene haciendo por décadas no ha cambiado nada en las recetas originales se pelan y lavan los tubérculos en el río, se los coloca en una olla y se los hace hervir, con la yuca blanda se remueve la olla y se la deja enfriar, se machaca la yuca con un cucharón de madera hasta obtener una masa suave. Mientras la mujer bate la masa, mastica puñados de masa y los devuelve a la olla (los shuar consideran que masticar es fundamental para fermentar la bebida); se deja reposar la chicha.

La chicha de yuca se mezcla con yuwi, wapai, namuk, inchi y cabeza de papachina. La mujer shuar elaboraba el nijiamánch con la participación de todas sus hijas. A ellas les encargaba de masticar las fibras de yuca y el camote para que aprendieran desde temprana edad.

Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad
	Anual	Esta bebida típica se prepara todos los días en el la comunidad Taruka ya que posee energía y fuerza el que lo toma.
✓	Continua	
	Ocasional	
	Otro	
Alcance		Detalle del alcance
	Local	Esta bebida es provincial ya que es una bebida de las culturas étnicas de la provincia
✓	Provincial	
	Regional	
	Nacional	
	Internacional	

Elementos significativos

Nombre	Tipo	Detalle del elemento
EI- N/A	N/A	N/A

5. PORTADORES/ SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad/Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
------	--------	--------------------------	----------------------------	-----------	-----------

Individuos					
Colectividades	ADULTOS DE LA COMUNIDAD	N/A	N/A	N/A	COMUNIDAD TARUKA
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia			
<input checked="" type="checkbox"/>	Padres- hijos	Es realizada por las mujeres mayores de la comunidad Taruka			
	Maestro-aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión			
<input checked="" type="checkbox"/>	Padres- hijos				
	Maestro-aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
Las bebidas chonta y yuca son bebidas típicas de la nacionalidad Shuar, sobre todo días festivos de la comunidad.					
Sensibilidad al cambio					
	Alta	Esta bebida no ha sufrido cambios, la comunidad está valorizando estos productos			
	Media				
<input checked="" type="checkbox"/>	Baja				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
DOMINGO CACEN		COMUNIDAD TARUKA		MASCULINO	51
8. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	Código/ Nombre		
ARTES DEL ESPECTÁCULO	MÚSICA Y DANZA	N/A	MÚSICA SHUAR		
CONOCIMIENTO Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL	GASTRONOMÍA	N/A	CHICHA CHONTA, CHONTA COCINADA, GUA YUSA		

UNIVERSO			
9. ANEXOS			
Textos	Fotografías	Videos	Audio
N/A	IM-21-02-50-004-16-0005_020JPG	N/A	N/A
DATOS DE CONTROL			
Entidad investigadora: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO			
Inventariado por: Rubí Jaramillo			
Fecha de inventario: 2016-02-15			
Revisado por: Ing. Luis Quevedo			
Aprobado por: Ing. Catalina Verdugo			
Registro fotográfico: Rubí Jaramillo			

Fuente: INPC, 2014

Elaborado: Rubí Jaramillo

7) Atractivo N°07: comida típica de la comunidad

Tabla 15: Maito carahama

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL			
DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO			
A4 CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO		IM-21-02-50-004-16-11	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia: SUCUMBIOS		Cantón: CASCALES	
DATUM: WGS84 Z17N – UTM			
Parroquia: EL DORADO DE CASCALES		Urbana	Rural
		X	
Localidad: COMUNIDAD TARUKA			
Coordenadas: X (Este) 0253590 Y (Norte) 0017323 Z (Altitud) 395 m.s.n.m			

2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL



Descripción de la fotografía: Maito carahama

Código fotográfico: IM-21-02-50-004-16-11_26JPG

3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Denominación	Otra (s) denominación (es)	
MAITO DE CARACHAMA	D1	N/A
	D2	N/A
Grupo social	Lengua (s)	
SHUAR	L1	ESPAÑOL
	L2	SHUAR CHICHAN
Subámbito	Detalle del subámbito	
GASTRONOMÍA	GASTRONOMÍA FESTIVA	

Reseña histórica

La comunidad consume este pez porque nos mencionan que tiene un extraordinario valor nutritivo, normalmente las mujeres son encargadas la preparación lo hacen a fuego lento, actualmente lo hace el pueblo indígena como los mestizos es un plato muy apetecible por el turista y el visitante

4. DESCRIPCIÓN

4.5 Descripción del atractivo

Pescado del oriente conocido como raspabalsa o Campeche es afrodisiaco por la gente de la comunidad y por amazonia se lo prepara con sal en grano al momento de envolver se lo hace con doble hoja el envuelto es diferente al maito de tilapia se le hace un moño al final se lo hacía de la siguiente manera la carne del pez se la sazona con un poco de sal. Mientras más fresca sea la carne eso indicara más el sabor del maito.

También se puede añadir palmito y cebolla.

Este preparado se pone sobre el colchón de hojas de bijao, se lo amarra y cuando se ha preparado las brasas, entonces se pone a azar el maito

Ayampaco de pescado (tsarur yunkanamu), hoja de bijao, pescado, sal / Ayampaco de chontacuro (mukin yunkanamu), hoja de bijao, chontacuros, sal / Ayampaco de pollo (shiamp yunkanamu), hoja de bijao, pollo, sal y aliño / Ayampaco de palma (Ijiu yunkanamu), hoja de bijao, palma, sal / Ayampaco de col (esemp yunkanamu), hoja de bijao, col silvestre, sal / Ayampaco de cumbia (kumpio yunkanamu), hoja de bijao, cumbia, sal / Ayampaco de guanta (kashai ampuje yunkanamu), hoja de bijao, guanta y sal / Caldo de cumbia (kumpio painkiamu), agua, cumbia, sal y aliño / Caldo de caracol (tsuntsa painkiamu), agua, caracol y sal / Caldo de tortuga (kunkuim painkiamu), agua, tortuga, sal y aliño / Caldo de pangora (urik painkiamu), agua, pangora, sal y aliño / Asado de guanta (kashai ampuje), guanta, sal o sin sal / Asado de guangana (poki jiamu), guangana, sal o sin sal					
Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad			
	Anual	Esta bebida típica se prepara todos los días en la comunidad Taruka ya que posee energía y fuerza el que lo toma.			
✓	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
Alcance		Detalle del alcance			
	Local	Esta bebida es provincial ya que es una bebida de las culturas étnicas de la provincia			
✓	Provincial				
	Regional				
	Nacional				
	Internacional				
Elementos significativos					
Nombre		Tipo	Detalle del elemento		
EI- N/A		N/A	N/A		
5. PORTADORES/ SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Colectividades	ADULTOS DE LA COMUNIDAD	N/A	N/A	N/A	COMUNIDAD TARUKA
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia			
✓	Padres- hijos	Es realizada por las mujeres mayores de la comunidad Taruka			
	Maestro-aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión			
✓	Padres- hijos				
	Maestro-aprendiz				

	Centro de capacitación			
	Otro			
6. VALORACIÓN				
Importancia para la comunidad				
El maito elaborado en Taruka ha sido un eje muy importante porque no solo se lo prepara en la comunidad sino en todo el cantón y la provincia por lo que es un atractivo para el paladar del turista combinando nuevos sabores y sobre todo comiendo a lo natural sin nada de condimentos por eso da un toque único y agradable al turista y a la localidad.				
Sensibilidad al cambio				
	Alta	Esta bebida no ha sufrido cambios, la comunidad está valorizando estos productos		
	Media			
✓	Baja			
7. INTERLOCUTORES				
Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
DOMINGO CACEN	COMUNIDAD TARUKA		MASCULINO	51
8. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	Código/ Nombre	
ARTES DEL ESPECTÁCULO	MÚSICA Y DANZA	N/A	MÚSICA SHUAR	
CONOCIMIENTO Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO	GASTRONOMÍA	N/A	CHICHA CHONTA, CHONTA COCINADA, GUA YUSA	
9. ANEXOS				
Textos	Fotografías	Videos	Audio	
N/A		N/A	N/A	
DATOS DE CONTROL				
Entidad investigadora: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO				
Inventariado por: Rubí Jaramillo				
Fecha de inventario: 2016-02-15				
Revisado por: Ing. Luis Quevedo				
Aprobado por: Ing. Catalina Verdugo				

Registro fotográfico: Rubí Jaramillo

Fuente: INPC, 2014

Elaborado: Rubí Jaramillo

8) Atractivo N°08: Artesanías de la comunidad

Tabla 16: Artesanías de la comunidad

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL			
DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO			
PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO			
A5 TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES			
		CÓDIGO IM-21-02-50-005-16-12	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia: SUCUMBIOS		Cantón: CASCALES	
		DATUM: WGS84 Z17N – UTM	
Parroquia: EL DORADO DE CASCALES		Urbana	<input checked="" type="checkbox"/> Rural
Localidad: COMUNIDAD TARUKA			
Coordenadas: X (Este) 0253590 Y (Norte) 0017323 Z (Altitud) 395 m.s.n.m			
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL			
			
Fuente: GADPS SUCUMBIOS, 2011			
Descripción de la fotografía: Maito carahama			
Código fotográfico: IM-21-02-50-005-16-12_027jpg			
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Denominación		Otra (s) denominación (es)	

TEJIDO DE CANASTAS	D1	CANASTAS
	D2	N/A
Grupo social	Lengua (s)	
SHUAR	L1	ESPAÑOL
	L2	SHUAR CHICHAN
Subámbito	Detalle del subámbito	
TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES	TEJIDO CON FIBRAS NATURALES	

4. DESCRIPCIÓN

4.5 Descripción del atractivo

Las artesanías que el shuar elabora son los canastos que se confeccionan de fibras de kaap, makania y otras maderas. Para elaborar canastos, suelen preparar las fibras en la temporada de luna tierna, debido que en esas temporadas las fibras se hacen más flexibles.

Kaap. Es un bejuco que se desarrolla pegado del árbol hasta llegar a las ramas. Se saca las raíces, se corta de acuerdo al tamaño que se necesite

- **Chankin.** Es un canasto cilíndrico, que solo es usado por las mujeres se ponen en la espalda, lo utilizan para recoger frutos, actualmente también lo utilizan al diario para llevar comida, frutas, o para salir a pescar ponen los peces en el canasto tiene varios usos.

El proceso del tejido consiste en cruzar las fibras en forma de x de par en par sobre dos fibras centrales ubicadas paralelamente. Las fibras pueden ser de 1 a 1.5 metros. El canasto tiene varios agujeros secuenciales.

- **Pitiak.** Es la maleta tradicional impermeable. Sirve para guardar o llevar ropa, amuletos y otras cosas de valor, solo es usado por personas adultas, ancianos. Anteriormente sabían decir que no tienen que tocar el pitiak los niños, niñas y mujeres porque luego les pica la araña o el alacrán.

El pitiak se elabora de kaap, el proceso es similar a la chankin, la diferencia está en que el ptiak se teje duplicado, uno más grande que otra de tal manera que encaje, además tiene una tapa.

- **Suku.** Es otro de los canastos que se elabora con los materiales antes indicados. Consiste en tejer cruzado las fibras y dejando agujeros cuadriláteros y estrechos. El proceso de tejido similar chankin. Sirve para guardar o llevar granos. Además, se utiliza para la pesca.

También la comunidad se dedica a tejer manillas, collares, pulseras, aretes, que son parte de su vestimenta.

- **Chapawik.** Es un tejido de mullos continuos en un hilo largo de diferentes colores. Se colocaban en los dos brazos desde la muñeca hasta la mitad, este adorno se utiliza únicamente en la muñeca del brazo izquierdo. Es un adorno de mujeres.

- **Patake.** Mullos naturales, los más ancianos nos cuentan que existe una laguna con remolinos y animales salvajes que sabían cuidar las minas naturales de este material. Para poder tener acceso a estos materiales sabían

llevar presas, carne para poder dar a los animales y poder distraerlos. En esta mina se podía obtener mullos de colores como amarillo, rojo, azul, verde, negro, blanco. Con estos mullos la mujer elaboraba las pulseras, chapawik, nunkutai.			
- Tasakanka. Son aretes hechos de plumas de tucán, aves de toda clase siempre y cuando tengan los colores vivos, actualmente solo las usan las mujeres, pero antiguamente nos mencionan que fueron utilizadas por los hombres como adorno primordial			
Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad	
	Anual	Esta tradición artesanal ha perdurado por el interés de la comunidad y la trasmisión de los conocimientos de generación en generación. Mantiene aún viva su tradición y lo comercializan en ferias de turismo.	
✓	Continua		
	Ocasional		
	Otro		
Alcance		Detalle del alcance	
✓	Local	El proceso tradicional de la elaboración de las canastas realizadas con las palmas ha ocasionado gran interés en el turista, por su detalle y la forma en que le dan al canasto, las mujeres de la comunidad expusieron sus productos en el Mintur y se ha dado a conocer al público en general.	
✓	Provincial		
	Regional		
	Nacional		
	Internacional		
Productos	Descripción del producto	Uso	Detalle del uso
Canasto Chankin	- Chankin. El proceso del tejido consiste en cruzar las fibras en forma de x de par en par sobre dos fibras centrales ubicadas paralelamente. Las fibras pueden ser de 1 a 1.5 metros. El canasto tiene varios agujeros secuenciales.	UTILITARIO	Es un canasto cilíndrico, que solo es usado por las mujeres se ponen en la espalda, lo utilizan para recoger frutos, actualmente también lo utilizan al diario para llevar comida, frutas, o para salir a pescar ponen los peces en el canasto tiene varios usos.

Canasto Suku .	- Es otro de los canastos que se elabora con los materiales antes indicados. Consiste en tejer cruzado las fibras y dejando agujeros cuadriláteros y estrechos. El proceso de tejido similar chankin.	UTILITARIO	Sirve para guardar o llevar granos. Además, se utiliza para la pesca.
Materiales	Tipo	Procedencia	Forma de adquisición
MI- KAAP	Vegetal	Bejuco que se desarrolla pegado del árbol Raíces, se corta de acuerdo con el tamaño que se necesite	Producción propia

5. PORTADORES/ SOPORTES

Tipo	Nombre	Edad/Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos					
Colectividades	ADULTOS DE LA COMUNIDAD	N/A	N/A	N/A	COMUNIDAD TARUKA
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia			
✓	Padres- hijos	La elaboración de los canastos ha sido transmitida de generación en generación hasta la actualidad.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión			
✓	Padres- hijos	La transmisión de la técnica de tejido se da en los hogares de las mujeres mayores, quienes comparten sus conocimientos a las más jovencitas.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				

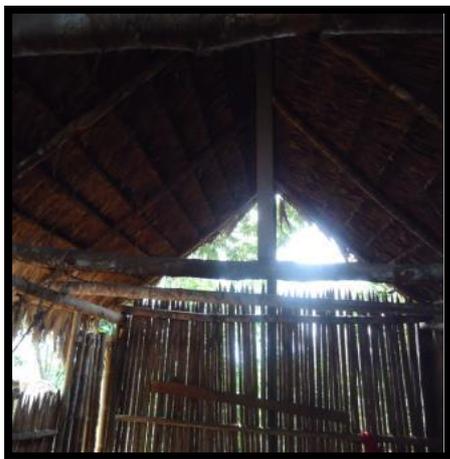
6. VALORACIÓN				
Importancia para la comunidad				
La elaboración de los canastos conlleva un complejo entramado de relaciones sociales y culturales.				
Sensibilidad al cambio				
	Alta	No ha sufrido alteración en la elaboración de canastas, mullos ya que son utilizadas para el diario, las jovencitas llevan frutas, pescados en las diferentes canastas.		
	Media			
✓	Baja			
7. INTERLOCUTORES				
Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
DOMINGO CACEN	COMUNIDAD TARUKA		MASCULINO	51
8. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	Código/ Nombre	
N/A	N/A	N/A	N/A	
9. ANEXOS				
Textos	Fotografías	Videos	Audio	
N/A		N/A	N/A	
DATOS DE CONTROL				
Entidad investigadora: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO				
Inventariado por: Rubí Jaramillo				
Fecha de inventario: 2016-02-15				
Revisado por: Ing. Luis Quevedo				
Aprobado por: Ing. Catalina Verdugo				
Registro fotográfico: Rubí Jaramillo				

Fuente: INPC, 2014

Elaborado: Rubí Jaramillo

9) Atractivo N°09: Vivienda tradicional

Tabla 17: Vivienda tradicional

 GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR		 INPC Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Ecuador	
INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO			
CULTURAL			
DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO			
PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL			
FICHA DE INVENTARIO			
A5 TÉCNICAS ARTESANALES TRADICIONALES			
		CÓDIGO	
		IM-21-02-50-005-16-13	
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN			
Provincia: SUCUMBIOS		Cantón: CASCALES	
		DATUM: WGS84 Z17N – UTM	
Parroquia: EL DORADO DE CASCALES		Urbana	<input checked="" type="checkbox"/> Rural
Localidad: COMUNIDAD TARUKA			
Coordenadas: X (Este) 0253590 Y (Norte) 0017323 Z (Altitud) 395 m.s.n.m			
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL			
			
Descripción de la fotografía: Vivienda típica			
Código fotográfico: IM-21-02-50-005-16-13_013jpg			
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Denominación		Otra (s) denominación (es)	
CASAS TRADICIONALES		D1	N/A

	D2	N/A
Grupo social	Lengua (s)	
SHUAR	L1	ESPAÑOL
	L2	SHUAR CHICHAN
Subámbito	Detalle del subámbito	
TÉCNICAS CONSTRUCTIVAS TRADICIONALES	N/A	

4. DESCRIPCIÓN

4.5 Descripción del atractivo

Según el shuar, dicen que sus construcciones eran echas por una deidad llamada Etsa, quien construyo la primera vivienda, para construir el jea (casa)

Se ubicaban en un sitio, en una parte alta alado del rio, se limpiaba el terreno, todos los hombres adultos e hijos mayores participaban, se buscaba los materiales de construcción durante la luna llena, tiempo en el cual la madera se hacía dura y los bejucos blandos y flexibles. Luego se preparaba los materiales de construcción como shinki (pambil), utilizando tanto para los postes como para las paredes de la vivienda, también se usaba palos de madera como el saka, yais, kapair, utilizados para la estructura del cumbreiro.

También se buscaba hojas de kampanak, pumpuna (paja toquilla), utilizaban para la elaboración del techo bejucos y para los amarres de la vivienda usaban raíces de ichinkiat.

Toda casa tiene el ekent (área de los niños y mujeres), tankamash (área social, de los hijos varones y visitas). En el ekent se guarda todos los productos agrícolas que se cosechan para el consumo, ahí están la cocina, el rincón de los perros, las camas, tarima donde se guarda la carne.

En la casa se situaban por lo menos dos fogones: uno en el ekent que lo utilizaban para cocinar y el otro en el tankanmash, en donde se cocinaba ocasionalmente, sin embargo, podían colocarse fogón en función del número de familias que habitaban en la jea.

Las casas eran grandes, con capacidad para todas las familias que tenía el wea (anciano designado para dirigir una fiesta), o el uunt (adulto o anciano en general). Entonces e uunt tenía dos o más esposas y varios hijos casados y yemos, se construía par que tuviera capacidad para albergar todos. En la construcción de la vivienda nueva y más grande existía la colaboración de familiares cercanos.

Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad
	Anual	N/A
	Continua	
✓	Ocasional	
	Otro	
Alcance		Detalle del alcance
✓	Local	N/A
	Provincial	
	Regional	
	Nacional	

	Internacional				
Productos		Descripción del producto	Uso	Detalle del uso	
P1- Casas tradicionales		Actualmente existen pocos hogares que tienen esta vivienda	UTILITARIO	Cocina	
5. PORTADORES/ SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos					
Colectividades	ADULTOS DE LA COMUNIDAD	N/A	N/A	N/A	COMUNIDAD TARUKA
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia			
<input checked="" type="checkbox"/>	Padres- hijos	Se trasmite de padres a hijos ya que son quienes acompañan a las labores			
	Maestro-aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión			
<input checked="" type="checkbox"/>	Padres- hijos	Se trasmite de padres a hijos ya que son quienes acompañan a las labores.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
Para las personas que todavía poseen este tipo de vivienda las consideran valiosas porque los identifican como cultura shuar que son.					
Sensibilidad al cambio					
<input checked="" type="checkbox"/>	Alta	Ya que cada vez son menos las personas que construyen este tipo de viviendas.			
	Media				
	Baja				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
DOMINGO CACEN		COMUNIDAD		MASCULINO	51

	TARUKA			
8. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Ámbito	Subámbito	Detalle del subámbito	Código/ Nombre	
N/A	N/A	N/A	N/A	
9. ANEXOS				
Textos	Fotografías	Videos	Audio	
N/A		N/A	N/A	
DATOS DE CONTROL				
Entidad investigadora: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO				
Inventariado por: Rubí Jaramillo				
Fecha de inventario: 2016-02-15				
Revisado por: Ing. Luis Quevedo				
Aprobado por: Ing. Catalina Verdugo				
Registro fotográfico: Rubí Jaramillo				

Fuente: INPC, 2014

Elaborado: Rubí Jaramillo

10) Atractivo N°10 Chamanismo shuar

Tabla 18: Chamanismo shuar

 <p>GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR</p> <p>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL</p> <p>DIRECCIÓN NACIONAL DE INVENTARIO</p> <p>PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL FICHA DE INVENTARIO</p> <p>A4 CONOCIMIENTOS Y USOS RELACIONADOS CON LA NATURALEZA Y EL UNIVERSO</p>						
	CÓDIGO					
	IM-21-02-50-005-16-14					
1. DATOS DE LOCALIZACIÓN						
Provincia: SUCUMBIOS	Cantón: CASCALES	DATUM: WGS84 Z17N – UTM				
Parroquia: EL DORADO DE CASCALES		<table border="1"> <tr> <td>Urbana</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Rural</td> <td>X</td> </tr> </table>	Urbana		Rural	X
Urbana						
Rural	X					

Localidad: COMUNIDAD TARUKA	
Coordenadas: X (Este) 0253590 Y (Norte) 0017323 Z (Altitud) 395 m.s.n.m	
2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL	
	
Descripción de la fotografía: SHAMANISMO- MEDICINA ANCESTRAL	
Código fotográfico: IM-21-02-50-005-16-14_018jpg	
3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Denominación	Otra (s) denominación (es)
MEDICINA TRADICIONAL	D1 N/A
	D2 N/A
Grupo social	Lengua (s)
SHUAR	L1 ESPAÑOL
	L2 SHUAR CHICHAN
Subámbito	Detalle del subámbito
MEDICINA TRADICIONAL	N/A
4. DESCRIPCIÓN	
4.5 Descripción del atractivo	
<p>Estas prácticas se llevan a cabo en busca de la sanación de dolencias físicas y espirituales a través de elementos plantas, tabaco, piedras y alucinógenos como la Ayahuska y Huanto. Dependiendo el tipo de dolencia se realizan limpiezas corporales frotando plantas sobre la piel y soplando tabaco en la cabeza del paciente o se da infusiones de hierbas específicas para cada dolencia del paciente. Depende del tipo de dolencia y la reacción del paciente para determinar la frecuencia y tiempo del tratamiento.</p> <p>En el aja y a un lado de las viviendas, el shuar cultiva numerosas especies de uso medicinal, que combinaban con especies de los bosques tropicales para combatir enfermedades</p> <p>También son usadas para hacer daño a la comunidad, se dice que la gente de la comunidad se ha marchado del</p>	

lugar porque se les ha maldecido, donde se han enfermado gravemente hasta causar la muerte.					
El Chaman de esta comunidad, solo se encarga de curar el mal viento, espanto y malestares corporales, ayudando de esta manera a que sus habitantes gocen de buena salud.					
Materiales: Guanto, ayahuasca, yerbas nativas de viento, agua ardiente, cigarrillo del puro y un envase para colocar los materiales					
Descripción del ritual: El paciente debe estar sentado, para que el curandero coloque yerbas nativas con agua ardiente, el curandero inhala y absorbe un poco de trago por la nariz y una cierta cantidad de cigarrillo se fuma; seguido comienza chupándole la cabeza del paciente y se pone a cantar y hablar en su lengua, sacudiendo las ramas sobre el cuerpo del paciente juntamente con el humo de cigarrillo. Este ritual dura 10 minutos aproximadamente					
Indumentaria que usan el chamán: Falda rayada de color blanco con negro, tobillera de semillas, collar de semillas silvestres, corona de semillas y un tatuaje de achiote					
Fecha o periodo		Detalle de la periodicidad			
	Anual	N/A			
✓	Continua				
	Ocasional				
	Otro				
Alcance		Detalle del alcance			
✓	Local	Forma de curación en la nacionalidad Shuar, acuden del mismo cantón hacia la comunidad para ser curados			
	Provincial				
	Regional				
	Nacional				
	Internacional				
5. PORTADORES/ SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos	SEGUNDO CACEM	N/A	PRESIDENTE DE LA COMUNIDAD		COMUNIDAD TARUKA
Colectividades	ADULTOS DE LA COMUNIDAD	N/A	N/A	N/A	COMUNIDAD TARUKA
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia			
✓	Padres- hijos	Los mayores de la comunidad saben que plantas son para curar diferentes enfermedades.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro de capacitación				

	Otro				
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión			
✓	Padres - hijos	Conocimiento de generación en generación			
	Maestro-aprendiz				
	Centro de capacitación				
	Otro				
6. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
Es de gran importancia porque se sienten orgullosos de mantener ciertas tradiciones.					
Sensibilidad al cambio					
	Alta	En la actualidad se prefiere acudir al médico al creer que es más eficiente.			
✓	Media				
	Baja				
7. INTERLOCUTORES					
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
DOMINGO CACEN		COMUNIDAD TARUKA		MASCULINO	51
9. ANEXOS					
Textos	Fotografías	Videos	Audio		
N/A		N/A	N/A		
DATOS DE CONTROL					
Entidad investigadora: ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO					
Inventariado por: Rubí Jaramillo					
Fecha de inventario: 2016-02-15					
Revisado por: Ing. Luis Quevedo					
Aprobado por: Ing. Catalina Verdugo					
Registro fotográfico: Rubí Jaramillo					

Fuente: INPC, 2014

Elaborado: Rubí Jaramillo

2. Resumen de los atractivos naturales y culturales

Tabla 19: Resumen de los atractivos naturales.

N.º	Nombre del atractivo	Ubicación	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
1	Cascada Celoso	X: 0253536 Y: 0016657	Sitios Naturales	Ríos	Cascadas	II
2	Rio Taruka	X: 0253636 Y: 0017054	Sitios Naturales	Ríos	Rio	II
3	Cueva Salero	X: 0253860 Y: 0016467	Sitios Naturales	Fenómenos espeleológicos	Cuevas	II
4	Bosque Taruka	X: 0253790 Y: 0016513	Sitios Naturales	Bosques	Bosque Húmedo Tropical Amazónico	II

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

Tabla 20: Resumen de los atractivos culturales inmateriales.

N.º	Denominación	Ámbito	Sub-ámbito	Detalle del sub-ámbito
1	Vestimenta	Técnicas artesanales tradicionales	Técnicas artesanales tradicionales	Otros
2	Leyendas	Tradiciones orales	Leyendas	Leyendas asociadas a apariciones de seres sobrenaturales
3	Música y danza	Artes del espectáculo	Música shuar	
4	Fiesta creación Taruka	Usos sociales rituales y actos festivos	Fiesta	
5	Fiesta chonta Taruka	Usos sociales rituales y actos festivos	Fiesta	
6	Chicha chonta- yuca	Conocimiento y usos relacionados con la naturaleza y el universo	gastronomía	
7	Maito carachama	Conocimiento y usos relacionados con la naturaleza y el universo	gastronomía	
8	Canastas, mullos	Técnicas artesanales tradicionales	Técnicas artesanales tradicionales	Tejido con fibras naturales
9	Vivienda tradicional	Técnicas artesanales tradicionales	Técnicas constructivas tradicionales	
10	Medicina tradicional	Conocimiento y usos relacionados con la naturaleza y el universo	Medicina tradicional	Shamanismo

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

C. ESTUDIO DE MERCADO

1. Análisis de la oferta

Para acceder hacia la comunidad que se encuentra ubicado en el kilómetro 9 del cantón Cascales, la vía es de tercer orden.

Se puede llegar en carro propio o haciendo flete en camionetas, no existe cooperativas de transporte público para llegar a la comunidad.

a. Oferta de la comunidad Taruka

1) Servicios básicos

En cuanto se refiere a servicios básicos tenemos que el agua es el problema más frecuente en la zona, el agua proviene del río Taruka, cuentan con agua potable pero más usan del agua de río, el agua potable no les viene seguido y es el mayor problema que tiene la comunidad, también tienen agua entubada, algunas veces ocasiona enfermedades.

La comunidad si cuenta con telefonía tanto móvil como convencional, así mismo con centro de salud ubicado en el cantón Cascales, cuando es una enfermedad grave se traslada al paciente al Hospital Marco Vinicio Iza en Lago Agrio.

2) Servicios turísticos

En cuestión de servicios turísticos la comunidad dejó de funcionar hace 1 año, en la actualidad se está haciendo mantenimiento y remodelando las cabañas, la comunidad cuenta al momento con: artesanías, danzas, gastronomía, fiestas populares, interpretación de mitos, leyendas, costumbres. Y con recursos naturales como: el bosque protegido por la comunidad, cuevas el salero, observación de flora y fauna, senderos, pesca tradicional.

Hace 1 año Taruka contaba con dos cabañas de hospedaje: una cabaña cocina- comedor de construcción mixta y el techo de hojas de palma, con capacidad para 20 pax, el precio por el servicio era de \$ 15

El centro turístico contaba con la infraestructura para alimentación diseñada con capacidad para 25 pax, equipada con una cocina a gas y todos los utensilios necesarios para atender al turista. El precio de servicio era de \$3,50 por comida.

En cuanto al servicio de guianza la comunidad ofrecía un guía capacitado que conducía a un grupo de hasta 15 pax. El precio del servicio es de \$ 20 por grupo.

Hasta el 2013 ingresaban turistas anuales 36. Se tiene propuesto a reconstruir las instalaciones.

3) Características únicas

La población posee conocimientos de la medicina tradicional, siendo esta la primera opción al momento de tratar cualquier tipo de enfermedades.

En la comunidad se sigue elaborando artesanías como bolsos, para llevar comida, frutas o también cuando salen a la pesca, permitiendo aun a la conservación de su cultura.

4) Capacitación del recurso humano

Los habitantes de la comunidad han recibido varias capacitaciones, en las mujeres se ha dado capacitaciones de cocina, como elaborar postres, platos nuevos con frutas típicas de la comunidad también se ha obtenido capacitaciones en el ámbito de: formación de guías nativos, servicio al cliente, primeros auxilios, administración de empresas comunitarias.

5) Patrimonio natural y cultural

En miras a la conservación de su riqueza cultural, la comunidad se encuentra ejecutando un proyecto por medio del cual se busca rescatar y fortalecer las expresiones musicales y dancísticas tradicionales del pueblo Shuar. Se ha detectado una pérdida de cultura tanto en jóvenes y adultos de la comunidad, siendo atraídos por la música de ahora como reggaetón, salsa, rock, etc. Por eso se recomienda elaborar un Plan de Revitalización Cultural que aporte al rescate de la cultura Shuar.

Taruka posee una cultura llena de leyendas, cuentos, ritos, historia de gran valor, que hace de Taruka un lugar único para ser visitado.

6) Atractivos turísticos

La comunidad Taruka es un lugar místico, lleno de magia en sus atractivos, leyendas, Taruka es una comunidad que puede ser ofrecida al turista y atrapar su atención por sus mágicas cascadas.

- Descubriendo la cultura Shuar de la comunidad Taruka
- Cascada Celosa: un lugar sagrado donde solo los hombres son permitidos ingresar, realizan celebraciones, ritos, para poder obtener fuerza de una deidad denominada Arútam, que es el

dios del shuar, quien es el que da la fuerza al hombre, que se atreve a desafiar su poder es considerado como el fuerte de la comunidad.

- Cueva el salero: es un lugar lleno de bosque primario, lleno de una extensa vegetación donde al caminar se puede encontrar con la paz interior, lleno de tranquilidad donde nos lleva a unas hermosas y grandes cuevas que solía ser visitadas por los animales de la zona para tomar agua,
- Rio Taruka: el rio es un atractivo lleno de aventura, donde los de la comunidad salen a disfrutar luego de un día cansado a pescar con todos los chicos de la comunidad, el rio Taruka se junta con el rio bermejo que le hace un rio majestuoso.

7) Análisis de la oferta complementaria

Los establecimientos de alojamiento que ofrecen las mejores condiciones de servicio en lo que se refiere al confort son: Gran hotel de Lago, Arazá, Cascada y hotel D`Mario, Marques Amazónico, estos son los mejores establecimientos reconocidos por el Ministerio de Turismo en el año 2015, por el catastro turístico de la provincia de Sucumbíos. Estos son los hoteles que se encuentran en la ciudad de Lago Agrio y son de primera y segunda categoría, para la facilidad y prestación de servicios como son alojamiento, alimentación y transporte aéreo. Tenemos la línea aérea más conocida y con más acogida es Tame con vuelos directos de Lago Agrio a Quito.

Tabla 21: Establecimientos de alojamiento del cantón Lago Agrio

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	TARIFA	
Gran Hotel de Lago		
Tipo: Hotel	Cabaña simple	\$35
Categoría: Primera	Cabaña doble	\$ 55
Dirección: Av. Quito Km 1 1/2	Suite	\$ 75
N.º de habitaciones: 70	Suite ejecutiva	\$ 90
Teléfono: 62832415	Suite matrimonial	\$ 90
SERVICIOS Cuenta con un restaurante para 80 personas, salón de conferencias, parqueadero, aire acondicionado, teléfono en la habitación, televisor con cable, wi-fi.	OBSERVACIONES Los desayunos son tipo buffet	
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO- Cascada	TARIFA	
Tipo: Hotel	Suite ejecutiva	\$65
Categoría: Segunda	Habitación	\$ 25
Dirección: Av. Quito 291 y amazonas	Habitación ejecutiva	\$ 45
N.º de habitaciones: 46	Habitación doble	

Teléfono: 2830-124		\$ 45
SERVICIOS Si tiene restaurante, salón para conferencias, aire acondicionado, parqueadero, teléfono en la habitación, televisor con cable, wi-fi, piscina, baño privado.	OBSERVACIONES Los desayunos son tipo buffet	
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO- D`Mario	TARIFA	
Tipo: Hotel Categoría: Segunda Dirección: Av. Quito 265 y pasaje gonzanama N.º de habitaciones: 42 Teléfono: 2830-174	Habitación simple Simple matrimonial Mini suit Suit Habitación doble	\$15 \$ 25 \$ 35 \$45 \$ 30
SERVICIOS Si tiene restaurante, salón para conferencias, aire acondicionado, parqueadero, teléfono en la habitación, televisor con cable, wi-fi, piscina, baño privado.	OBSERVACIONES En sus tarifas no incluye impuestos	
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO Marques Amazónico	TARIFA	
Tipo: Hotel Categoría: Tercera Dirección: Calle Venezuela y circunvalación N.º de habitaciones: 30 Teléfono: 2821-111	Habitación simple Simple matrimonial Habitación doble Habitación ejecutiva	\$65 \$ 25 \$ 45 \$ 45
SERVICIOS Salón para conferencias, aire acondicionado, parqueadero, teléfono en la habitación, televisor con cable, wi-fi, piscina, baño privado.	OBSERVACIONES En sus tarifas no incluye impuestos	

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

Fuente: Catastro 2015, Ministerio de Turismo Lago Agrio

Tabla 22: Transporte aéreo del cantón Lago Agrio

Nombre de la línea aérea: Tame		Categoría: Transporte público	
Tipo: Aéreo		Ubicación: Av. 9 de Octubre y Fco de Orellana	
ITINERARIO			
Lago Agrio- Quito			
DIA	SALIDA	LLEGADA	TARIFA IDA/VUELTA
Lunes a jueves	10:30	11:10	\$ 117,24
Martes a jueves	17:20	18:00	
Viernes	10:50	11:30	
Sábado	18:00	18:40	

	10:00	10:40	
--	-------	-------	--

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

Fuente: Oficinas de Tame

b. Análisis de la competencia

En la provincia de Sucumbíos la actividad turística comunitaria es parte de la gestión del turismo cultural que tiene gran aceptación por turistas nacionales y extranjeros, se puede visitar algunos sitios que desarrollan este tipo de gestión como son: Atari, Playas Cuyabeno, Shayari y Limoncocha; cuentan con servicios turísticos y actividades complementarias para hacer de la estancia agradable e inolvidable. De conformidad con el estudio técnico el análisis de la competencia corresponde a la investigación de la oferta turística similar a la del producto que se pretende colocar en el mercado.

Tabla 23: Identificación de la Competencia de las Comunidades que practican turismo comunitario

COMUNIDAD	UBICACIÓN	SERVICIOS TURÍSTICOS	INGRESOS DE TURISTAS ANUALES (2014)	PRINCIPALES ACTIVIDADES
Shayari	En el cantón Cascales	Tres cabañas matrimoniales y una cabaña comunitaria de tres pisos dividida en 7 habitaciones, para 35 pax, a \$ 10 por pax, las tres cabañas matrimoniales cuentan con baño privado y cabaña grande con baños compartidos Tienen un espacio grande para realizar talleres con hamacas para descansar capacidad como para 50 personas, cuenta con un restaurante grande, para 40 personas.	115 turistas nacionales 105 turistas extranjeros	Visita a zoocriadero Visita a una chorrera Bosque primario Observación de técnica de caza Observación de la música danza kichwa Compra de artesanías.
Limoncocha	Cantón Shushufindi, parroquia Limoncocha	Tiene una cabaña matrimonial y una comunitaria dividida en 5 habitaciones para 18 pax a \$10 por pax, posee baño privado cada cabaña y un área de camping, cuenta con restaurante y alcanza 25	turistas nacionales 150 turistas extranjeros	Paseo en canoa, en la laguna Limoncocha. Avistamiento de aves Excursionismo nocturnas

		personas	115	Actividades agropecuarias
Playas de Cuyabeno	Cantón Cuyabeno, parroquia Playas de Cuyabeno	Cabaña comunitaria dividida en cuatro habitaciones para 12 pax y a \$10 por pax, baño es compartido, también posee restaurante con todas las comidas, desayuno, almuerzo, cena, refrigerio, para 20 personas.	140 nacionales 105 extranjeros	Paseo en canoa por la laguna grande Cuyabeno Observación de la alfarería. Avistamiento de aves Treking
Atari	A 45 minutos de la ciudad de Lago Agrio Queda cerca de la ciudad de Lago Agrio	No cuenta con servicios de hospedaje, pero de alimentación cuenta con desayuno, almuerzo, cena, para 30 personas.	50 nacionales 85 extranjeros	Centro de interpretación Atari Awkayakku Pasear en canoa por el Rio Pusino Trabajos en la chacra Juegos tradicionales
TURISTAS NACIONALES TOTAL			455	
TURISTAS INTERNACIONALES TOTAL			410	

Elaborado: Rubí Jaramillo

Existen 4 centros turísticos que se consideran como competencia, todos cuentan con servicios de hospedaje, alimentación que disponen de 35 a 18 en cuestión de hospedaje y alimentación de 40 a 30 plazas en restaurante. Todas las actividades que se realizan en las comunidades, que más tiene valor cultural y natural son casi las mismas que hacen todo los centros comunitarios, Taruka tiene la capacidad de abarcar 20 a 30 pax, en referente a la hospitalidad su infraestructura está hecha para tener dos cabañas de hospedaje y una cabaña cocina, comedor de construcción mixta y el techo de hojas de palma y respecto a la alimentación está diseñada para tener una capacidad de 25 pax, también la comunidad posee actividades complementarias como: paseo en canoa, elaboración de comida típica, danza y música tradicional shuar, avistamiento de aves, visita a lagunas y cascadas, observación de flora, caminatas por sendero, observación de técnica de caza y es apto para hacer camping. Taruka es un destino turístico único por su belleza tanto en flora como en fauna, su gente, sus leyendas, la comunidad tienen tanto por ofrecer y dar a conocer al turista. Ante la competencia el personal está capacitado, tienen experiencia dando un servicio de calidad. El Centro de turismo Limoncocha por estar dentro de un área protegida de promoción nacional y extranjera tiene muchos puntos al favor, sin dejar a tras la Reserva de Producción Faunística de Cuyabeno, por lo que despierta mayor interés por sus lagunas y tenemos a Shayari un lugar hermoso, para competencia si es un lugar de ponernos a preocupar por lo que es pionero en turismo comunitario en la provincia de Sucumbíos. Taruka presenta varios competidores, pero a la comunidad le falta tener un producto técnicamente estructurado, se pretende realizar proyectos con la comunidad para volver hacer de Taruka un destino único y sin desperdiciar los atractivos culturales y naturales, su gastronomía, historia que posee el lugar, permitiendo lanzar al mercado como una oferta nueva y poder ser otro destino para Sucumbíos.

2. Determinar la demanda

a. Universo de estudio y muestra

Según datos proporcionados por el Ministerio de Ambiente de Sucumbíos, el número de turistas que visitan La Reserva de Producción Faunística Cuyabeno, en el 2014 fue de 10447 siendo turistas nacionales y extranjeros, debido que es un atractivo con mayor frecuencia.

1) Cálculo de la muestra turista Nacional

$$n = \frac{2092 * 0,25}{(2092-1) (0.07/1.64)^2 + 0,25}$$

$$n = \frac{523}{4,05945}$$

n= 129 encuestas a turistas nacionales

2) Cálculo de la muestra turista Internacional

$$n = \frac{8355 * 0,25}{(8355-1) (0.07/1.64)^2 + 0,25}$$

$$n = \frac{2088,75}{4,05945122}$$

n= 135 encuestas a turistas internacionales

b. Caracterización de la demanda

1) Turistas Nacionales

a) Sexo

Tabla 24: Género de los turistas nacionales

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	70	54%
Femenino	59	46%
TOTAL	129	100%

Elaborado por: Rubi Jaramillo, 2016

El 54% de los turistas nacionales son de género masculino y el 46% son mujeres, no existe una marcada diferencia entre los géneros.

Los gustos y preferencias entre hombres y mujeres no son las mismas, por tal razón las actividades deben estar enfocadas de acuerdo a este punto para lograr un equilibrio entre ambos géneros y de esta manera cumplir con la expectativa de la demanda.

b) Edad

Tabla 25: Edad de los turistas nacionales

Rango	Frecuencia	Porcentaje
15- 25	29	22%
26 a 35	58	45%
36 a 45	19	15%
46 a 55	13	10%
Más de 55	10	8%
TOTAL	129	100%

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

En los turistas nacionales la mayoría son de 26 y 35 años de edad con un 45%, seguido por el 22% que corresponde al grupo de 15 a 25 años, en el rango de 36 a 45 en un 15%, el 10% representa al grupo de los 46 a 55 años de edad y por último los que tienen más de 55 años de edad corresponden al 8%.

De acuerdo a la edad del producto enfoca las actividades recreativas a desarrollarse durante el tour.

c) Ocupación

Tabla 26: Ocupación de turistas

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje
Estudiante	46	36%
Trabaja	52	40%
Desempleado	18	14%
Jubilado	13	10%
TOTAL	129	100%

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

De acuerdo al gráfico número 6, se puede observar que la mayoría de los turistas son trabajadores con un 40%, mientras que el 36% son estudiantes, el 14% están desempleado, mientras que con el 10% están jubilados.

d) Procedencia

Tabla 27: Procedencia de los turistas nacionales

Procedencia	Frecuencia	Porcentaje
Tungurahua	8	8%
Guayaquil	6	7%
Pichincha	45	27%
Ibarra	5	5%
Esmeralda	4	4%
Orellana	15	15%

Sucumbíos	32	20%
Napo	10	9%
Pastaza	4	4%
TOTAL	129	100%

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

De acuerdo con el resultado se conoce que el 27% de turistas encuestados provienen de la provincia de Pichincha, el 20% de la provincia de Sucumbíos, el 15% de la provincia de Orellana, el 9% de la provincia de Napo.

Lo que indica que estas son las principales provincias a la que se promocionarán los paquetes del proyecto, siendo los futuros clientes.

e) Preferencias de visitar la comunidad shuar Taruka del cantón Cáscales

Tabla 28: Preferencias de visita de los turistas nacionales

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	111	86%
No	18	14%
TOTAL	129	100%

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

El 86% de los turistas nacionales le agrada visitar la comunidad y mientras el 14% no muestra interés por visitar la comunidad

El porcentaje que se obtuvo de aceptación es positivo lo que nos indica que nuestra demanda si tiene un interés en conocer y adquirir un producto turístico comunitario.

f) Actividades a realizar en la comunidad. Selecciona 4 opciones

Tabla 29: Actividades a realizar

Actividades a realizar	Frecuencia	Porcentaje
Observación de danza y música típica	41	8%
Degustación de bebidas y comidas típicas	72	14%
Compra de artesanías	50	10%
Caminatas por el bosque y campamento	91	18%
Visita a los atractivos: cueva salero, cascada el celoso	113	22%
Observación de la medicina tradicional	29	6%
Paseo en canoa y pesca por el río Taruka	86	17%
Demostración de la técnica de caza	34	7%
TOTAL	516	100%

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

Como podemos observar la comunidad presentan varias actividades donde el turista podrá disfrutar y llevarse una hermosa experiencia. El 22% prefiere visitar los atractivos que ofrece la comunidad, el 18% realizaría caminatas por el bosque y campamento, el 17% le gustaría pasear en canoa y pescar, el 14% degustaría de la comida y bebida típica, el 8% le gustaría observación de la danza y comprar artesanías. El 7% opta por la demostración de las técnicas de caza y el 6% tiene una ligera inclinación por la medicina natural.

Se puede decir que todas las actividades propuestas son de interés. Las actividades recreativas que debe conformar el producto deben estar de acuerdo a la preferencia de la demanda.

g) Motivos del viaje

Tabla 30: Motivos del viaje

Motivo de viaje	Frecuencia	Porcentaje
Negocio	17	13%
Turismo	77	60%
Visita familiar	35	27%
TOTAL	129	100%

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

De acuerdo a la figura 10, el 60% de turistas nacionales encuestados viajaron a lago agrio por realizar actividades de Turismo, el 27% por visitar a sus familiares y un 13% por asuntos de negocios.

Esto indica que existe una gran ventaja para el desarrollo del producto turístico que se ofertará en la comunidad Taruka.

h) Tiempo que permanecería en la comunidad Taruka

Tabla 31: Tiempo de estar en la comunidad

Tiempo de visita	Frecuencia	Porcentaje
2 a 5 horas	25	19%
de 1 a 2 días	66	51%
Más de 2 días	38	29%
TOTAL	129	100%

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

Los turistas nacionales prefieren estar en la comunidad de 1 a 2 días (51%), mientras que el 30% de los turistas prefieren estar más de 2 días y con un 19% solo le gustaría estar de 2 a 5 horas.

La duración del tour del producto debe ir de acuerdo al tiempo de permanencia de la demanda.

i) Servicios Turísticos que le gustaría contar en la comunidad

Tabla 32: Servicios turísticos

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Hospedaje	8	6%
Guianza	5	4%
Recreación	12	9%
Alimentación	16	12%
Información	2	2%
Transporte	9	7%
Todas las opciones	77	60%
TOTAL	129	100%

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

En cuanto a los servicios turísticos el 60% le gustaría que le ofrezcan todos los servicios. El 12% desearía la alimentación, el 9% desea actividades de recreación. Un 7% requieren de la facilidad de trasportación. Al 6% le gustaría hospedarse, el 4% opta por servicio de guianza y el 2% necesita información.

El producto debe contener los servicios turísticos que requiere la demanda.

j) Contratar paquetes:

Tabla 33: Contratar paquetes turísticos

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	17	13%
No	112	87%
TOTAL	129	100%

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

El turista nacional no le gustaría mucho contratar paquetes turísticos con un 87%, mientras que con un 13% si desearían contratar paquetes turísticos.

Estos resultados nos ayuda a ver que se les puede ofrecer en los paquetes turísticos que se van a promocionar.

k) Compañía en viaje del turista

Tabla 34: Con quien viaja

Con quien viaja	Frecuencia	Porcentaje
Familias	67	52%
Amigos	29	22%
Pareja	21	16%
Solo	12	9%
TOTAL	129	100%

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

El turista nacional le gustaría visitar la comunidad en compañía de la familia en un 52%, seguido del 23% que le gustaría conocer con sus amigos, en compañía de la pareja en un 16% y finalmente le gustaría visitar la comunidad solo en un 9%. El turista nacional no viaja solo, en su mayoría viaja acompañado. Debido a ello se debe tomar estas características en la estructuración de paquetes.

l) Capacidad de gasto por los turistas nacionales

Tabla 35: Capacidad de pago

Capacidad de pago	Frecuencia	Porcentaje
\$15- \$25	34	26%
\$ 26-\$35	67	52%
\$36-\$45	18	14%
Más de 45	10	8%
TOTAL	129	100%

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

El 52% de los turistas les gustaría pagar de 26 a 35 dólares por persona, el 26% pagaría por actividades turísticas de 15 a 25 dólares, el 14% pagaría de 36 a 45 dólares y el 8% pagaría por hacer turismo más de 45 dólares.

El precio del producto lo establecerá la capacidad de pago de la demanda.

m) Medios de información acerca del turismo

Tabla 36: Medios de información

Medios de información	Frecuencia	Porcentaje
Tv- Radio	29	22%
Prensa escrita	8	6%
Internet	28	22%
Amigos- familiares	22	17%
Revistas	8	6%
Agencias de viajes	24	19%
Guías turísticas	10	8%
TOTAL	129	100%

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

Los medios de información que más utilizan los turistas nacionales para informarse son la televisión - la radio y el internet con el 22%, seguido por el 19% agencias de viajes, el 17% es por amigos y familiares, el 8% guía turísticas.

Las estrategias de marketing del producto deben tomar en consideración los medios de difusión de mayor demanda de los turistas.

n) Perfil del turista nacional

Del 100% de turistas nacionales encuestados el 54% corresponden al género masculino y el 46% corresponde al género femenino, mostrando un equilibrio entre los dos sexos, donde las edades más pronunciadas van desde 26 a 35 años de edad 45% y de 15 a 25 años de edad representa con un 22%. De igual forma en su campo ocupacional, en un 40% trabajan y el 36% son estudiantes.

Los turistas que llegan al cantón provienen de varias provincias especialmente de la provincia de Pichincha con el 27%, de la provincia de Sucumbíos el 20%, de la provincia de Orellana el 15%. A los turistas si les interesaría conocer la comunidad shuar Taruka (86%), donde realizarían las siguientes actividades: visitar los atractivos (22%), caminata por el bosque y campamento (18%), paseo en canoa y pesca (17%), degustación de la comida y bebidas típicas (14%).

Los turistas viajan más por realizar turismo (60%), visitar a sus familiares (27%) y con el 13% lo hacen por negocios. El tiempo de estadía sería de 2 a 5 horas como mínimo (19%) y de 1 a 2 días máximo (51%), tiempo en el que requieren de todos los servicios como: alimentación, transporte, recreación, alojamiento, información y guía por estos servicios pagarían de \$26 a \$35 dólares diarios (52%). Estarían dispuestos a contratar paquetes turísticos 13% mientras que no les gustaría con un 87%. A los turistas les gustaría presenciar, visitar la comunidad solos

como mínimo (9%) y con familias (52%) como máximo. Los medios de difusión que utilizan con más frecuencia para informarse son la Tv- radio y el internet (22%).

2) Turistas extranjeros

a) Sexo

Tabla 37: Sexo de los turistas extranjeros

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	87	64%
Femenino	48	36%
TOTAL	135	100%

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

De los turistas extranjeros que visitan el Ecuador del 100% el 64% son de género masculino y el 36% femenino, existe una pequeña diferencia entre ambos géneros. Estos datos permitirán establecer el tipo de actividades para realizarse dentro de los paquetes.

Esta información nos permite a diseñar productos para hombres y mujeres que tienen diferentes necesidades y referencias.

b) Edad

Tabla 38: Edad de los turistas extranjeros

Rango	Frecuencia	Porcentaje
15- 25	20	15%
26- 35	35	26%
35-45	23	17%
46-55	43	32%
> de 56 años	14	10%
TOTAL	135	100%

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

31% de la demanda que obtuvimos pertenece a un rango de 26 a 35 años, seguido del 25% que va desde los 15 a 25 años. El 18% corresponde al rango de 35 a 45 años, seguido del 16% que son de 46 a 55 años. Finalmente, con el 10% son mayores de 56 años de edad. Al conocer la edad de los turistas, permite la planificación de actividades recreativas que tendrán cierto grado de dificultad dependiendo al ámbito que se desarrolle.

c) Ocupación

Tabla 39: Ocupación de los turistas extranjeros

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje
Estudiante	26	19%
Trabaja	55	41%
Desempleado	38	28%
Jubilado	16	12%
TOTAL	135	100%

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

La mayoría de los turistas extranjeros encuestados trabajan (41%), el 28% son desempleados, el 19% son estudiante y el 12% son jubilados.

d) Procedencia

Tabla 40: Procedencia de los turistas extranjeros

Procedencia	Frecuencia	Porcentaje
Canadá	3	2%
Holanda	11	8%
Australia	7	5%
USA	23	17%
Chile	19	14%
Colombia	29	21%
China	8	6%
Alemania	6	4%
Argentina	12	9%
España	15	11%
Bélgica	2	1%
TOTAL	135	100%

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

En su mayoría el 21% provienen de Colombia, de Chile son el 14%. De USA son el 17%, mientras que el 11% provienen de España, el 9% corresponde Argentina, el 8% son de Holanda.

Según el lugar de procedencia las costumbres varían por lo que el producto debe ajustarse a lo que requiera la demanda.

e) Preferencia de visita a la comunidad shuar

Tabla 41: Preferencia de visita por los extranjeros

Visitaría la comunidad shuar	Frecuencia	Porcentaje
Si	122	90%
No	13	10%
TOTAL	135	100%

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

El 85% de la demanda están dispuestos a conocer una comunidad shuar del oriente y tan solo el 15% no lo haría.

El porcentaje de aceptación es favorable lo que significa que existe un mercado que si está dispuesto a adquirir productos de carácter comunitario.

f) Forma de viaje de los turistas extranjeros

Tabla 42: Forma de viaje

Forma de viaje	Frecuencia	Porcentaje
Agencia de viaje	49	36%
Independiente	86	64%
TOTAL	135	100%

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

El 64% de los turistas extranjeros prefieren viajar de manera independiente y el 36% lo hacen contratando los servicios de las agencias de viajes.

Este resultado nos demuestra que nuestro producto debe ser ofertado y comercializado a través de medios donde el turista pueda conocer de manera independiente el producto.

g) Preferencia de época para viajar

Tabla 43: Preferencia de época para viajar

Preferencia de época para viajar	Frecuencia	Porcentaje
Al inicio del año	25	19%
Al medio del año	68	50%
Al final del año	42	31%
TOTAL	135	100%

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

Los turistas extranjeros prefieren viajar a medio año (50%), el 31% opta por salir al final del año y el 19% al inicio del año.

En el análisis se puede notar que la mejor época donde se tiene mayor flujo turístico es a partir del mes de junio por lo que es importante ejecutar estrategias de marketing desde el inicio de cada año.

h) Motivo de viaje de los turistas extranjeros

Tabla 44: Motivo de viaje

Motivo de viaje	Frecuencia	Porcentaje
Distracción	67	50%
Negocios	21	16%
Estudio	7	5%
Visita a familiares	29	21%
Otros	11	8%
TOTAL	135	100%

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

De los turistas encuestados el 50% de las personas viajan por distracción, el 21% para visitar a sus familiares, en un 16% lo hacen por negocio, el 8% lo hacen por estudio y finalmente por otros motivos con el 5%,

Se debe ofrecer actividades que sean de recreación que permita el esparcimiento de la demanda.

i) Compañía en viaje

Tabla 45: Con quien viaja

Con quien viaja	Frecuencia	Porcentaje
Solo	10	7%
Pareja	15	11%
Familia	29	21%
Amigos	56	41%
Grupos organizados	25	19%
TOTAL	135	100%

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

Con mayor frecuencia los turistas extranjeros viajan con amigos en un 41%, seguido de un 21% que viajan en grupos organizados, el 19% viajan en parejas o en familias y tan solo el 7% viajaría solo.

La estructura de costos del producto debe ir de acuerdo al número de pax.

j) Actividades turísticas recreativas

Tabla 46: Actividades turísticas

Actividades turísticas recreativas	Frecuencia	Porcentaje
Observación de danza y música típica	85	16%
Degustación de bebidas y comidas típicas	191	35%
Compra de artesanías	29	5%
Caminata por el bosque y campamento	71	13%
Visita a los atractivos: río taruka, cascada, cueva	51	9%
Medicina Natural	18	3%
Paseo en canoa y pesca	42	8%
Demostración de técnica de caza	53	10%
TOTAL	540	100%

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

Después de realizar la tabulación de los datos, la aceptación de las actividades propuestas se distribuye de la siguiente manera; con el 35% optarían por degustar las bebidas y comidas típicas, el 16% prefiere observar la danza y la música típica, con un 13% caminar por el bosque y acampar. El 9% visitaría los atractivos: río taruka, cueva salero, cascada. El 8% optaría por pasear por la canoa y pescar, como mínimo porcentaje está la compra de artesanías con un 5% y finalmente con el 3% les gustaría conocer la medicina natural y ver la demostración de la técnica de caza.

Al momento de planificar las actividades se considerarán las de mayor acogida por la demanda

k) Tiempo de visita de los turistas extranjeros

Tabla 47: Tiempo de visita

Tiempo de visita	Frecuencia	Porcentaje
de 1 a 2 días	42	31%
de 3 a 4 días	72	53%
Más de 4 días	21	16%
TOTAL	135	100%

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

El 53% de extranjeros están dispuestos a permanecer en este sitio de 3 a 4 días. El 31% le gustaría estar de 1 a 2 días. Finalmente, los turistas estarían dispuestos a permanecer en la comunidad más de 4 días con el 16%.

El tiempo de permanecía indica la duración del tour que debe tener cada producto.

d) Servicios turísticos a ofrecer

Tabla 48: Servicios turísticos

Servicios turísticos	Frecuencia	Porcentaje
Hospedaje	20	15%
Transporte	16	12%
Alimentación	19	14%
Recreación	27	20%
Guianza	11	8%
Todas las opciones	42	31%
TOTAL	135	100%

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

Al 31 % de los encuestados le gustaría contar con varios servicios como: hospedaje, alimentación, transporte, recreación, guianza. El 20% tiene preferencia por los servicios de recreación, seguido por el hospedaje y alimentación en un 15%, el 12% opta por el servicio de transporte y finalmente con el 8% prefiere contar con el servicio de guianza.

Se puede distinguir que entre las diferentes opciones no existe mayor diferencia. El producto debe contener los servicios que la demanda requiere.

m) Contratar paquete turístico para la comunidad

Tabla 49: Contratar paquete turístico

Paquete turístico	Frecuencia	Porcentaje
Si	20	15%
No	115	85%
TOTAL	135	100%

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

El turista nacional no le gustaría mucho contratar paquetes turísticos con un 85%, mientras que con un 15% si desearían contratar paquetes turísticos.

Estos resultados nos ayudan a ver que se les puede ofrecer en los paquetes turísticos que se van a promocionar.

n) Capacidad de gasto diario

Tabla 50: Capacidad de gasto diario

Capacidad de gasto	Frecuencia	Porcentaje
\$30 a \$50	70	52%
de \$51 a \$70	45	33%
\$71 a \$ 90	15	11%
más de \$91	5	4%
TOTAL	135	100%

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

El 52% de los turistas están dispuestos a gastar diariamente entre \$30 a \$50 dólares diario por los servicios guía, transporte, alojamiento y recreación. Mientras que el 33% gastaría de \$ 51 a \$70 dólares diarios. De \$71 a \$90 dólares diario lo haría el 11% y el 4% pagaría más de \$ 91 dólares por todos los servicios.

El precio del producto debe ir acorde a la capacidad de pago de la demanda.

o) Forma de pago

Tabla 51: Forma de pago

Forma de pago	Frecuencia	Porcentaje
Tarjeta de crédito	56	41%
Efectivo	79	59%
TOTAL	135	100%

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

El 59% de los turistas encuestados prefieren hacer el pago en efectivo por la prestación de servicios, mientras que el 41% optaría por pagar el consumo de los servicios con tarjeta de crédito como son MasterCard, visa entre otros.

El estudio refleja que la demanda prefiere realizar los pagos en efectivo al momento que este llega al establecimiento.

e) Medios información para los turistas extranjeros

Tabla 52: Medios de información

Medios de información	Frecuencia	Porcentaje
Tv- Radio	25	19%
Prensa escrita	9	7%
Internet	34	25%

Amigos- familiares	27	20%
Revistas	9	7%
Agencias de viajes	21	16%
Guías turísticas	10	7%
TOTAL	135	100%

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

El medio de información más común que usa el turista extranjero es el internet con el 30%, también se informan por medio de amigos y familiares. El 20% se informa a través de la tv y la radio. El 15% utilizan las agencias de viajes para informarse, el 5% se informa por medio de revista y guías turísticas y por último con el 3% se informa por la prensa escrita. La promoción y comercialización del producto debe realizarse en los medios de mayor acogida por la demanda.

p) Perfil del turista extranjero

Al Ecuador llegan turistas extranjeros de 15 a 35 años de edad en su mayoría son de género masculino (64%), proceden de Colombia (21%), Chile (17%), USA (14%). Los turistas extranjeros viajan independientemente (64%) y pocos viajan por medio de agencias de viajes (36%). En la época que más suelen viajar los turistas es a medio año (50%), lo hacen más por distracción (50%), por visitar a familiares (21%). El 41% prefiere viajar acompañados por amigos, el 85% de los turistas si les encantaría conocer la comunidad shuar Taruka; entre las actividades que les encantaría realizar son: Degustación de bebidas y comidas típicas (35%). Observación de danzas y música típica (16%), también caminar por el bosque y acampar (13%). El tiempo que les gustaría permanecer en la comunidad es de 3 a 4 días (53%), siempre y cuando poder contar con todos los servicios: hospedaje, alimentación, transporte, recreación, guianza. Muy pocos turistas extranjeros les gustaría contratar paquetes turísticos en la comunidad 15%, y con 85% no les interesaría. El turista estaría dispuesto a pagar por todos los servicios de \$30 a \$50 dólares diarios en efectivo. El turista extranjero, usualmente utiliza el internet (25%), amigos-familiares (20%) como medios de información.

c. Confrontación oferta-demanda

a. Proyección de la demanda actual

Según datos proporcionados por el Ministerio de Ambiente de Sucumbíos, el número de turistas que visitan La Reserva de Producción Faunística Cuyabeno, en el 2014 fue de 10447 siendo turistas nacionales y extranjeros, el 20% (2092) corresponden a turistas nacionales y el 80% (8355) a turistas extranjeros. De acuerdo a las estadísticas del Mintur la tasa de crecimiento turístico nacional para el año 2014 fue de 14%. En base a estos datos y a la utilización de la

fórmula del interés compuesto, se proyectó la demanda turística para los próximos 6 años, como se detalla a continuación.

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

Co = año a proyectar (2014-2019)

Cn = demanda actual. Turistas nacionales (2092) y turistas internacionales (8355)

i = incremento de turistas (14%)

n = el año a proyectarse (1-5)

Tabla 53: Proyección de la demanda actual turistas nacionales e internacionales

NÚMERO	AÑO	DEMANDA PROYECTADA		TOTAL DEMANDA ACTUAL
		INTERNACIONAL	NACIONAL	
0	2014	8355	2092	10447
1	2015	9525	2385	11910
2	2016	10858	2719	13577
3	2017	12378	3099	15478
4	2018	14111	3533	17645
5	2019	16087	4028	20115

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

De acuerdo al resultado de la tabla 53, se puede apreciar que para el año 2019 existirán un total de 4028 turistas nacionales y 16087 internacionales.

b. Determinación de la demanda potencial

Utilizando la demanda actual antes proyectada y el porcentaje de aceptación que podemos evidenciar en el perfil del turista, que es el 86% en turista nacionales y el 85% en turistas extranjeros, se procedió a calcular la demanda potencial mediante la aplicación de la fórmula.

$$\text{Demanda Potencial} = \text{demanda actual} * \% \text{ de aceptación}$$

Tabla 54: Proyección de la demanda actual turistas nacionales e internacionales

NÚMERO	AÑO	DEMANDA POTENCIAL		TOTAL DEMANDA POTENCIAL
		INTERNACIONAL	NACIONAL	
0	2014	7102	1799	8901
1	2015	8096	2051	10147
2	2016	9229	2338	11568
3	2017	10522	2665	13187
4	2018	11995	3039	15033
5	2019	13674	3464	17138

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

Como se puede observar en la tabla 54, se determinó que para el año 2019 la demanda potencial será de 13674 turistas extranjeros y 3464 turistas nacionales.

c. Proyección de la competencia- oferta proyectada

La proyección de la oferta está basada en el número de turistas nacionales (455) e internacionales (410) que hicieron uso de los servicios turísticos en las comunidades que realizaron turismo.

Tabla 55: Proyección de la demanda actual turistas nacionales e internacionales

NÚMERO	AÑO	COMPETENCIA OFERTA PROYECTADA		TOTAL PROYECCIÓN DE LA OFERTA
		INTERNACIONAL	NACIONAL	
0	2014	410	455	865
1	2015	467	519	986
2	2016	533	591	1124
3	2017	607	674	1282
4	2018	692	768	1461
5	2019	789	876	1665

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

Se puede observar que para el año 2015 existirán 410 turistas extranjeros y 455 turistas nacionales; que representan a los clientes que forman parte del mercado de competencia se estima que para el año 2019 habrá un total de 1665 turistas.

d. Cálculo de la demanda insatisfecha

Para la obtención de la demanda insatisfecha, se aplicó la siguiente fórmula:

Tabla 56: Demanda insatisfecha turistas nacionales e internacionales

N.º	AÑO	NACIONALES			EXTRANJEROS			TOTAL DEMANDA INSASTIFECHA
		Cantidad Demanda	Cantidad Oferta	Demanda Insatisfecha	Cantidad Demanda	Cantidad Oferta	Demanda Insatisfecha	
0	2014	1799	455	1344	7102	410	6692	8036
1	2015	2051	519	1532	8096	467	7629	9161
2	2016	2338	591	1747	9229	533	8696	10443
3	2017	2665	674	1991	10522	607	9915	11905
4	2018	3039	768	2271	11995	692	11303	13573
5	2019	3464	876	2588	13674	789	12885	15473

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

Se determinó que para el año 2015 la demanda insatisfecha ascenderá a 1344 turistas nacionales y 6692 turistas extranjeros, dichos turistas representan a los clientes que no forman parte del mercado de la competencia, siendo estos turistas el número de pax al que se pretendería ofertar de manera directa los productos diseñados para la comunidad, además se estima que para el año 2019 la demanda insatisfecha estará conformada por 2588 turistas nacionales y 12885 turistas internacionales, de los cuales se esperaría captar la mayor cantidad de turistas posibles promoviendo así el turismo en la zona y por ende el mejoramiento de la economía local.

e. Demanda objetiva

Tabla 57: Demanda objetiva de turistas nacionales

NÚMERO	AÑO	DEMANDA INSASTIFECHA	DEMANDA OBJETIVA (10%)
0	2014	1344	134
1	2015	1532	153
2	2016	1747	175
3	2017	1991	199
4	2018	2271	227
5	2019	2588	259

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

Para la proyección de la demanda objetivo se estima captar el 10% de la demanda insatisfecha para los próximos 5 años.

Tabla 58: Demanda objetiva de turistas internacionales

NÚMERO	AÑO	DEMANDA INSASTIFECHA	DEMANDA OBJETIVA (5%)
0	2014	6692	335
1	2015	7629	381
2	2016	8696	435
3	2017	9915	496
4	2018	11303	565
5	2019	12885	644

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

Para la proyección de la demanda objetivo se estima captar el 5% de la demanda insatisfecha para los próximos 5 años.

f. Proyección de clientes extranjeros y nacionales

Tabla 59: Número de clientes nacionales proyectados

TURISTAS NACIONALES				
AÑO	DEMANDA OBJETIVO 10%	MENSUAL	SEMANAL	DIARIA
2014 (0)	134	11	3	0
2015 (1)	153	13	3	0
2016 (2)	175	14	3	0
2017 (3)	199	16	4	0
2018 (4)	227	19	4	1
2019 (5)	259	21	5	1

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

Tabla 60: Número de clientes internacionales proyectados

TURISTAS EXTRANJEROS				
AÑO	DEMANDA OBJETIVO 5%	MENSUAL	SEMANAL	DIARIA
2014 (0)	335	28	6	1
2015 (1)	381	31	7	1
2016 (2)	435	36	8	1
2017 (3)	496	41	10	1
2018 (4)	565	46	11	2
2019 (5)	644	53	12	2

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

D. DISEÑO TÉCNICO DEL PRODUCTO TURÍSTICO

1. Determinación del producto turístico

Para la creación de un producto turístico cultural se analizó el estudio de mercado y se realizó talleres con los miembros de la comunidad de Taruka con la finalidad de recopilar información, dando como resultado un centro de interpretación cultural, es la alternativa más viable para el proyecto, tratar de producir un cambio significativo para mejorar la identidad cultural, las costumbres y tradiciones convirtiéndose en un centro de atracción para los clientes.

Tabla 61: Alternativas para el diseño del producto turístico

ALTERNATIVAS	Potencial turístico	Oportunidades de mercado	Demanda turística	Percepción comunitaria	TOTAL
Sendero etnobotánica	2	2	1	1	6
Centro de interpretación cultural	3	3	3	2	11
Restaurante temático	2	2	2	1	7
Tienda artesanal	3	2	2	2	9

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

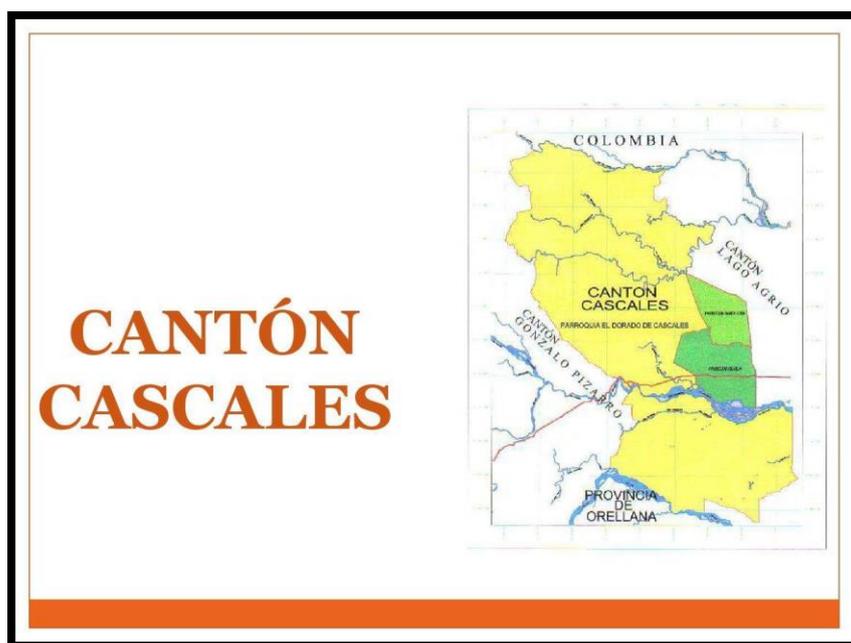
Con los resultados obtenidos en el cuadro de alternativas, y después de haber realizado un consenso con la comunidad, se llegó a la conclusión de que la implementación de un centro de interpretación cultural es la alternativa más viable para complementar el Centro de Turismo Comunitario Taruka, a más de ello la comunidad cuenta con servicios de alimentación, se tomaron en cuenta varias alternativas de negocios y se calificó de 1 a 3 varios parámetros, serán destinados a actividades netamente de turismo de naturaleza. En vista de que existe la necesidad de contar con un espacio para la comercialización de artesanías, se determinó que dentro del centro se implementara una tienda artesanal.

2. Localización del proyecto

a. Macro-localización

Para la implementación del centro de interpretación cultural se ejecutó en el país Ecuador,

Mapa 3: Macro localización del lugar

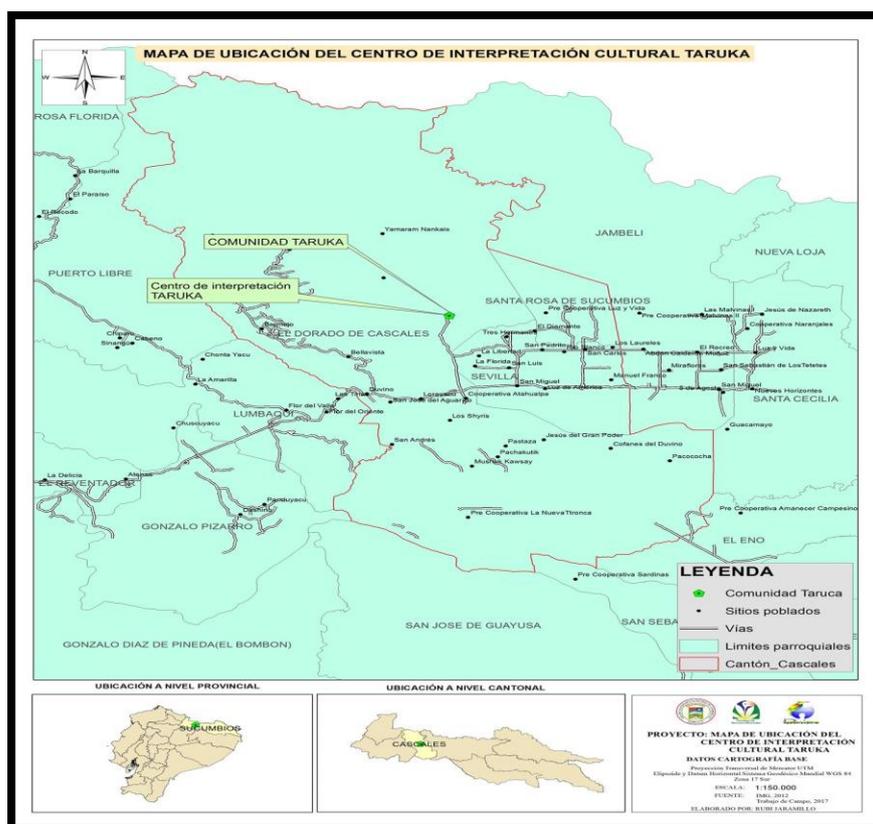


Fuente: GADC, 2014

a. Micro- localización

El centro de interpretación cultural se desarrolló en la comunidad Taruka, dentro de la zona poblada de la comunidad, cerca de la cancha y casa comunal.

Mapa 4: Micro localización del lugar



Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

3. Definición del producto turístico y el tamaño del proyecto

La infraestructura para implementación del centro de interpretación cultural en la comunidad Taruka, será elaborada con las técnicas tradicionales de construcción, guardando aspectos relevantes de la cotidianidad de la comunidad, así como su cosmovisión. El centro será diseñado en forma ovalado por sus deidades porque para ellos todo lo que gira alrededor suyo es importante tanto sus dioses como el medio ambiente, en su interior encontramos aéreas como:

a. Área de artesanías y procesos de elaboración

Esta área es exclusivamente para que el turista pueda conocer y participar de la elaboración de artesanías en cerámica, se contara con la materia prima necesaria para que el visitante tenga contacto con el barro y pueda elaborar las artesanías. La elaboración de bisutería como manillas, aretes, cadenas echas de mullos y semillas, es otra actividad que el visitante podrá practicar durante su recorrido.

Finalmente, para salir del área de artesanías, se les enseñara a los turistas los nudos y técnicas de trabajo con fibras y plantas para la elaboración de canastos.

b. Cacería y alimentación

Siguiendo con el recorrido habrá un área destinada para la gastronomía típica de la zona, la elaboración de los platos típicos como el Maito, Chicha de chonta y mucho más, las técnicas utilizadas para la cacería y la preparación de sustancias como el barbasco. Como complemento para esta área se hará una demostración de armas que utilizan para la caza y se hará conocer las trampas utilizadas para obtener el alimento.

c. Arútam

En esta área los visitantes podrán tener contacto con la persona adulta de la comunidad, aquí se relatará la visión del cosmos en el mundo shuar, se expresa con un profundo respeto y conocimiento de su entorno natural, pues la naturaleza tiene voz, y esa voz es la de Arútam, que habla a sus hijos predilectos, la naturaleza es Arútam y para la comunidad todo lo que existe en la naturaleza tiene vida.

d. Historia y tradición oral

Después de conocer el origen de vida, de donde provienen y de porqué del nombre jibaro, en esta área se contará historia de cómo se formó la comunidad Taruka, sus cuentos y leyendas. Los relatos lo realizaran los mayores de la comunidad, donde aparte de sus leyendas contarán sus experiencias vividas, en la comunidad existe una persona adulta que ha vivido grandes experiencias y conoce muy bien su cultura siendo esto de gran valor cultural.

e. Medicina tradicional

La medicina tradicional es uno de los aspectos culturales más importantes de la comunidad, la razón es que sus prácticas, técnicas de curación se ha venido transmitiendo de generación en generación, manteniendo aun esa sabiduría ancestral.

Habrà otra área donde se mostrarà las formas de uso de las plantas para las curaciones de diversas dolencias, ya sea física y espirituales. En esta área hará una parte pequeña donde se hará limpias a los visitantes que deseen.

f. Danza

La danza es muy importante para la comunidad y los visitantes, mediante esta práctica se hará el recorrido más interesante, donde la comunidad por su cultura shuar se ha hecho conocer en eventos de la localidad. Es por eso que en esta área se realizará una breve interpretación de sus movimientos y tipos de danza donde serán participe desde el mayor hasta el menor de la comunidad, haciendo parte de su danza a los visitantes.

g. Música

En esta área los visitantes podrán apreciar una muestra de instrumentos tradicionales como: Peém(flauta horizontal con 6 orificios de obturación), Pinkui(Flauta horizontal con 1 orificio), Tampur (aro de confección de madera de cedro), Tuntui(percusivo de golpe directo, un tronco de madera), Mákich(sonaja tobillera de varón) y muchos más, utilizados en fiestas y rituales de la comunidad, a más de ello se indicara las técnicas de la elaboración de cada instrumento y los turistas podrán tener el contacto con los instrumentos.

h. Fiestas tradicionales

Para poder culminar con el recorrido, se hará un breve resumen, de las fiestas tradicionales que la comunidad celebra año a año como: fiestas rituales (arútam), fiesta de creación de la comunidad, y eventos especiales, aquí se podrá apreciar la fusión entre las fiestas occidentales y celebración de los pueblos originarios.

i. Tienda

Al final del recorrido se encontrará una pequeña tienda donde los visitantes podrán observar y adquirir artesanías en cerámica, semillas, elaborados por mujeres de la comunidad.

j. Audio

En todo el recorrido los turistas podrán ir escuchando música tradicional shuar como Anent (son composiciones musicales vocal) igual que el Nampet (canciones interpretadas en festividades donde expresa sentimientos), Ujaj (canciones rituales de la fiesta de la tsantsa, cantos de guerra) y muchas canciones de los shuaras. Con la finalidad de crear un ambiente idóneo para el visitante.

Debido a que el centro se encontrara dentro de la comunidad Taruka y dentro del proyecto de turismo comunitario shuar, la capacidad de recibir visitantes es la misma que la capacidad de las cabañas turísticas, es decir de un máximo de 20 personas por visita. Como se pudo especificar anteriormente la construcción de la infraestructura se utilizará las técnicas de construcción tradicionales.

Por otra parte, en lo que es la organización, se encargara la comunidad Taruka por los dirigentes de la comunidad, quienes se encargaran de organizar y administrar, debido que el mantenimiento, cuidado y administración estará a cargo del presidente o de alguna persona de la comunidad bajo la supervisión y elección de los dirigentes de la comunidad.

4. Definición del proceso productivo

a) Manual de procedimiento

1) Recepción de turistas

- Dar la bienvenida a los turistas
- Explicar brevemente sobre el recorrido
- Hacer conocer tiempo que dura el recorrido
- Dar a conocer las normas cómo comportarse dentro del Centro de Interpretación Cultural
- Al comenzar el recorrido, el representante del centro de interpretación cultural deberá poner la música ambiental y poner las pistas para la presentación de la danza en su debido momento.

2) Guianza

- El que está a cargo del grupo es el guía que está dentro del Centro de interpretación cultural
- El guía deberá explicar a los turistas el lugar por donde se puede movilizar.
- Durante el recorrido, el guía deberá presentar a cada uno de los expositores dentro del centro de interpretación cultural.
- Ya terminado el recorrido deberá ofertar a los visitantes las artesanías que se encuentra en el área de comercialización.
- Una vez que los turistas salgan del centro, el guía deberá revisar que no quede ninguna pertenencia de los visitantes, evitando ser olvidados en el centro.

3) Mantenimiento

- La persona que este encargado del Centro de interpretación cultural, deberá dar mantenimiento al techo del centro cada semana.
- El mantenimiento y limpieza de las instalaciones y mobiliario se realizará a diario, siempre y cuando la comunidad tenga visitantes.

4) Admisión de artesanías para la comercialización

- Mediante un informe el encargado del Centro deberá informar a la directiva de la comunidad la necesidad de ingresar nuevas artesanías para la comercialización.
- Los dirigentes comunicaran a los socios de la comunidad, con 2 semanas de anticipación, para evitar inconvenientes, donde se informará que se realizará una recepción de artesanías para la venta.
- En el inventario el encargado del centro deberá registrar el tipo de artesanía, el propietario y el precio, también ingresará al stock todas las artesanías.
- Finalmente, con un informe e inventario, el encargado del centro dará a conocer a los dirigentes sobre todas las artesanías ingresadas.

5) Ventas de artesanías

- Tener en cuenta cuando un turista desee adquirir una artesanía, el encargado deberá estar atento al código de cada pieza para determinar el precio.
- Cuando se haya echo la venta, el encargado y el guía deberán registrar la transacción en el libro diario con el código de la pieza vendida y el precio.
- Una vez concluida la operación turística, se reunirán los dirigentes para revisar el libro de registro de ventas y se cancelara a los dueños de las artesanías por las ventas echas.
- Los socios que reciban el dinero por las artesanías deberán firmar un recibo como constancia de la transacción.
- Finalmente, el encargado del Centro de interpretación cultural deberá estar disponible durante todo el tiempo de permanencia de los turistas, ya sea el caso que el turista requiera comprar algún tipo de artesanía.

6) Abastecimiento de materia prima (arcilla)

- El encargado del centro verificara, con cinco días antes para empezar la operación turística, deberá tomar en cuenta que exista la materia prima necesaria, arcilla y semillas

para la elaboración de las artesanías.

- Para no tener ningún problema en el momento del recorrido, es necesario recolectar la materia prima en cantidad suficiente y almacenarla en la bodega como reserva.

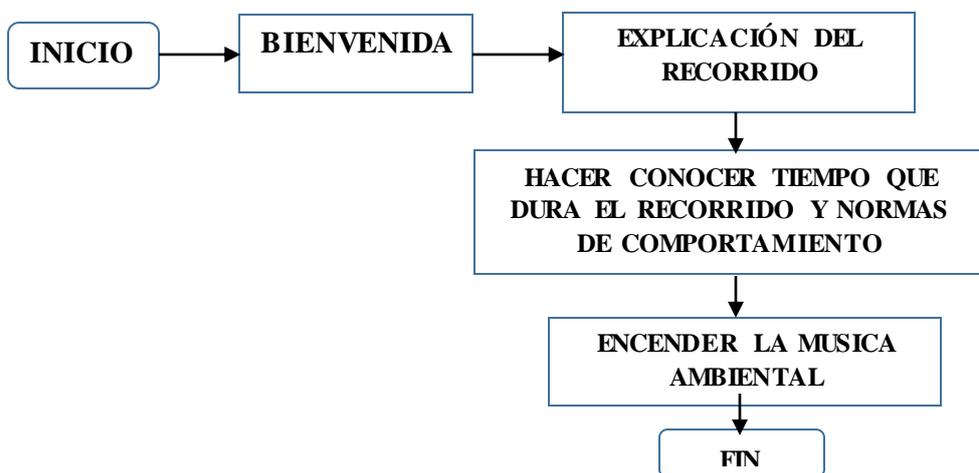
7) Expositores

- El encargado del centro deberá confirmar con los presidentes de la comunidad Taruka, la fecha y hora de visita de los turistas al centro.
- Una vez establecida la hora y fecha, se procederá a coordinar con el responsable del grupo de danza y música para la presentación de la muestra en el Centro de interpretación cultural.
- El encargado es responsable de coordinar con el grupo de las mujeres, para su participación en la muestra de las elaboraciones de las artesanías
- Se recomienda notificar, con cinco días de anticipación, a la persona encargada de realizar la difusión de la tradición oral de la comunidad.

b) Diagramas de flujo de los procesos

1) Recepción de turistas

Figura 5: Diagrama de flujo para turistas

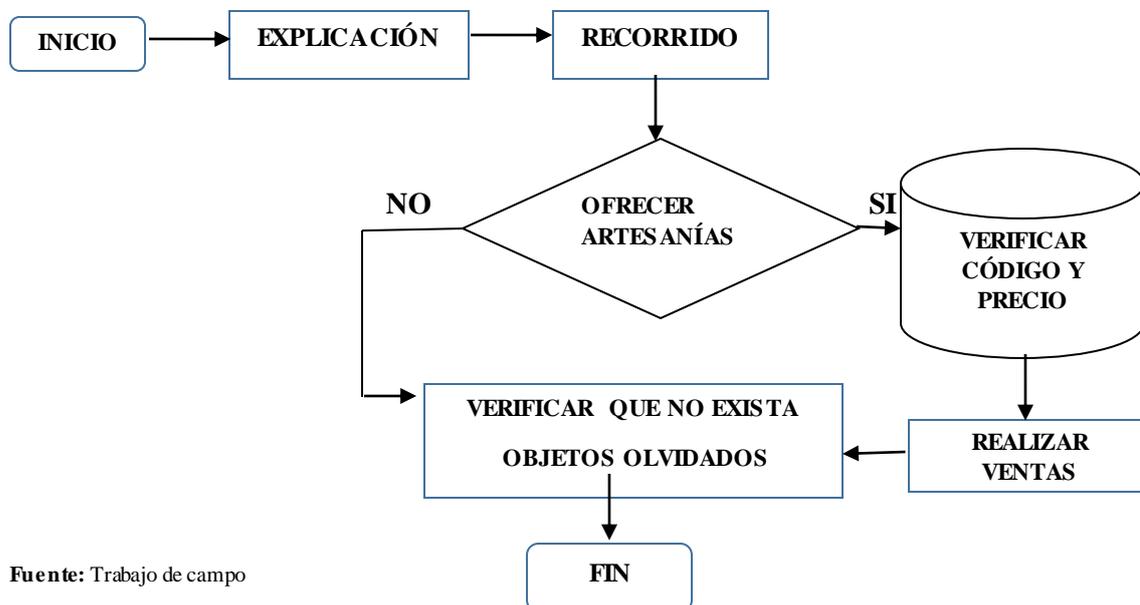


Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

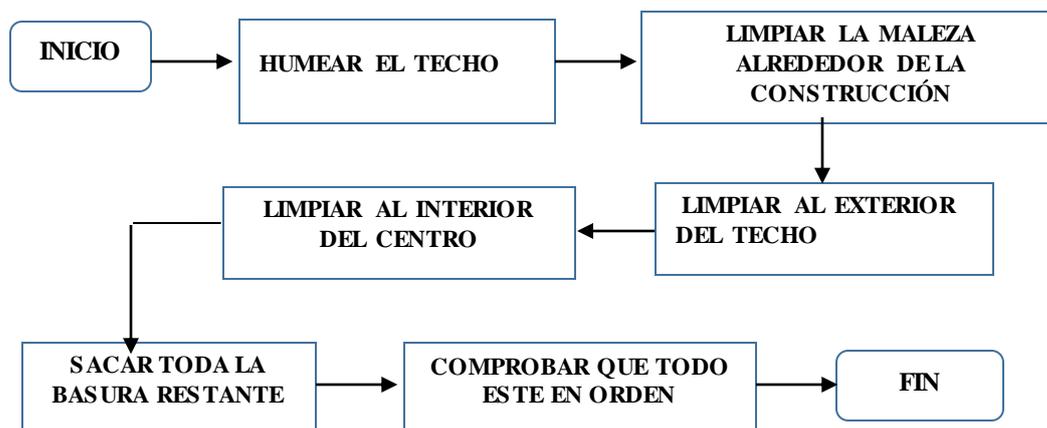
2) Guianza

Figura 6: Diagrama de flujo para la guianza



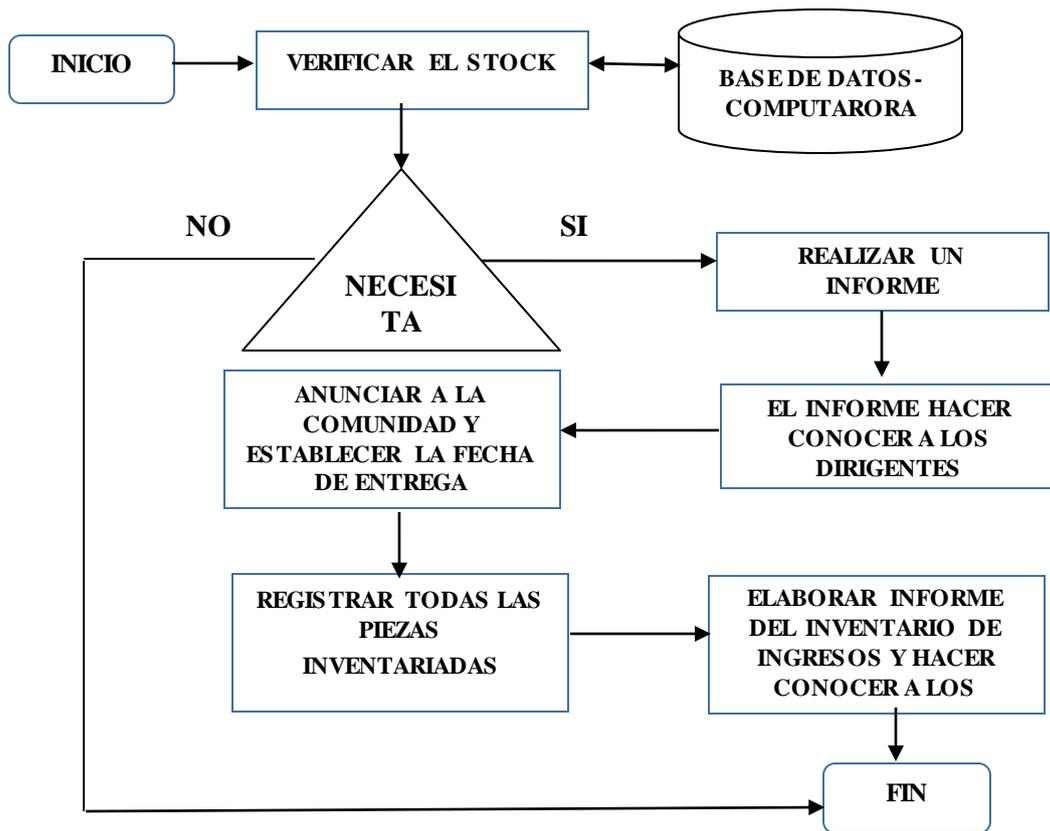
3) Mantenimiento

Figura 7: Diagrama de flujo para el mantenimiento



4) Admisión de artesanías para la comercialización

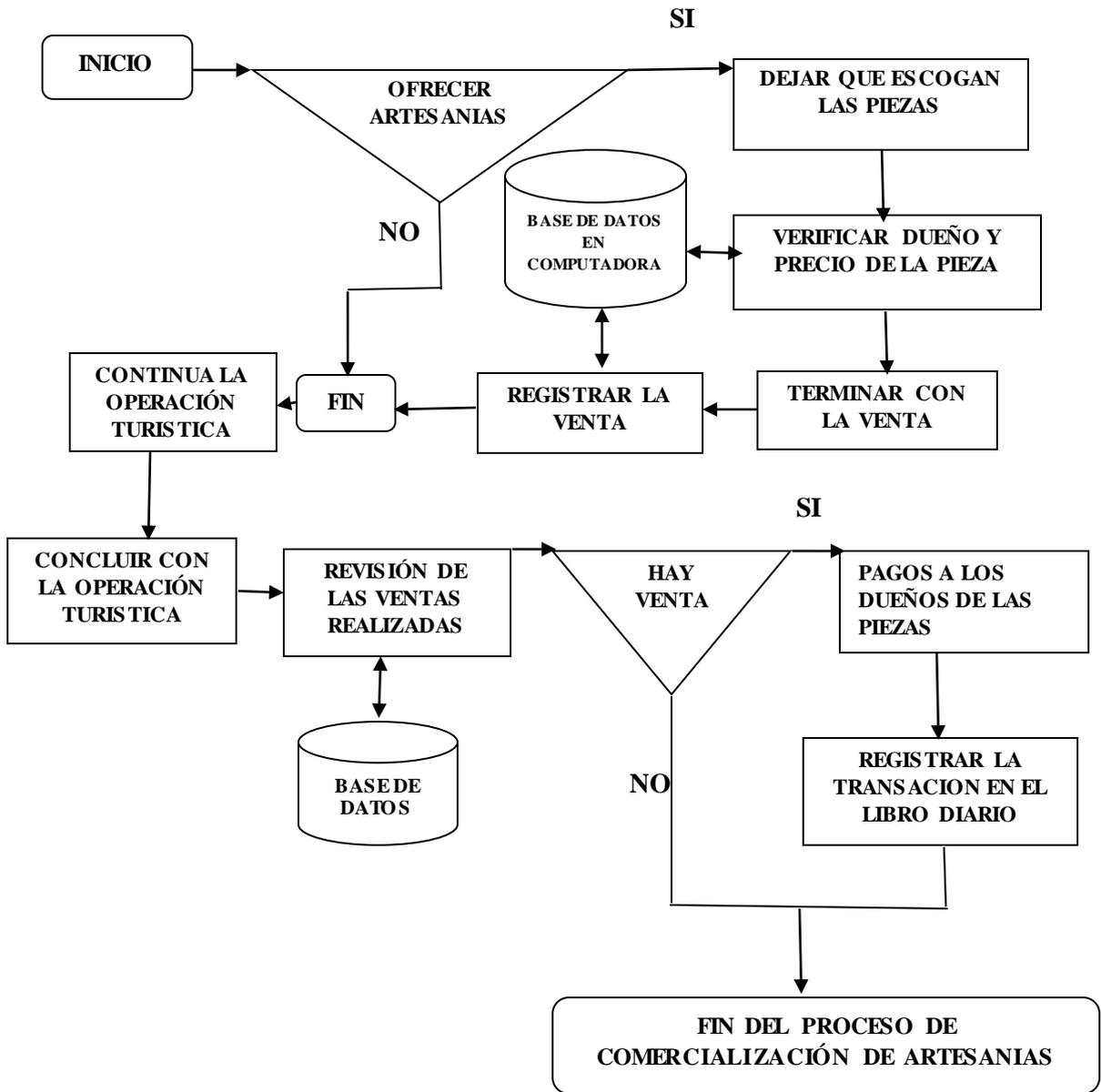
Figura 8: Diagrama de flujo para la admisión de artesanías a comercialización



Fuente: Trabajo de campo
 Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

5) Ventas de artesanías

Figura 9: Venta de artesanías

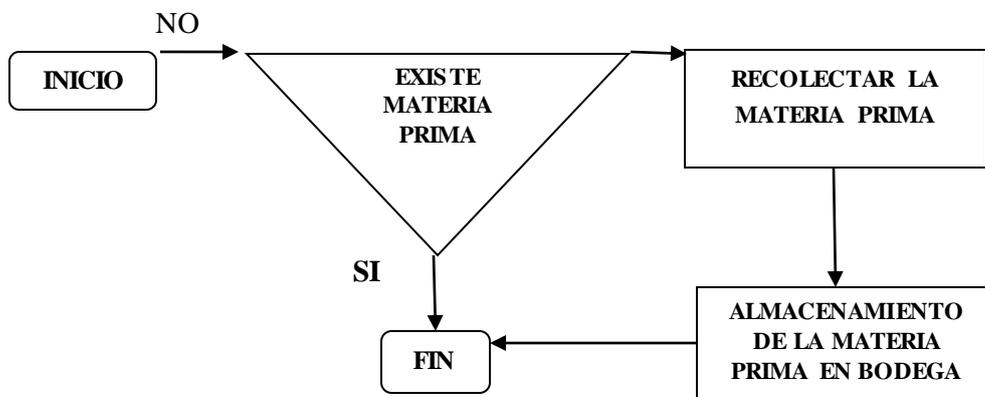


Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

6) Abastecimiento de materia prima

Figura 10: Diagrama de flujo para el abastecimiento de la materia prima

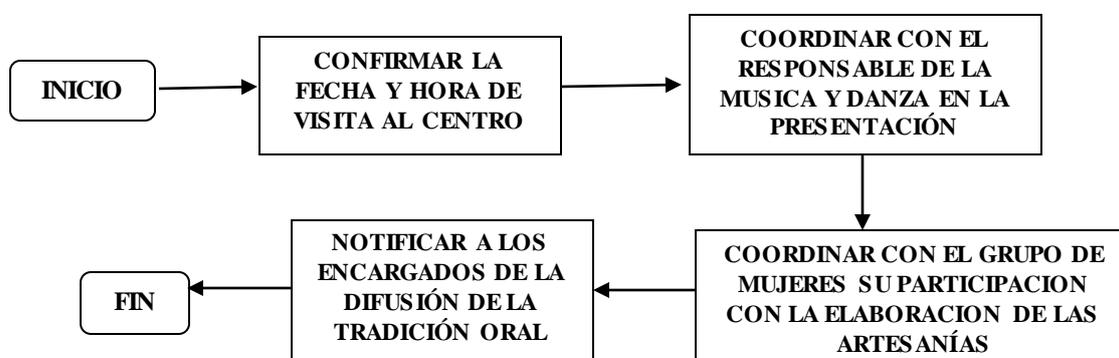


Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

7) Expositores

Figura 11: Diagrama de flujo para expositores



Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

5. Programa arquitectónico estructural

a. Diseño arquitectónico del Centro de Interpretación cultural

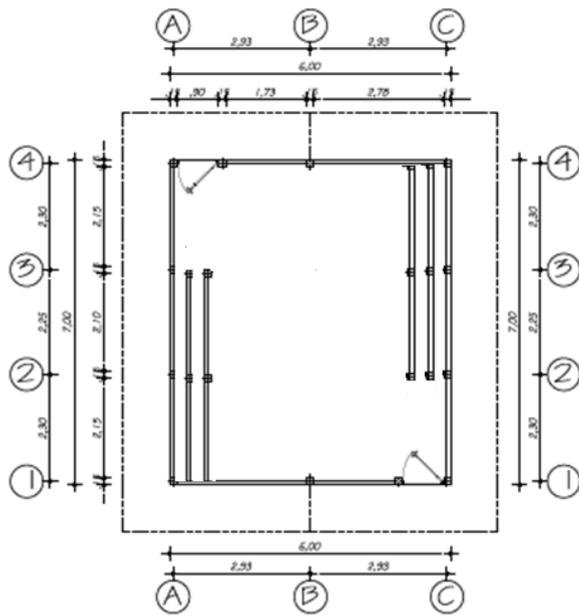
1) Caracterización de la construcción

La construcción será una vivienda tradicional tipo ovoide, de acuerdo con las características de las casas típicas Shuar, son de manera semicircular continua, estas construcciones no alteran las tipologías del entorno. Para su construcción se utilizará materiales seleccionados, serán de madera recubiertos con hormigón en las bases o cimientos en la parte que se pondrá en la tierra. El techo o la cubierta será de una estructura con vigas de madera colocado las hojas de zinc y cubierta de paja que ayudará a resistir el calor, ya que la paja permite tener un ambiente fresco. De esta manera se evitará la explotación excesiva de hojas de palmas.

Los materiales para usar son básicamente, chonta, madera de Ugsha para el tejido del techo. La construcción total será de 260m², distribuida en 8 áreas de 32m². El piso será de tierra dura, según las características de las construcciones tradicionales.

Alado del área destinada a la construcción tradicional, se construirá la batería sanitaria para el centro de interpretación cultural. El centro brindará a la comunidad una alternativa de desarrollo económico local, generando interés en el turista que vendrá a convivir las costumbres de nuestro pueblo shuar.

Figura 12: Fachada Principal y Frontal del Centro



PLANTA ARQUITECTÓNICA (INTERPRETACIÓN TIPO)
 ESC 1 : 100

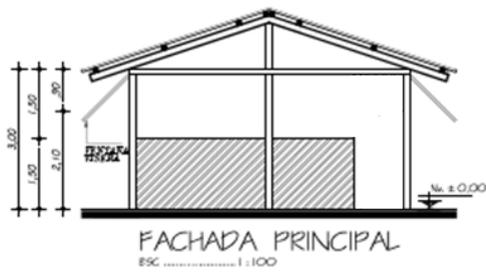
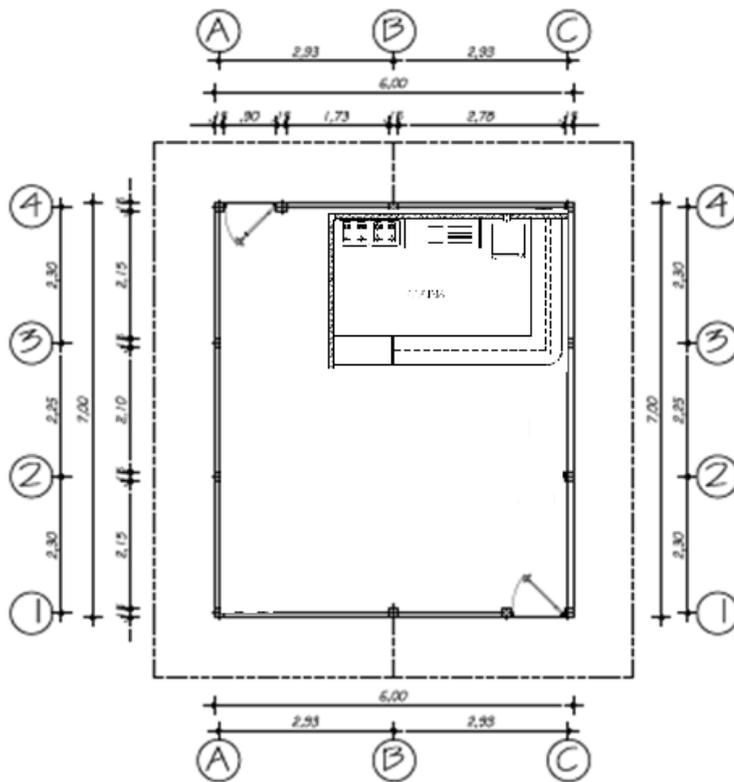


Figura 13: Fachada frontal y principal del área de restauración



PLANTA ARQUITECTÓNICA (INTERPRETACIÓN TIPO)

ESC 1 : 100

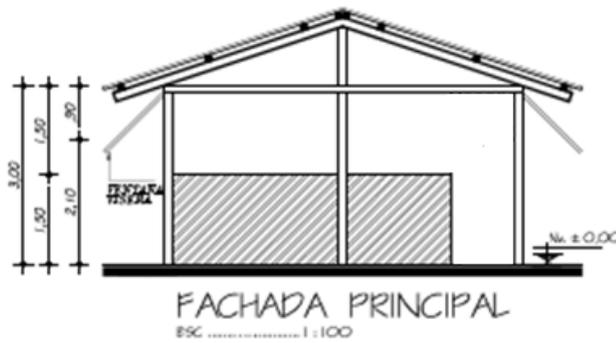
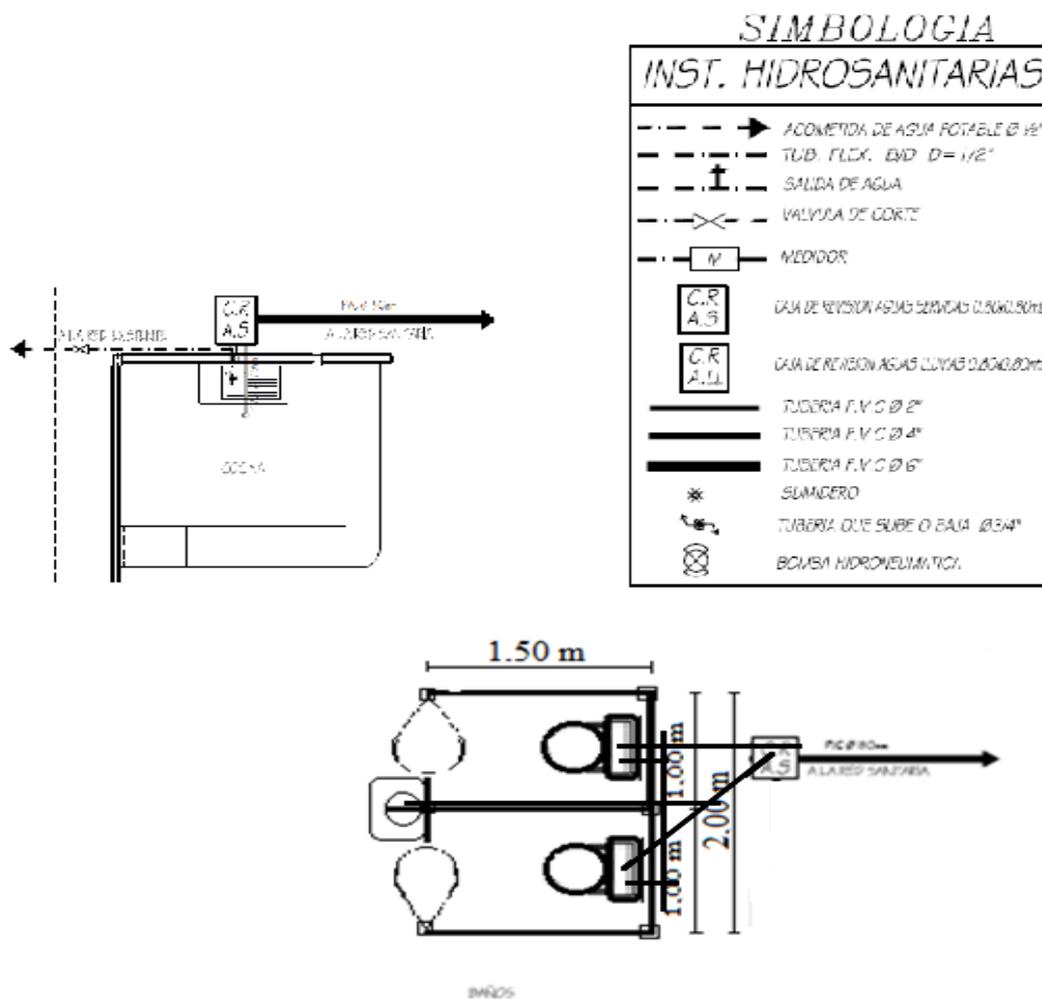


Figura 14: Instalaciones Sanitarias



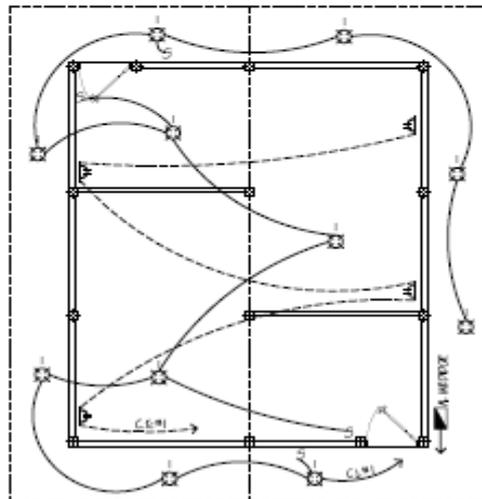
INSTALACIÓN HIDRO - SANITARIA
 ESC 1 : 100

Figura 15: Instalaciones Eléctricas

SIMBOLOGÍA

INST. ELÉCTRICAS

	LUMINARIA FLUORESCENTE 2x60w
	LUMINARIA INCANDESCENTE
	CIRCUITO DE LUMINARIAS CABLE 2 x #14
	CIRCUITO DE TOMACORRIENTES CABLE 2 x #12
	TOMACORRIENTE DOBLE
	INTERUPTOR SIMPLE
	INTERUPTOR DOBLE
	CONMUTADOR
	CIRCUITO DE LUMINARIAS
	CIRCUITO DE TOMACORRIENTES
	CAJA DE DISTRIBUCIÓN
	CAJA DE MEDIDOR



INSTALACIÓN ELÉCTRICA (INTERPRETACIÓN TIPO)
 ESC 1 : 100

b. Decoración de cada área

1) Artesanías

En esta área se integrará dos mesas tradicionales de 3m de largo cada una, donde en un lado de la mesa se encontrará las mujeres expositoras para demostrar las técnicas de elaboración de las artesanías a los visitantes. Atrás de las mujeres expositoras se encontrará estantes tradicionales de madera, donde se podrá exhibir bisuterías, cerámicas, artículos hechos shigras y canastas elaboradas a base de fibras. En un extremo de las mesas se ubicará cajones tradicionales hecho de madera donde se podrá guardar la materia prima necesaria para la elaboración de cerámicas y fibras.

2) Cacería y alimentación

En la parte posterior se podrá encontrar dos banners en los cuales se exhibirá imágenes de las prácticas de cacería que realizan al diario los miembros de la comunidad, en el techo se colgaran con nylon que sea poco visible las armas tradicionales, que utilizan en la cacería y la pesca, para que el visitante pueda apreciar la variedad de trampas y armas.

En el transcurso del recorrido se observará la parte guerra de los Shuar, donde conoceremos los tipos de lanzas y para que no más se usa.

También se implementará un fogón tradicional en el cual se explicará la preparación de los alimentos tradicionales, tomando un ambiente natural y que luego puedan apreciar un poco de la gastronomía y alrededor del fogón se encontraran los productos que forma parte de la alimentación de la comunidad, aparte de los productos se colocara dos bateas para demostrar cómo se muele la yuca y el plátano para preparar la chicha, en una mesa tradicional se exhibirá los utensilios, como pinink(vasija pequeña), pilches, chankin(canasto) utilizados para la elaboración y consumo de sus alimentos. Por último, se mostrará las plantas importantes como la guayusa, achira y se hará probar al visitante las bebidas tradicionales.

3) Arútam

En esta área se instalará en el centro de la habitación una silla tradicional en el cual estará el expositor, si es posible estará un anciano de la comunidad, se contará la historia más importante que es para el pueblo shuar Arútam, la importancia que tiene para la comunidad, se pondrá en la parte posterior un óleo que refleje la visión del cosmos en el mundo shuar en la cual se expresa con un profundo respeto y conocimiento de su entorno natural, pues la naturaleza tiene voz, y conoceremos cual es esa voz (Arútam). Frente al difusor y en el centro del área, se

implementará un fogón convirtiendo en un ambiente más acogedor y debe estar prendido mientras se realizan los relatos y alrededor de ese fogón se instalarán bancas de madera donde el turista podrá sentarse y apreciar del relato.

4) Historia y tradición oral

En esta área se encontrará una silla tradicional y en la cual se encontrará un expositor, en este lugar se podrá relatar leyendas e historias de la comunidad, en la parte posterior habrá un óleo que a través de imágenes e historias contadas y para la comodidad de los visitantes se implementará bancas de madera para que el turista pueda sentirse relajado y pueda disfrutar de los relatos.

5) Medicina Tradicional

En esta área se instalará percheros tradicionales de madera, en la cual se exhibirá productos medicinales obtenidos por plantas de la zona, también se encontrará plantas secas y las cuales se dará a conocer el beneficio y uso que se obtiene. También habrá muestra de plantas vivas donde el visitante podrá apreciar y conocer más de la importancia de las plantas, en un espacio alejado habrá una persona de la comunidad dedicada especialmente para realizar limpiezas a los visitantes que deseen.

6) Música

En este espacio habrá una mesa tradicional y se colgara los instrumentos en el techo con nylon poco visible, los instrumentos tradicionales serán: violín, sonaja tobillera varón, zampona, sonaja cinturón de mujer, flauta (echa con huesos de águila), tambores, etc.

Los géneros Anent, Nampet, Ujaj y uwishin nampesma (música shamánica), los cantan en agradecimiento a cada espíritu que veneran como: él de la cacería, la lluvia, la fertilidad, las aves, la selva etc. Aquí los turistas se les pedirán que cierren los ojos y escuchen la música en Shuar y luego se les realizará la traducción en el idioma del turista (español e inglés).

En el trascurso del recorrido se mencionará a los turistas las técnicas de elaboración y se hará lo más dinámico posible donde el turista interactúe y desarrolle los sentidos, como: el oído y las manos. Motivándolos a que se interesen por el recurso de la cultura Shuar.

7) Danza

Luego de pasar las áreas anteriores, un grupo pequeño de jóvenes de la comunidad realizarán una demostración de las danzas tradicionales y del cual podrán interactuar los turistas formando parte de la danza, un guía explicará el significado de la danza que se presentará.

8) Fiestas tradicionales

Aprovechando la danza se escogerá dos jóvenes que estarán con las vestimentas típicas, para que el guía tenga la facilidad de explicar el atuendo. También se representará las fiestas mediante fotografías.

9) Tienda

Para la última área luego de haber visitado todo el recorrido, al final se colocará mostradores, vitrinas y perchas en los cuales se pueda exhibir las artesanías elaboradas por los miembros de la comunidad, donde el visitante podrá apreciar y si es posible adquirirlas.

10) Audio

En todo el recorrido los turistas podrán ir escuchando música tradicional shuar como Anent (son composiciones musicales vocal) igual que el Nampet (canciones interpretadas en festividades donde expresa sentimientos), Ujaj (canciones rituales de la fiesta de la tsantsa, cantos de guerra) y muchas canciones de los shuaras. Con la finalidad de crear un ambiente idóneo para el visitante.

c. Presupuesto de la Infraestructura física del Centro Interpretativo

Tabla 62: Presupuesto y costo de construcción

TABALA DE DESCRIPCIÓN DE RUBROS, UNIDADES, CANTIDADES Y PRECIOS					
RUBRO	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
001	Limpieza y desbroce	M2	260,16	0,65	169,104
002	Replanteo y nivelación ejes de columnas	U	46,00	5,20	239,2
003	Excavación manual del suelo natural	M3	30,65	9,50	291,175
004	Instalación de columna de chonta D= 30cm; L3,55m	U	52,00	19,45	1011,4
005	Viga perimetral 7x12cm	ML	181,35	6,29	1140,6915
006	Viga central cumbrera 6x8cm	ML	52,10	3,58	186,518
007	Fajero principal L= 2,40M, 7X12cm	U	44,00	12,95	569,8
008	Fajero intermedio L= 4,25m. 7x12cm	U	16,00	29,83	477,28
009	Fajero intermedio L= 2,40m. 6x8cm	U	47,00	6,94	326,18
010	Fajero intermedio L= 4,25m. 6x8cm	U	8,00	15,06	120,48
011	Tiras de chonta para tejido	ML	1.337,20	0,63	842,436
012	Tejido de ugsha	M2	275,53	9,96	2744,2788
013	Canal y bajantes de chonta	ML	10,00	13,64	136,4
014	Empedrado para sendero	ML	101,53	4,64	471,0992
015	Sendero afirmado	M2	121,65	21,56	2622,774
				TOTAL	11.179,71

Elaborado por: Marco Guevara

d. Presupuesto de baterías sanitarias

Tabla 63: Presupuesto y costo de construcción baterías sanitarias

TABALA DE DESCRIPCIÓN DE RUBROS, UNIDADES, CANTIDADES Y PRECIOS					
RUBRO	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
001	Replanteo y nivelación ejes de columnas	m2	70	1,05	73,5
002	Excavación manual del suelo natural	m3	7,00	10	70
003	Relleno con material de mejoramiento	m3	7,00	18,15	127,05
004	Hormigón S fc= 140 kg/cm2 en replantillos	m3	1,00	136,23	136,23
005	Acero de refuerzo fy= 50kg/cm2	Kg	50,00	2,3	115
006	Puerta (0.9*2.1)	U	2,00	90	180
007	Exteriores	Gl	2,00	100	200
TOTAL					901,78

Elaborado por: Marco Guevara

e. Total de presupuesto de la infraestructura

Tabla 64: Presupuesto y costo de construcción total

RUBRO	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNITARIO	P. TOTAL
001	Centro de interpretación tipo cabañas	U	1,00	11.179,71	11179,71
002	Batería sanitaria, exteriores	m2	1,00	901,78	901,78
TOTAL					12081,49

Elaborado por: Marco Guevara

f. Mobiliario, equipo y menaje del proyecto

1) Área de artesanía y proceso de la elaboración

Tabla 65: Costos de artículos para el área de artesanías

CANT.	ARTÍCULO	V.UNIT	TOTAL
2	Mesa tradicional	250,00	500,00
15	Pilches	4,00	60,00
4	Cajón de madera	20,00	80,00
1	Arcilla	60,00	60,00
1	Semillas	50,00	50,00
1	Nylon	20,00	20,00
1	Fibras	100,00	100,00
2	Estantería de madera	60,00	120,00
30	Mochahuas	5,00	150,00
1	Bisutería	100,00	100,00
10	Recipientes para guardas semillas	2,00	20,00
1	Mullos	50,00	50,00
10	Recipientes para guardas mullos	2,00	20,00
		Total	1.330,00

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

2) Cacería y alimentación

Tabla 66: Cacería y alimentación

CANT.	ARTÍCULO	V.UNIT	TOTAL
1	Fogón	20,00	20,00
5	Tinajas	40,00	200,00
2	Batea	30,00	60,00
20	Pinink(vasija plato)	5,00	60,00
20	Pilches	3,00	50,00
4	Lanzas	30,00	20,00
20	Chankin(bolso)	15,00	100,00
1	Achira	60,00	120,00
2	Banner 2mx1n	75,00	150,00
1	Guayusa	30,00	30,00
2	Mesa tradicional	200,00	400,00
4	Cerbatanas	30,00	120,00
1	Productos de la zona	40,00	50,00
		Total	1.380,00

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

3) Arútam

Tabla 67: Costos de artículos para el área de Arútam

CANT.	ARTÍCULO	V.UNIT	TOTAL
1	Silla tradicional	85,00	85,00
1	Fogón	20,00	20,00
5	Bancas de madera	30,00	150,00
1	Oleo	450,00	450,00
		Total	705,00

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

4) Historia de la comunidad Taruka

Tabla 68: Costos de los artículos para el área de historia

CANT.	ARTÍCULO	V.UNIT	TOTAL
1	Oleo	1.000,00	1.000,00
5	Bancas de madera	20,00	100,00
1	Silla tradicional	85,00	85,00
		Total	1.185,00

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

5) Medicina tradicional

Tabla 69: Costos de artículos para el área de medicina tradicional

CANT.	ARTÍCULO	V.UNIT	TOTAL
1	Mesa tradicional	200,00	200,00
5	Percheros de madera	50,00	250,00
1	Muestrario de plantas vivas	100,00	100,00
20	Frasco de vidrio	7,50	150,00
3	Taburete	30,00	90,00
		Total	790,00

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

6) Música

Tabla 70: Costos de artículos para el área de música

CANT.	ARTÍCULO	V.UNIT	TOTAL
1	Mesa tradicional	200,00	200,00
1	Nylon	20,00	20,00
2	Violín	80,00	160,00
20	Sonaja tobillera	7,50	150,00
3	Flauta	10,00	30,00
4	Tambores	60,00	240,00
1	Fibra para sonidos	20,00	20,00
3	Zampoña	30,00	90,00
		Total	910,00

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

7) Danza

Tabla 71: Costos de artículos para el área de danza

CANT.	ARTÍCULO	V.UNIT	TOTAL
4	Cds para sonidos	4,00	16,00
3	Banner 2m x 1m	75,00	225,00
		Total	241,00

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

8) Fiestas tradicionales

Tabla 72: Costos de artículos para el área de fiestas tradicionales

CANT.	ARTICULO	V.UNIT	TOTAL
1	Banner 3m x 2m	215,00	215,00
		Total	215,00

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

Fuente: Trabajo de Campo

9) Tienda

Tabla 73: Costos de artículos para el área de artesanías

CANT.	ARTICULO	V.UNIT	TOTAL
1	Sistema de audio	750,00	750,00
20	Cd de música tradicional	2,00	40,00
		Total	790,00

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

10) Audio

Tabla 74: Costos de artículos para el área de artesanías

CANT.	ARTÍCULO	V.UNIT	TOTAL
5	Vitrinas	300,00	1.500,00
1	Mostrador	200,00	200,00
1	Computadora	650,00	650,00
1	Impresora	85,00	85,00
1	Archivador	250,00	250,00
1	Escritorio de madera dura	250,00	250,00
5	Perchas de madera	50,00	250,00
1	Suministro de oficina	100,00	100,00
2	Silla de madera	30,00	60,00
		Total	3.345,00

Fuente: Trabajo de Campo

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

6. Análisis del producto generado

a. Línea del producto

El siguiente producto está basado en la riqueza cultural que posee la comunidad Taruka como pueblo Shuar, por lo que está enfocado a visitantes que deseen y tengan interés de conocer la cultura del pueblo Shuar Amazónico, hace dos años realizaban turismo comunitario por lo cual ya contaban con paquetes turísticos dentro de esos paquetes ofertados, el centro de interpretación cultural marca el inicio de las visitas, lo que hacía falta a la comunidad para obtener más turistas, ya que los mismos turistas se envolverán del encanto y lo místico que genera la cosmovisión del mundo que posee el pueblo Shuar.

b. Nombre del centro de interpretación

Para poder definir el producto se realizó un previo análisis en el entorno cultural, en la cual se aprovechó una de las reuniones de trabajo que la comunidad suele hacer, dentro de la reunión se determinó el nombre de centro de interpretación cultural el cual será comercializado como CENTRO DE INTERPRETACION CULTURAL ARUTAM.

ARUTAM, se escogió por ser parte de la visión del cosmos en el mundo shuar, en la cual se expresa con un profundo respeto y conocimiento de su entorno natural, pues la naturaleza tiene voz y conoceremos cual es esa voz (Arútam), es una deidad del shuar quien les trasmite la fuerza al hombre, convirtiéndole en guerrero de la comunidad.

c. Slogan

Centro de interpretación de la cultura Shuar. Se utilizó esta frase con el objetivo principal de hacer comprender y entender a las personas, visitantes a distinguir con facilidad el lugar, comprometidos a la conservación de la cultura, gastronomía, costumbres, tradiciones que ofrece el mismo la comunidad.

d. Logotipo de la empresa

Los colores y el logotipo son diseñados pensando en la belleza cultural y natural que posee la comunidad.

Figura 16: Marca del centro de interpretación cultural



Fuente: Agencia Vuhos Marketing
Elaborado: Wagner Jaramillo

La marca corporativa se crea por diferentes razones, pero el principal objetivo es poder obtener una diferencia entre otros centros turísticos y poder construir una identidad corporativa impactante y fácil de entender.

e. Componentes del logotipo



Su arreglo corporal del hombre shuar se complementa con una gran variedad de coronas de plumas de tucanes y otras aves, en la antigüedad y hasta la actualidad solo lo llevan puesto los líderes y los guerreros que han recibido la fuerza de Arútam.



Para la cultura shuar aparte de usar la corona echo de plumas de tucán, los ancestros de los shuar eligieron estas plumas porque volaban alto y viajaban, para ellos representan espíritus libres que tenían conexión con el mundo superior

f. Tipografía

Tabla 75: Tipografía

Tipografía	Fuente	Utilización
	Aventura Bold	Se ha utilizado esta tipografía ya que contiene una armonía del entorno dándole al logotipo una visualidad de la atracción a la retina del visitante donde no se pierde ningún detalle de lo que contiene su forma
	Hero 22	Tipografía sencilla y dinámica para darle un eje de suavidad y delicadeza ya que sirve para su slogan.

Fuente: Agencia Vuhos Marketing

Elaborado: Wagner Jaramillo

g. Colores utilizados



Amarillo

El amarillo estimula a la creatividad y hace que se agudice la percepción y la reflexión, lo que da como resultado una mayor concentración y a un pensamiento más rápido. Es el color principal de la amabilidad de lo espontáneo.

Representa la riqueza que posee la tierra, armonía de un espacio viviente del ser humano y las relaciones cósmicas, crecimiento y frescura de un pueblo sano que la comunidad mantiene.



Azul

Este color de la simpatía y la confianza. Se lo relaciona con el cielo, espiritualidad y por eso es el color de lo divino, de lo entorno, de la paz, ejerce un efecto calmante por eso está vinculado a las emociones profundas.

Representa la divinidad de Arútam, la espiritualidad que tiene el hombre con esta deidad, la fuerza y poder que trasmite este dios al hombre para convertirlo en un guerrero shuar.



Rosado.

El color rosa representa al color del encanto, la cortesía, la sensibilidad. El color rosa nace de la combinación entre rojo y blanco, que son colores opuestos enfrentan fuerza a debilidad, actividad a pasividad, fuego frente a hielo. El rosa es el punto medio ideal entre ambos extremos.

Este color refleja las aves con su diversa forma y encanto que poseen en sus plumas para la utilización de la corona shuar.

h. Servicios adicionales y complementarios

El Centro Cultural Arútam es un producto complementario para el Centro de Turismo Comunitario Taruka, los servicios adicionales y complementario están presentados en la oferta del producto turístico realizada por el CTC.

- 1) **Guianza:** el servicio de guianza es prestado por guías nativos de la comunidad, con licencia y legalmente registrados en el MINTUR y la asociación de guías nativos de Sucumbíos.
- 2) **Hospedaje:** El C.T.C si cuenta con cabañas de construcción tradicional destinadas para hospedaje, donde el MINTUR, está ayudando a la reconstrucción con una capacidad para 20 pax, el precio que estaba establecido por el servicio era de \$ 15.
- 3) **Alimentación:** Gracias a las capacitaciones en gastronomía, realizadas por el MINTUR, el CTC, puede ofertar comida: tradicional, nacional y vegetariana.

E. ELABORACIÓN DEL ESTUDIO COMERCIAL

De acuerdo al análisis obtenido en el estudio de mercado y definido el producto de turismo comunitario a ofertar, lo que se debe trabajar es en el posicionamiento del centro de interpretación, con la finalidad de darle una personalidad clara y precisa en el mercado y ante los ojos del visitante, en el cual los turistas nacionales utilizan principalmente los siguientes medios: televisión 24%; internet 20%; amigos y familiares 15%; agencias de viajes 9%; por su parte los turistas internacionales se informan a través de internet con el 30%; tv-radio 20%; agencia de viajes 15%.

1. Comercialización

Tomando en cuenta las fuentes más visitadas por el turista nacional o extranjero al realizar un viaje, nos permite analizar y determinar maneras más eficientes para poder ofertar el producto a nuestros clientes, por medio de los canales de comercialización. Por esa razón se ha definido canales de comercialización para el centro.

Tabla 76: Canales de comercialización para el centro turístico Arútam

ESTRATEGIA	TÁCTICA	POLÍTICA DE FUNCIONAMIENTO	TARGET
Canal directo	Presentación del producto a través de internet, televisión, ferias de turismo	<ul style="list-style-type: none"> -Contacto personal entre vendedor y comprador. - Facilitar los productos turísticos que se ofrece mediante material de promoción. - Seguimiento de la publicidad. - Concretar la venta 	<ul style="list-style-type: none"> -Turismo nacionales y extranjeros que llegan a la ciudad de Lago Agrio, sin un programa turístico establecido. -Docentes y universitarios, tanto nacionales y extranjeros, interesados en realizar estudios en aspectos ambientales y culturales del pueblo shuar
Canal indirecto	Agencias de viajes	<ul style="list-style-type: none"> - Ofertar los productos turísticos del C.T.C Taruka - Entrega de material promocional (videos, afiches, postales, trípticos, etc.) - Determinar las políticas comerciales de trabajo. - Mantener reuniones frecuentes para 	<ul style="list-style-type: none"> - Turistas internacionales que llegan a las provincias de Orellana, Napo, Pichincha y Guayas por medio de una operadora turística y se interese en visitar la región amazónica

		determinar algunas posibles falencias en la operación comercial y dar solución.	
--	--	---------------------------------------------------------------------------------	--

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Rubí Jaramillo

2. Estrategias de marketing

Tomando en cuenta los resultados obtenidos en base a la información del estudio de mercado se pudo determinar que los principales medios son la web, tv-radio, agencias de viajes.

Considerando el Marketing mix como eje primordial, se determinó las siguientes estrategias:

a. Estrategias del consumidor

- Capacitaciones y entrenamiento al personal que trabajara en el CICA y así poder dar un mejor servicio y una buena atención al cliente.
- Fortaleciendo los temas de interés turístico natural y cultural.
- Posicionamiento en el mercado como producto diferenciado, cultural y de naturaleza.
- Diseño y construcción de infraestructura turística con elementos y características acordes a la zona con más referencia y guía con los diseños y sugerencias realizadas en el presente estudio.

b. Estrategia del costo

Para la determinación del precio para el ingreso al CICA, acorde a la capacidad de pago de los turistas extranjeros que será \$ 30 dólares por persona. Este valor solo cubre el recorrido del centro y si desean algún otro servicio tiene que pagar por él.

Tomando en consideración los servicios internos del centro se considerará la siguiente tabla de precios.

Tabla 77: Precios referenciales de los servicios prestados por el centro de interpretación cultural Arútam

PRECIOS DE LOS SERVICIOS PRESTADOS POR EL CICA		
ALIMENTACIÓN	BEBIDAS	P. UNITARIO
	Bebidas típicas	1,00
	COMIDAS	
	Platos especiales (Maitos)	5,00
	Pilches	4,00

ARTESANÍAS	Mochahuas	5,00
	Mullos	50,00
	Tinajas	40,00
	Bateas	30,00
	Pinink	5,00
	Lanzas	30,00
	Chankin	15,00
	Achira	60,00
	Cerbatana	30,00
	Violín	80,00
	Sonaja de tobilleras	7,50
	Manillas H/M	2,00
	Aretes	3,00
	Tambores	60,00
Flautas	10,00	
Zampoña	30,00	
GUIANZA	Áreas de interpretación	30,00

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Rubí Jaramillo

c. Estrategias de conveniencia

Realizar convenios y alianzas comerciales con las agencias de viajes y operadoras de turismo, de la ciudad de Lago Agrio y de la ciudad de Quito.

Tabla 78: Alianzas con las agencias de viajes mayoristas

Agencia u operadoras turísticas	Tipo de turismo al que se dedica	Dirección	Teléfono
Ciudad de Lago Agrio			
MAGIC RIVER	Mayorista	18 de diciembre y Pacayacu	032886449/ 0994530593/
BODERLINETOURS S. A	Mayorista	Vía Quito km 3 ½	062 364457
AGENCIA MARCO POLO TOUR ECUADOR LLORI LLORI CIA.LTDA	Mayorista	Av. Quito 225 y Colombia	0980139277/0939373292
UMUTOURS	Mayorista	Vía Quito km 5- barrio la Magdalena	980082269
Ciudad de Cascales			
SECTURAE		Av. Quito y Francisco de Orellana	84633141
Ciudad de Quito			
CONTINENTAL TRAVEL CONTRAVEL CIA.LTDA	Mayorista	Whymper E7-154 y Diego de	5136868

		Almagro	
PARADISE VACATIONS MAYORISTA DE TURISMO CIA LTDA	Mayorista	Av. de los Shyris N34-40 y República del Salvador	2460763
VIAJES ENTRE PUEBLOS TRAVEL PUEBLOS CIA.LTDA	Turismo cultural	Av. América N31- 234 y Mariana de Jesús	6014132
CREATIVETOURS MAYORISTA DE TURISMO CIA LTDA	Mayorista	Pasaje Turquía E10- 49 y Av. 6 de Diciembre	466917
TAMBO MASHI VIAJES Y TURISMO CIA. LTDA.	Tambo mashi viajes y turismo	E14B S7-114 Y S7B	3190300
GEVINTOURS AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO CIA. LTDA	Mayorista	Av. Mariscal Sucre s/n y Pedro Capiro	2669408

Fuente: Catastro 2015, Ministerio de Turismo

Elaborado por: Rubí Jaramillo

d. Alianzas estratégicas

- Realizar convenios y alianzas con los ITUR de los cantones de la provincia de Sucumbíos, MINTUR, departamento de turismo del GADPS y unidades de turismo que puedan aportar al incremento de turistas y promoción para el Centro Arútam.
- Alianzas con agencias de viajes y operadoras de turismo, para dar a conocer el centro y mejorar la venta de los productos y servicios.
- Alianzas con otros centros turísticos aledaños para que lo incluyan como una nueva alternativa de turismo.
- Alianzas con instituciones de seguridad ciudadana como: la policía nacional, el EC911, bomberos, etc., quienes estén de acuerdo a prestar servicios y colaborar durante el proceso de desarrollo y posicionamiento del centro.
- Realizar convenios con instituciones educativas con el objetivo de que los estudiantes de turismo, aporten con ideas, importantes para fortalecer el centro.
- Mantener la publicidad e información constante en todas las instituciones que puedan apoyar a la promoción turística en la provincia.

e. Estrategias de difusión

Los canales de difusión comercial del centro serán establecidos en base a los resultados obtenidos en el estudio de mercado como: el internet, radio-tv, y se requiere además por medio

de afiches, folletos, volantes, la cual nos permite alcanzar hacia los consumidores. (Ver anexo N°04)

Tabla 79: Estrategias de difusión

Tipo de Publicidad	Detalle	Objetivo	Política funcionamiento	Target	Costo anual
1. Medios: Internet	Se diseñará una página web para la difusión del Centro Arútam.	Poder captar a los turistas a que busquen destinos turísticos a través del internet y la televisión,	Utilizando el sistema web con dominios propios	Para los turistas que buscan destinos turísticos a través del internet	\$1500
	Radio Se contratará SPOT publicitario en 2 radios que abarque las ciudades Tena, Ambato, Quito.	radio. Posicionar el producto turístico en el Mercado.		Población de las ciudades con cobertura	\$ 2500
2. Beochure:					
- Afiches	Tamaño ½ pliego impreso a color en papel couché. Se imprimirán 1000 unidades para todo el año. El tamaño será A3	Conseguir la atención de las agencias de viajes y entidades relacionadas con el turismo, se enteren de la existencia del centro	Distribuir en el MINTUR, parque ecológico, recreativo de viajes, ITUR.	Turistas y personas afines en los principales mercados emisores a nivel nacional: Sucumbíos, Quito, de igual forma en las entidades públicas, privadas y centros educativos	\$ 350
- Trípticos	Impresos a color en papel couché, total 1000 unidades para todo el año tamaño A4	Lograr posicionar los servicios y productos que ofrece el centro	Entregar de forma masiva en las ferias, parques, empresas, discotecas, sitios de información turística (ITUR), etc.	Personas, turistas y personas afines en los principales mercados emisores a nivel nacional	\$250
3. Merchandising					
	En la mejor	Impactar al	Se distribuirá en	Clientes	\$835,2

Llaveros camisetas gorras bolso ecológico, jarro esfero	calidad	cliente con el producto, tener su atención y se sienta importante y use la marca con orgullo	los lugares con mayor influencia turística, como: restaurantes, hoteles, parques, centros recreativos, balnearios, discotecas, etc. Que incentiven la fidelidad del cliente	actuales y potenciales	
4. Imagen corporativa: -Sobres -Hojas Membretadas	Full color couché 300gr, y 115 gr, bond 75 gr, 56 gr, and mica	Presentar una imagen de calidad	Estarán distribuidos en los lugares con mayores influencias, oficinas, ITUR, agencias de viajes, hoteles, restaurante etc.	Cientes actuales y potenciales	\$ 600
TOTAL					\$ 6035,2

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Rubí Jaramillo

Tabla 80: Publicidad

Publicidad				
Detalle	Unidad	Cantidad	C. Unitario	C. Total
Internet		1	1500	1500
Tv- radio		2	1250	2500
Beochure				
Afiches	U	1000	0,35	350
Trípticos	U	1000	0,25	250
Mechandising				
Camisetas	U	50	6	300
Gorras	U	50	6,35	317,5
Bolso ecológico	U	8	5,15	41,2
Llavero	U	10	5	50
Jarro	U	5	5,3	26,5
Toma todo	U	10	8	80
Esfero	U	20	1	20
Imagen corporativa				
Sobres- Hojas M	U	200	3	600
TOTAL				6035,2

Fuente: Trabajo de campo

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

3. Paquetes turístico

La comunidad Taruka y sus paquetes turísticos pretenden expresar la forma de vida de la cultura Shuar.

a. Taruka vivencia Shuar

- 1) **Denominación:** Taruka vivencia Shuar
- 2) **Código:** TS01
- 3) **Carácter:** natural y cultural
- 4) **Dificultad:** Baja
- 5) **Idioma de guianza:** español
- 6) **Duración:** 1 día
- 7) **Recorrido:** Comunidad Taruka
- 8) **Centro operativo:** Comunidad de Taruka
- 9) **Itinerario**

Tabla 81: Planificación del paquete TS01

HORA	ACTIVIDAD	LUGAR
08: 00am	Arribo a la comunidad Bienvenida Charla introductoria Exposición del itinerario	Comunidad Taruka
09:00am	Recorrido alrededor de la laguna y cascada celoso Observación de la fauna Explicación de plantas tradicionales	Comunidad Taruka
11:30 am	Preparación de la chicha	Casa comunal Taruka
12:30 pm	Almuerzo típico	Cabañas Taruka
13: 30 pm	Trekking por el bosque Observación de las cuevas el salero	Bosque Taruka
15:30pm	Danza típica de la comunidad	Salón comunitario
16:30pm	Despedida Fin del tour	Centro comunitario Taruka

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

10) Descripción del paquete

El tour inicia con la bienvenida de la gente Shuar vestida de forma tradicional, recorrido en la laguna y cascada Celoso; lugar donde aprenderán la importancia cultural de la cascada y sobre todo el valor que tiene las plantas nativas del sector y especies de fauna como sus coloridas aves y mamíferos, los turistas tendrán el gusto de ver como se prepara la chicha, se degustará de la deliciosa comida tradicional, trekking por el bosque donde aparte de conocer la vegetación se podrá apreciar las encantadas cuevas el salero donde se contara historias, leyendas acerca del lugar y finalmente disfrutara bailando y observando la tradicional danza Shuar culminando así el recorrido.

11) Requerimientos de la visita

- Ropa ligera
- Traje de baño
- Repelente de insectos
- Protector solar
- Bebidas hidratantes
- Cámara digital
- Binoculares
- Zapatos deportivos
- Botas de caucho

12) Servicios que incluye

- Almuerzo
- Guía
- Poncho de agua
- Chalecos salvavidas
- Entrada a la cascada Celoso
- Entrada a la comunidad
- Paseo en canoa

13) No incluye

- Alimentación extra
- Artesanías de la comunidad
- Gastos personales
- Transporte a la comunidad

b. Así es el pueblo Shuar

- 1) **Denominación:** Así es el pueblo Shuar
- 2) **Código:** AS02
- 3) **Carácter:** natural y cultural
- 4) **Dificultad:** Baja
- 5) **Idioma de guianza:** español
- 6) **Duración:** 2 días
- 7) **Recorrido:** Comunidad Taruka
- 8) **Centro operativo:** Comunidad de Taruka
- 9) **Itinerario**

Tabla 82: Planificación del paquete AS02

HORA	ACTIVIDAD	LUGAR
08: 00am	Arribo a la comunidad Bienvenida Charla introductoria Exposición del itinerario	Comunidad Taruka
09:00am	Recorrido y fotos en la cascada Celoso	Comunidad Taruka
11:00 am	Elaboración de artesanías con la gente de la comunidad	Choza de artesanías
12:30 pm	Visita a la chacra de la comunidad Explicación sobre la forma de cultivo y cosecha de sus productos:yuca, verde	Comunidad Taruka
13: 30 pm	Almuerzo típico	Comedor cabañas Taruka
15:00 pm	Recorrido en canoa y pesca de pirañas Observación del atardecer	Laguna y cascada Celoso
19:00pm	Cena	Comedor
20:30pm	Brindis Noche cultural Descanso	Centro comunitario Taruka
DÍA 2		
08:00 am	Desayuno Exposición del itinerario	Comedor cabañas Taruka
09:00 am	Recorrido en la selva alrededor de las cuevas y un riachuelo Presentación de plantas nativas Observación de la fauna	Bosque Taruka
11:00 am	Presentación de danza típica del Shuar Integración con música tradicional	Salón comunitario
12:30 pm	Almuerzo	
13:30 pm	Explicación y práctica de las formas de caza Fotos con la gente de la comunidad	Comunidad Taruka
16: 00 pm	Agradecimiento y despedida	Salón comunal

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

10) Descripción del paquete

Día 1

El tour inicia con la bienvenida de la gente Shuar vestida de forma tradicional, realizarán un recorrido para tomarse fotos en la cascada celosa; tendrá la oportunidad de aprender a elaborar artesanías Shuar (manillas y collares) con semillas y materiales de la selva, conocer una chacra Shuar y aprender sobre su vivencia, recorrer la selva en la noche y observar los grandes y vistosos caimanes.

Día 2

En el día se disfrutará al conocer las cuevas el salero, su historia, mitos y se observará hermosas aves y si tenemos suerte podremos apreciar animales silvestres, también se disfrutará al conocer sobre las plantas de la zona. Luego disfrutaremos de una danza típica de la comunidad Shuar. Luego de degustar la comida típica de la comunidad se conocerá las diferentes formas o técnicas de caza. Finalizando este recorrido se agradecerá y despedirá a la gente.

11) Requerimientos de la visita

- Ropa ligera
- Traje de baño
- Repelente de insectos
- Protector solar
- Bebidas hidratantes
- Cámara digital
- Binoculares
- Zapatos deportivos
- Botas de caucho
- Poncho de agua

12) Servicios que incluye

- Alimentación
- Hospedaje
- Guianza
- Chaleco salvavidas
- Entrada a la comunidad
- Recorrido en el bosque
- Paseo en canoa

13) No incluye

- Alimentación extra
- Artesanías de la comunidad
- Gastos personales
- Transporte a la comunidad.

c. Caminando a la Selva

- 1) **Denominación:** Caminando a la selva
- 2) **Código:** CS03
- 3) **Carácter:** natural y cultural
- 4) **Dificultad:** Baja
- 5) **Idioma de guianza:** español
- 6) **Duración:** 2 días
- 7) **Recorrido:** Comunidad Taruka
- 8) **Centro operativo:** Comunidad de Taruka
- 9) **Itinerario**

Tabla 83: Planificación del paquete CS03

HORA	ACTIVIDAD	LUGAR
08: 00am	Arribo a la comunidad Bienvenida Charla introductoria Exposición del itinerario	Comunidad Taruka
09:00am	Recorrido y fotos en la cascada Celoso	Comunidad Taruka
11:00 am	Visita a la chacra de la comunidad Explicación sobre la forma de cultivo y cosecha de sus productos: yuca, verde	Choza de artesanías
12:30 pm	Almuerzo típico	Comedor cabañas Taruka
13: 30 pm	Elaborar artesanías típicas de la comunidad	Comunidad Taruka
15:00 pm	Recorrido en canoa y pesca de pirañas Observación del atardecer	Laguna y cascada Celoso
19:00pm	Cena	Comedor
20:30pm	Brindis Noche cultural Descanso	Centro comunitario Taruka
DÍA 2		
08:00 am	Desayuno Exposición del itinerario	Comedor cabañas Taruka
09:00 am	Recorrido en la selva alrededor de las cuevas y un riachuelo Presentación de plantas nativas Observación de la fauna	Bosque Taruka
11:00 am	Elaboración de la chicha	Comunidad Taruka
12:30 pm	Almuerzo	
13:30 pm	Explicación y práctica de las formas de caza Fotos con la gente de la comunidad	Comunidad Taruka
15: 30 pm	Recorrido por la orilla del río Taruka Nadar y tomar fotos	Río Taruka
18:00 pm	Retorno a la comunidad	
19: 00 pm	Cena Integración	Cabañas Taruka
DÍA 3		
08:00 am	Desayuno Exposición del itinerario	Comedor de cabañas Taruka
09:00am	Visita a las huertas familiares	Huertas Taruka
10:30 am	Elaboración de la chicha	Comunidad
12:00 pm	Retorno a Lago Agrío	Lago Agrío

10) Descripción del paquete

Día 1

El tour inicia con la bienvenida de la gente Shuar vestida de forma tradicional, recorrido alrededor de la hermosa cascada, la experiencia de observar y cosechar la yuca, verde y aprender sobre su siembra. Luego se degustará de la riquísima gastronomía de la selva como el delicioso Ayampaco, Maito. Más tarde se enseñarán a elaborar artesanías (collares y manillas). Paseo en canoa para pescar pirañas si tenemos suerte, esperar por la caída del sol.

Día 2

El día numero dos inicia con el recorrido por la selva alrededor de las cuevas y cruzar un pequeño riachuelo para observar especies increíbles de flora y fauna. La yuca, el agua serán nuestros ingredientes para elaborar la chicha, bebida indispensable. En la tarde conoceremos las diferentes técnicas de caza que usa la cultura shuar. Continuamos con la aventura de disfrutar el rio Taruka un momento de descanso donde podrán bañarse y al final regresaremos a la comunidad.

Día 3

El último día se visitará las huertas familiares, se aprenderá como cultivan y cosecha la comunidad Taruka. Finalizando este recorrido se agradecerá y despedirá a la gente.

11) Requerimientos de la visita

- Ropa ligera
- Traje de baño
- Repelente de insectos
- Protector solar
- Bebidas hidratantes
- Cámara digital
- Binoculares
- Zapatos deportivos
- Botas de caucho
- Poncho de agua

12) Servicios que incluye

- Alimentación
- Hospedaje
- Guianza
- Chaleco salvavidas
- Entrada a la comunidad
- Recorrido en el bosque
- Paseo en canoa

13) No incluye

- Alimentación extra
- Artesanías de la comunidad
- Gastos personales
- Transporte hasta comunidad

4. Análisis de costos**a. Taruka vivencia Shuar****Tabla 84:** Estructura de costo del paquete TS01

CANTIDAD	CONCEPTO	COSTO DEL SERVICIO	COSTO TOTAL	PRECIO UNIT POR 10 PAX	PRECIO UNIT POR 5 PAX
	COSTOS FIJOS		60,00	6,00	12,00
1	Guianza por día	30,00	30,00	3,00	6,00
1	Grupo de danza	35,00	35,00	3,00	6,00
	COSTOS VARIABLES		10,00	10,00	10,00
1	Almuerzo	5,00	5,00	5,00	5,00
1	Ingreso a la cascada Celoso	5,00	5,00	5,00	5,00
	SUBTOTAL		70,00	16	22,00
	Depreciación 5%		3,50	0,8	1,1
	Gasto administrativo y de ventas 10%		7,00	1,5	2,20
	PRECIO NETO		80,50	18,40	25,30
	Utilidad 25%		20,13	4,6	6,3

	Comisión 5%		4,02	0,92	1,27
	Iva 12%		9,66	2,2	3,03
	Precio de venta		114,31	26,12	35,9

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

b. Así es el pueblo Shuar

Tabla 85: Estructura de costo del paquete AS02

CANTIDAD	CONCEPTO	COSTO DEL SERVICIO	COSTO TOTAL	PRECIO UNIT POR 10 PAX	PRECIO UNIT POR 5 PAX
	COSTOS FIJOS		90,00	9,00	18,00
2	Guianza por día	30,00	60,00	6,00	12,00
1	Grupo de danza	30,00	30,00	3,00	6,00
1	Transporte	30,00	30,00	3,00	6,00
	COSTOS VARIABLES		50,00	50,00	50,00
1	Hospedaje	20,00	20,00	20,00	20,00
1	Desayuno	5,00	5,00	5,00	5,00
2	Almuerzo	5,00	10,00	10,00	10,00
1	Cena	5,00	5,00	5,00	5,00
1	Ingreso a la Cascada Celoso	5,00	5,00	5,00	5,00
1	Recorrido en canoa	5,00	5,00	5,00	5,00
	SUBTOTAL		140,00	59,00	68,00
	Depreciación 5%		7,00	2,98	3,4
	Gasto administrativo y de ventas 10%		14,00	5,95	6,80
	PRECIO NETO		161,00	67,85	78,20
	Utilidad 25%		40,25	16,96	19,55
	Comisión 5%		8,05	3,39	3,91
	Iva 12%		19,32	8,14	9,38
	Precio de venta		228,62	96,34	111,04

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

c. Caminando a la Selva

Tabla 86: Estructura de costo del paquete CS03

CANTIDAD	CONCEPTO	COSTO DEL SERVICIO	COSTO TOTAL	PRECIO UNIT POR 10 PAX	PRECIO UNIT POR 5 PAX
	COSTOS FIJOS		120,00	12,00	24,00
3	Guianza por día	30,00	90,00	9,00	18,00
1	Grupo de danza	30,00	30,00	3,00	6,00
2	Transporte	30,00	60,00	6,00	12,00
	COSTOS VARIABLES		90,00	90,00	90,00
2	Hospedaje	20,00	40,00	40,00	40,00
3	Desayuno	5,00	15,00	15,00	15,00
3	Almuerzo	5,00	15,00	15,00	15,00
2	Cena	5,00	10,00	10,00	10,00
1	Ingreso a la Cascada Celoso	5,00	5,00	5,00	5,00
1	Recorrido en canoa	5,00	5,00	5,00	5,00
	SUBTOTAL		210,00	102,00	114,00
	Depreciación 5%		10,5	5,1	5,70
	Gasto administrativo y de ventas 10%		21,00	10,2	11,40
	PRECIO NETO		241,5	117,3	131,1
	Utilidad 25%		60,37	29,32	32,77
	Comisión 5%		12,07	5,86	6,55
	Iva 12%		28,98	14,07	15,73
	Precio de venta		342,93	166,56	186,16

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

F. ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

1. Método de Lázaro Lagos

La implementación del producto turístico cultural permitirá al desarrollo turístico y económico de la comunidad Taruka, pero para poder llegar a su efecto se llevó a cabo la evaluación de impactos ambientales utilizando el método de Lázaro Lagos, para la evaluación de impactos ambientales.

a. **Determinación de las actividades**

Todas las actividades que se realizara como parte del proyecto fueron enumeradas y enlistadas en la matriz de Lázaro Lagos que se puede observar más adelante

b. **Determinación de los componentes ambientales**

Cada componente ambiental que resultara afectado ya se de manera positiva o negativa fueron determinados en función de cada una de las actividades que se efectuaran en el proyecto.

c. **Parámetros para la Evaluación de Impactos Ambientales**

1) **Naturaleza.** Dependiendo si el impacto es positivo (+) o de lo contrario de ser negativo (-)

2) **Magnitud.** La magnitud se determina a través de tres rangos:

- 1: Baja intensidad. Cuando el área afectada es menor a 1 ha.
- 2: Moderada intensidad. Cuando el área afectada esta entre 1 a 10 ha
- 3: Alta intensidad. Cuando el área afectada es mayor a 10 ha

3) **Importancia.** Se determina a través de cuatro rangos de evaluación

0: Sin importante importancia

1: Menor importancia

2: Moderada importancia

3: Importante importancia

4) **Certeza.** Se determina a través de tres rangos definidos con letras

C (Certeza): Si el impacto ocurrirá con una probabilidad del 75%

D (Duda): Si el impacto ocurrirá con una probabilidad de entre 50 a 75%

I (Indeterminado): Si se requiere de estudios específicas para evaluar la certeza del impacto

5) Tipo. Se define a través de:

(Pr): Primario. Si el impacto es consecuencia directa de la implementación del proyecto.

(Sc): Secundario. Si el impacto es consecuencia indirecta de la implementación del proyecto.

(Ac): Si el impacto es consecuencia de impactos individuales repetitivos.

6) Reversibilidad. Puede ser de dos tipos:

1: Reversible. Si el impacto es transformable por mecanismos naturales.

2: Invertible. Si el impacto no es transformable por mecanismos naturales.

7) Duración. Se determina a través del tiempo en:

1: A corto plazo. Si el impacto permanece menos de 1 año.

2: A mediano plazo. Si el impacto permanece entre de 1 a 10 años.

3: A largo plazo. Si el impacto permanece más de 10 años.

8) Tiempo en aparecer. Determinado también por el tiempo se clasifica en:

C: Corto plazo. Si el impacto aparece inmediatamente o dentro de los primeros 6 meses posteriores a la implementación del proyecto.

M: Mediano plazo. Si el impacto aparece entre 9 meses a 5 años después de la implementación del proyecto.

L: Largo plazo. Si el impacto aparece en 5 años o más a la implementación del proyecto.

9) Considerado en el proyecto. Se define por las alternativas:

S: Sí. Si el impacto fue considerado en el proyecto.

N: No. Si el impacto no fue considerado en el proyecto.

Posteriormente se debe determinar el sistema de mitigación más adecuado dependiendo del estado de conservación y del ambiente en general.

En el siguiente cuadro se indica la evaluación de impactos ambientales para la implementación del centro de interpretación cultural.

2. Evaluación de la matriz de impactos ambientales de Lázaro Lagos

Tabla 87: Evaluación de impactos ambientales para la implementación del centro de interpretación cultural Arútam

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES						IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
	1. Construcción del centro	2. Equipamiento del centro	3. Llegada de visitantes	4. Difusión Cultural	5. Generación de la basura	6. Creación de fuentes de trabajo		1. Naturaleza	2. Magnitud	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Reversibilidad	7. Duración	8. Tiempo en	9. Considerado	10. Ponderación
A. AIRE	X				X		Emisión de gases contaminantes	(-)	1	0	D	Sc	1	1	C	N	2
B. SUELO	X						Excavaciones y movimiento de la capa superficial	(-)	1	1	C	Pr	2	1	C	S	4
					X		Contaminación	(-)	1	1	D	Ac	1	2	M	N	4
		X					Recolección de arcilla para artesanías	(-)	1	0	C	Pr	1	2	C	S	3
C. AGUA	X				X		Contaminación por desechos	(-)	1	2	I	Ac	2	2	C	N	6
D. FLORA Y FAUNA	X						Alteración en el comportamiento de animales	(-)	2	1	D	Ac	2	2	M	N	6
	X						Corte de plantas en la zona de construcción	(-)	1	1	C	Pr	1	1	C	S	3
		X					Recolección de semillas para artesanías	(-)	1	0	C	Pr	1	2	C	S	3
				X			Conservación de flora y fauna	(+)	3	2	C	Ac	2	3	M	S	11
				X			Practica de las técnicas agrícolas tradicionales	(+)	3	2	C	Ac	2	3	M	S	11
E. SOCIO-ECONOMICO	X						Espacio para venta de artesanías	(+)	1	2	C	Pr	2	3	C	S	7
			X	X		X	Intercambio cultural y comunitario	(+)	3	1	C	Ac	1	3	C	S	7
				X			Conservación de las formas tradicionales de vida	(+)	3	2	C	Ac	2	3	M	S	11
			X			X	Dinamización de la economía	(+)	3	2	D	Pr	2	3	M	S	11
			X				Incremento de ingresos económicos en hogares	(+)	3	2	D	Pr	2	3	C	S	11

				X		Conservación de la cosmovisión indígena	(+)	3	2	C	Pr	2	3	M	S	11
		X				Venta de artesanías	(+)	1	1	D	Pr	2	3	C	S	6
F. PAISAJE	X					El diseño es acorde al entorno	(+)	1	2	C	Pr	2	2	C	S	6
					X	Alteración de los paisajes	(-)	1	2	D	Pr	2	3	C	N	7
					X	Conservación de los escenarios	(+)	3	2	D	Ac	1	3	M	N	10

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

Tabla 88: Matriz de cuantificación de impactos ambientales

COMPONENTES	ACTIVIDADES						TOTAL (+)	TOTAL (-)	TOTAL
	1	2	3	4	5	6			
A. AIRE	-2				-2			4	4
B. SUELO	-4	-3			-4			11	11
C. AGUA	-6				-6			12	12
D. FLORA Y FAUNA	-6; -3	-3	-6	+11,+11			22	18	40
E. SOCIO-ECONOMICO	+7		+7,+11,+11,+6	+7,+11,+11		+7,+11,+11	100		100
F. PAISAJE	+6			+10	-7		16	7	23
TOTAL (+)	13		35	61		29	138		
TOTAL (-)	21	6	6		19			52	
TOTAL	34	6	41	61	19	29			190

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2016

e. Interpretación de la matriz de impactos ambientales

Luego de haber realizado la valoración de los impactos ambientales ocasionados por las actividades propuestas en la matriz, se pudo identificar que los impactos positivos son mayores a los impactos negativos.

En términos generales, el resultado total obtenido en la matriz es de 190, del cual 138 tienen un impacto positivo, frente a una variable negativa con un valor de 52, mismo que debe disminuir, mediante la implementación de medidas para mitigar su impacto.

El componente que obtuvo mayor puntuación en impactos positivos es el socio-económico, ya que en el proyecto se pretende concebir fuentes de empleo, dinamización de la economía, conservación de las formas tradicionales de vida, incremento de ingresos económicos en hogares, entre otros beneficios.

Mientras que otro componente que se ve afectado es de flora y fauna ya que sus especies faunísticas se alejarían notando la presencia humana.

3. Plan de manejo ambiental para el Centro de interpretación cultural

Tabla 89: Plan de manejo ambiental del establecimiento

COMPONENTE	DAÑO	ACCIONES/MEDIDAS DE MITIGACIÓN	REQUERIMIENTOS	COSTO
AIRE	Contaminación por el polvo y emisión de gases que ocasiona al momento de la construcción de la infraestructura	Controlar para que los trabajadores usen materiales para la protección de sus rostros por causa de polvo y emisión de gases	Mascarillas	\$ 10,00
	Implementación de señalética al momento del trabajo	Señalética que indique que tienen que usar mascarillas al momento del trabajo	Señalética preventiva	\$150,00
SUELO	Contaminación por desechos	<ul style="list-style-type: none"> • Colocar basureros para evitar dicho problema • Reciclaje de la basura (botella, cartones) para realizar artesanías ecológicas 	Basureros para desperdicios orgánicos e inorgánicos	\$250,00
AGUA	Contaminación del agua	<ul style="list-style-type: none"> • Charlas de concientización sobre el manejo adecuado del agua 	Material didáctico para charla	\$ 150,00
FLORA Y FAUNA	Alteración y alejamiento de especies faunística	<ul style="list-style-type: none"> • Charlas de las especies endémicas existentes en Taruka • Charlas sobre concientización sobre la protección de la fauna 	Material didáctico para charla	\$150,00
			Técnicos especialista	\$ 250, 00
SOCIO-ECONOMICO	Dinamización economía local	<ul style="list-style-type: none"> • Charlas interpretativas de concienciación tanto para planta turística como población local, facilitando las formas de reciclaje. 	Material didáctico para charlas Técnico especialista	\$150,00 \$ 250, 00
PAISAJE	Alteración de los paisajes	<ul style="list-style-type: none"> • Concientizar a la comunidad a la protección y conservación del ambiente 	Técnico	\$ 250,00
			Material didáctico para charla Rótulos con mensaje de concientización	\$ 150, 00 \$ 450, 00
TOTAL				\$2210,00

G. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

1. Panificación estratégica

a. Misión

Incitar, motivar a la ciudadanía, turista, visitantes a una conciencia de cuidado, valor y sobre todo a la protección del patrimonio cultural y natural, donde se encuentra asentado el centro de interpretación cultural Shuar -Arútam, a través de una adecuada interpretación de los recursos turísticos que posee, permitiendo generar una presentación de servicios turísticos de calidad y eficiencia en información turística, guianza, alimentación y ventas de artesanías.

b. Visión

El centro de interpretación Arútam, proyecta ser líder en atracción de turistas nacionales y extranjeros de la provincia de Sucumbíos, convirtiéndose en unos de los centros más importantes de la amazonia y permitiendo ser un modelo a seguir como aporte al desarrollo turístico sostenible de la comunidad local, el cual logre satisfacer los requerimientos y las necesidades de las personas.

c. Objetivos

- Conservación, uso y buen manejo del patrimonio.
- Interculturalidad
- Gestión del territorio
- Características del sector comunitario
- Revitalización

d. Valores

1) De los empleados

- Puntualidad
- Buenas relaciones humanas
- Honestidad
- Respeto
- Lealtad
- Compromiso
- Solidaridad

- Carismático
- Limpieza
- Buena presencia
- Proactivo
- Interculturalidad
- Trabajo en equipo

2) De los clientes

- Ser colaborador y participativo en todas las actividades que realice el CICA.
- Cumplir con los horarios y normas establecidas por el CICA.
- Realizar el trabajo con amor y dedicación.
- Prepararse continuamente para mejorar la calidad en el servicio.
- Ser respetuoso con el cliente y el personal para mantener una buena relación y comunicación a nivel interno.
- Atender al cliente con una sonrisa.
- Ser paciente, solidario y respetuoso.
- Ser proactivo y creativo en las actividades que se le encargue.

e. Políticas

1) Servicio

- La atención es de calidad.
- Todo trabajo será realizado con excelencia.
- No existirá exclusión para ningún cliente todos tendrán un buen trato.
- La atención al cliente será por orden de llegada.
- El Centro de interpretación cultural Arútam, siempre estará limpio.
- Los reclamos y sugerencias de los clientes serán tomados en cuenta para la mejora continua del servicio.
- Se deberá realizar evaluaciones periódicas a todos los procesos de producción y prestación del servicio.

2) Personal

- El personal cumplirá estrictamente los horarios establecidos
- Los puestos de trabajo están reglamentados en el manual de funciones, por lo que ningún trabajador podrá negarse a cumplir una actividad especificada.
- La remuneración al personal será cancelada con puntualidad y de acuerdo con los salarios establecidos en las leyes laborales vigentes.
- El personal a contratar deberá tener experiencia en el área requerida.
- El personal nuevo recibirá capacitación en cuanto a calidad del servicio.
- Se inculcará al personal valores como honestidad, puntualidad, buen trato.
- El personal deberá conocer las metas y objetivos de la empresa para que contribuyan a cumplirlo
- El personal tratará al cliente con educación y cordialidad. Si un cliente recibe una atención mala, el gerente afrontará y solucionará el problema.
- Todos quienes forman parte del personal participarán en las reuniones de planificación de las actividades.

2. Estudio administrativo

a. Organigrama estructural

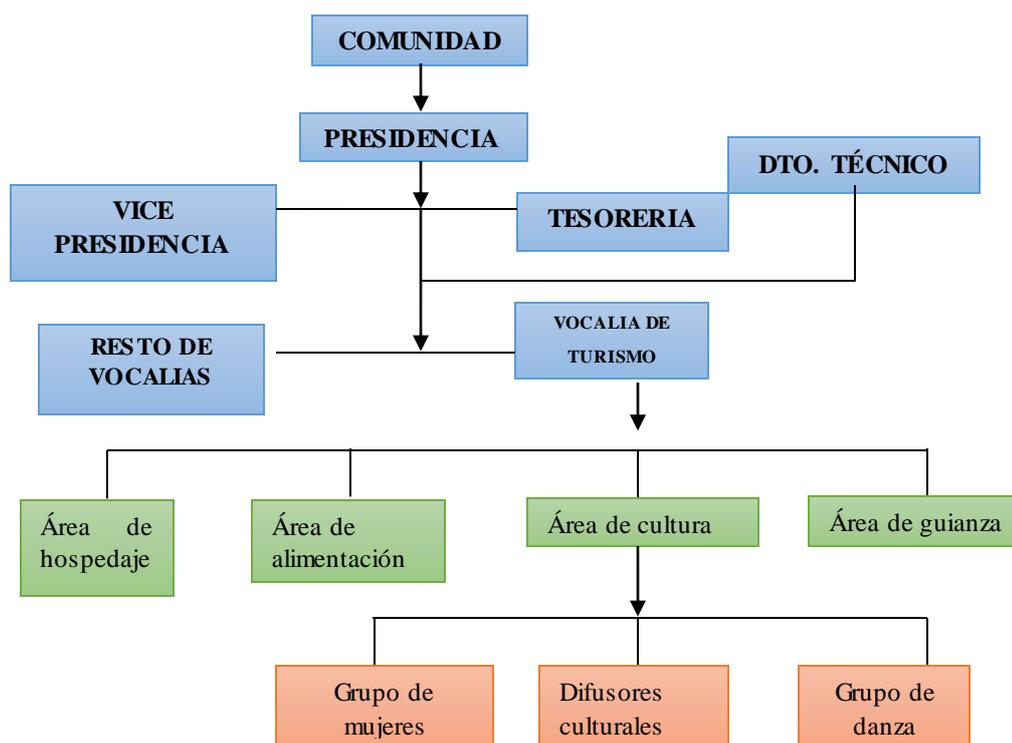


Figura 17: Organigrama estructural del Centro de Interpretación Cultural Arútam

b. Organigrama funcional

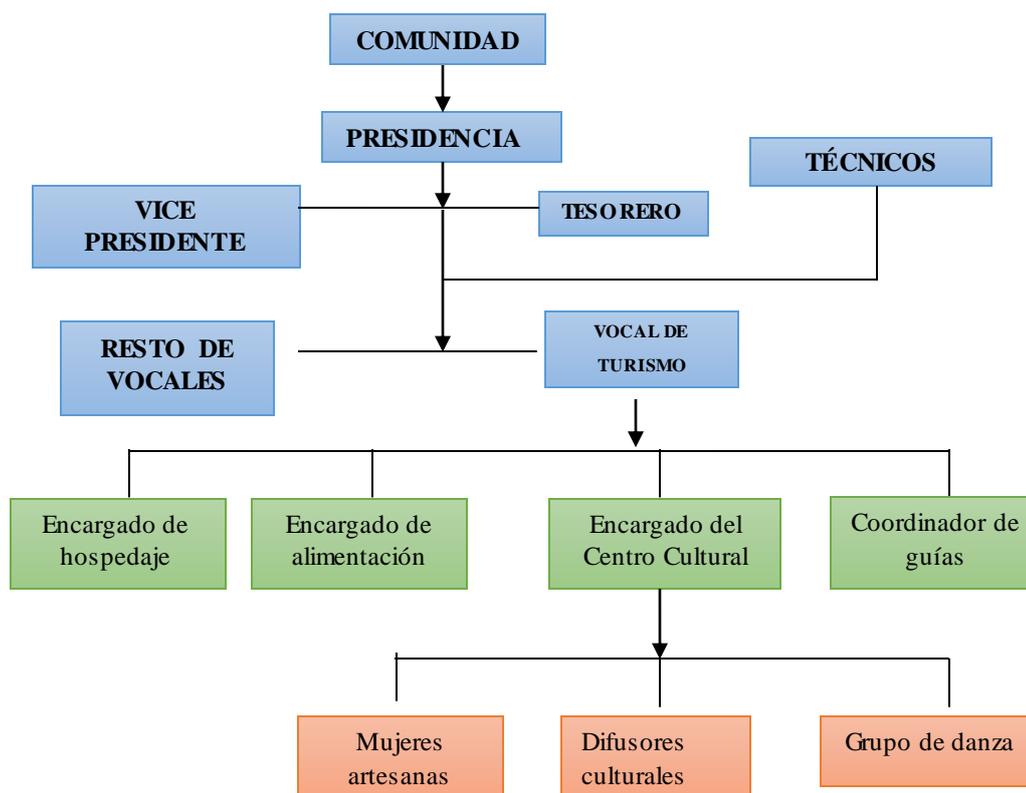


Figura 18: Organigrama funcional del Centro de Interpretación Cultural Arútam

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2017

c. Manual de funciones de cada área

1) Encargado del centro cultural

- Observar y cumplir con lo expuesto en el reglamento del centro
- Confirmar la hora y el día en que los turistas visiten el centro cultural.
- Coordinar la participación del grupo de mujeres artesanas y del grupo de danza, en los recorridos que se vayan a ejecutar dentro del centro cultural.
- Conocer todos los servicios que se oferte en el centro.
- Recibir con amabilidad y dar la bienvenida al visitante en el centro cultural.
- Dar mantenimiento y estar pendiente de la limpieza de las instalaciones del centro.
- Informar a los dirigentes de todas las necesidades de stock de artesanías para la comercialización.
- Contar con un inventario actualizado de las artesanías existentes
- Recibir y registrar las entradas y salidas de las ventas de artesanías
- Cancelar a los dueños de las artesanías vendidas

- Estar a disposición durante la visita de turistas a la comunidad.
- Recolectar y mantener siempre la materia prima necesaria para la elaboración de la artesanía.
- Es el encargado de custodiar los bienes del centro.
- Resolver los problemas cuando estos se presenten.

2) Grupo de mujeres artesanas

- Elaborar las artesanías para la demostración en el centro
- Observar y responder lo dispuesto expresamente en los estatutos del CTC y reglamentos de la comunidad.
- Participar con un grupo de hasta 3 mujeres en la exposición de artesanías echas de barro, semillas y mullos.
- Exponer y practicar con los turistas, las diferentes maneras de elaboración de artesanías.
- Mantener informado al encargado del centro cultural, cualquier anomalía que acontezca durante la visita al centro.

3) Difusores culturales

- Participar con una persona como expositor, durante la visita de los turistas al centro
- Observar y acatar lo dispuesto expresamente en los estatutos del centro y de la comunidad.
- Exponer las historias, mitos y leyendas de la comunidad a los visitantes.
- En el transcurso del recorrido mantener siempre la coherencia en sus relatos, siempre contar con la verdad sin decir mentiras en las historias contadas.

4) Grupo de danza

- Observar y acatar lo dispuesto expresamente en los estatutos del centro y de la comunidad.
- Participar con una muestra de danza tradicional, durante la visita

5) Guías

- Observar y acatar lo dispuesto expresamente en los estatutos del centro y de la comunidad.
- Responsable de la coordinación, asistencia, conducción, interpretación, información y animación de los turistas.
- Conducir a los turistas en el centro interpretativo.

- Dominar todos los temas que se expondrán en las diferentes áreas del centro cultural.
- Apoyar al encargado del centro cultural, en la venta de artesanías
- Explicar al visitante, durante el recorrido, las normas de comportamiento durante el recorrido
- El guía no debe pedir algún soborno o regalo a los turistas y tiene prohibido usar drogas y alcohol en las horas laborales.
- Al terminar el recorrido verificar que el centro cultural no se quede olvidadas pertenencias de los visitantes.

d. Manual de operaciones del equipo

1) Previo a la operación turística

- El departamento técnico del CICA junto con el vocal de turismo, deben concretar y confirmar la venta de los paquetes turísticos del C.T.C TARUKA, con 7 días antes del inicio de la operación.
- El vocal de turismo debe comunicar al encargado del centro la fecha y hora que se va a ser la visita al centro.
- El encargado del centro debe informar y coordinar la participación de los expositores mínimo con unos 3 días antes de la visita
- El encargado del centro debe controlar y supervisar que exista lo suficiente material como barro para cerámica, semillas y tintes, todo para la elaboración de las artesanías, caso contrario de no haber la cantidad necesaria se debe realizar una recolección de la materia prima que se utilizara en la visita, de tal manera que no haya errores e inconvenientes para la elaboración de las piezas artesanales.
- El encargado también debe verificar que todas las instalaciones como muebles e inmuebles, estén en perfecto estado.

2) Durante la operación turística

- El encargado del centro debe recibir con amabilidad al turista.
- El guía del CTC, es encargado de dirigir el recorrido dentro del centro cultural.
- El guía y el encargado del centro, deben estar a disposición de los visitantes, deben mantenerse atentos a cualquier llamado o inquietud del turista.
- Al culminar el recorrido se debe promocionar las artesanías elaboradas por los miembros de la comunidad.

- Una vez realizada la venta, el encargado del centro junto con el guía, deben registrar las ventas en algún libro de registro.
- Al terminar el recorrido se debe verificar que no haya quedado objetos de los visitantes.

3) Después de la operación turística

- El encargado del centro debe actualizar el inventario de las artesanías receptadas para la venta
- Obtenido los registros de ventas y el inventario actualizado, el encargado debe emitir un informe a los directivos de la comunidad en el cual indique las actividades realizadas, las ventas establecidas, el monto recaudado y de haber ocurrido alguna novedad o problema.
- Con el registro de ventas, se debe cancelar a los dueños de las artesanías para las ventas realizadas durante la operación turística, esta actividad la debe realizar el encargado del centro junto con el tesorero de la comunidad.
- Se debe informar a la comunidad con mínimo unas 2 semanas de anticipación, que se receptaran artesanías en el centro cultural para la comercialización.
- El encargado deberá registrar en el inventario cada una de las artesanías que ingresan al centro
- El encargado debe dar mantenimiento al techo del centro cultural cada cuatro días y así mismo dar mantenimiento de las instalaciones.

e. Reglamento para encargados y visitantes

1) Reglamento para encargados

Tabla 90: Reglamento de los encargados

REGLAMENTO INTERNO
GENERALIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • El encargado debe comunicar al gerente cualquier tipo de problemas o inconvenientes que se presente en las áreas de trabajo. • Deberá pensar que él no trabaja solo, sino que tiene a más compañeros con quien contar. • Deberá tener siempre en buen estado las instalaciones y alrededores del centro cultural • El encargado en todo momento debe acatar las órdenes de sus superiores, guardara un comportamiento adecuado y acorde a las normas de cortesía y buen trato. • El personal deberá caracterizarse por ser puntual y la calidad al momento de prestar los servicios.

- Es de suma importancia que el personal cuide bien el equipo que se le otorgue en cada área de trabajo.
- Los empleados tienen que mantener su aspecto, aseo personal correctamente.
- El encargado o empleado deberá ponerse el uniforme adecuado con la camisa por dentro y completo.
- El encargado debe estar en constante capacitaciones.
- Deberá realizar el mantenimiento y limpieza del centro cultura, según lo dispuesto en el manual de funciones establecido
- Deberá llevar inventarios actualizados de las artesanías que se comercializarán en el centro
- Deberá siempre mantener una buena actitud con los visitantes
- Al finalizar cada visita, deberá entregar informes según lo dispuesto en el manual de funciones
- Durante la operación turística, debe usar vestimenta tradicional Shuar para recibir a los visitantes
- Por ningún concepto deberá pedir o insinuar el pago de una propina a los visitantes
- Debe estar a disposición durante toda la permanencia de los turistas en la comunidad
- No podrá vender artesanías fuera de las instalaciones del centro cultural

ATENCIÓN AL CLIENTE

- Atender con un buen carisma al cliente, con un trato adecuado donde pueda transmitir confianza al cliente.
- Ofrecer un trato justo y esmerado a todos los clientes, en solicitudes y reclamos.
- Ser correcto y educado, teniendo atenciones para con el cliente; respondiendo con amabilidad, tomar algún abrigo y guardarles.
- Aconsejar al cliente cuando solicite ayuda.
- Ser eficaz y atender al cliente como debe de ser.
- En caso de que suceda algún problema médico con algún cliente en el centro acudir de inmediato a un médico o servicio de emergencia para la inmediata atención al personal.
- Tener suficiente tacto y psicología para saber tratar al cliente.
- Ser muy discreto y concentrarse en su trabajo sin estar escuchando conversaciones de los turistas.
- Tener buena memoria y capacidad para poder interactuar con el cliente para asociar el físico con el nombre, ser más dinámico a la hora del recorrido.
- Utilizar el lenguaje correcto.

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2017

i. Reglamento de los guías

Tabla 91: Reglamento de los guías

REGLAMENTO PARA GUÍAS
ÁREA DEL CENTRO DE INTERPRETACIÓN CULTURAL ARÚTAM
<ul style="list-style-type: none"> • El guía encargado de la operación en el C.T.C Arútam, es el encargado del recorrido dentro del centro cultural. • Deberá conocer y cumplir con los reglamentos de la comunidad y el reglamento de regulación de la actividad turística en el centro Arútam. • Siempre deberá tener una buena actitud al momento de desarrollar su trabajo. • Es el único responsable del grupo durante el recorrido por el centro cultural. • No podrá vender artesanías fuera de las instalaciones del centro cultural. • Deberá tener amplios conocimientos en los temas culturales y de las áreas en las cuales se encuentra dividido el centro cultural.

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2017

j. De los expositores

Tabla 92: Reglamento de los expositores

REGLAMENTO PARA LOS EXPOSITORES
ÁREA DEL CENTRO DE INTERPRETACIÓN CULTURAL ARÚTAM
<ul style="list-style-type: none"> • Los expositores deberán capacitarse y realizar las actividades de acuerdo con la planificación realizada en cada uno de sus proyectos. • Cada grupo deberá estar disponible siempre que se requiera su participación en el centro cultural • Es responsabilidad de cada coordinador el mantener en actividad a cada grupo, con la finalidad de brindar productos y servicios de calidad a los visitantes. • Al culminar la operación turística por parte del C.T.C, y luego de que el encargado del centro cultural haya presentado su informe, cada grupo deberá presentar una factura a nombre de la comunidad para la cancelación de los servicios prestados. • Ningún miembro de los grupos de expositores podrá comercializar artesanías fuera del centro cultural

k. De los visitantes

Tabla 93: Reglamento para visitantes

REGLAMENTO PARA TURISTAS
ÁREA DEL CENTRO DE INTERPRETACIÓN CULTURAL ARÚTAM
<ul style="list-style-type: none"> • Actuar de una forma grosera o agresiva contra los empleados y aun contra sus propios compañeros • Evitar emitir gritos, alterarse en frente del personal y los visitantes. • Dañar o deteriorar, total o parcialmente las instalaciones del centro. • Consumir dentro del centro, bebidas alcohólicas, sustancias prohibidas por la legislación nacional. • Ingresar al centro con armas de fuego, objetos cortos punzantes o explosivos. • Promover, ejecutar a actos discriminatorios contra los clientes y empleados. • Por cuestiones de limpieza y de respeto a los demás no se podrá ingresar con animales de ningún tipo. • Cuando los clientes hagan escandalo dentro del centro, el encargado tendrá el derecho de sacarlo afuera y el visitante debe acatar con respeto a las normas del centro. • No está permitido fumar en el interior del establecimiento.
RECORRIDO POR EL CENTRO DE INTERPRETACIÓN CULTURAL ARÚTAM
<ul style="list-style-type: none"> • Evite generar ruidos molestos y correr junto a las áreas de interpretación. • Explique a los niños el objetivo de estas normas. • Controlar a sus niños a no tocar ningún material de exposición. • Los registros fotográficos solo pueden hacerse con autorización previa.

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2017

f. Requerimientos para el área administrativa

1) Activos fijos

Tabla 94: Activos fijos para el área administrativa

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
EQUIPOS DE OFICINA			
Teléfono	1	60,00	60,00
Calculadora	1	30,00	30,00
SUBTOTAL			90,00
EQUIPO DE COMPUTO			
Computadora	1	800,00	800,00
Impresora	1	100,00	100,00
SUBTOTAL			900,00

MUEBLES Y ENSERES			
Silla giratoria	1	50,00	50,00
Escritorio	1	200,00	200,00
Archivador	1	150,00	150,00
Decoración	1	200,00	200,00
Sillas	5	25,00	125,00
SUBTOTAL			725
SUMINISTRO DE OFICINA			
Papel bond	2 resmas	4,50	9,00
Folders	5 u	3,00	15,00
Esferos	1 cajas	6,00	6,00
Lápices	1 cajas	5,00	5,00
Grapadora	2 cajas	5,00	10,00
Perforadora	2 u	8,00	16,00
Clips	2 cajas	3,00	6,00
Grapas	2 cajas	3,00	6,00
Block de notas	5 u	2,00	10,00
Cinta adhesiva	2 u	1,50	3,00
SUBTOTAL			86,00
TOTAL			1801,00

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2017

g. Costo de operación

1) Talento humano y remuneración al personal

Tabla 95: Talento humano y remuneración al personal

Personal disponible	Número de personas	Sueldo	BENEFICIOS DE LEY					Remuneración anual
			Vacaciones	IESS APORTE PATRONAL	Décimo cuarto	Décimo tercero	Pago mensual	
Administrador	1	\$ 700,00	\$ 29,17	\$ 66,15	\$ 29,50	\$ 58,33	\$ 883,15	\$ 10.597,80
secretaria /repcionista	1	\$ 375,00	\$ 15,63	\$ 35,44	\$ 29,50	\$ 31,25	\$ 486,81	\$ 5.841,75
Empleado polivalente	1	\$ 375,00	\$ 15,63	\$ 35,44	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 488,56	\$ 5.862,75
Total								\$22.302,30

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2017

2) Capacitación

La capacitación estará dirigida para todo el personal operativo turístico que posee la comunidad

Tabla 96: Presupuesto de Capacitación

PRESUPUESTO DE CAPACITACIÓN			
Unidades programáticas	N.º Horas	Costo hora	Costo total
Relaciones humanas	10	16,00	160,00
Experiencia al cliente	10	16,00	160,00
Técnicas de guiar	24	16,00	384,00
Interpretación cultural	12	16,00	192,00
Primeros auxilios	20	16,00	320,00
Seguridad alimentaria	12	16,00	192,00
Limpieza y mantenimiento	4	16,00	64,00
Idiomas	10	16,00	160,00
Materiales e instrumentos			600,00
Total	102		\$ 2232,00

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2017

3. Estudio legal

Los habitantes de la comunidad Taruka, de la parroquia El Dorado de Cascales han resuelto conformar la asociación Turística “Centro de Interpretación Cultural Arútam” misma que se halla bajo el proceso de constitución del EPS (Economía Popular y Solidaria).

a. Tipo de empresa

El Centro de Interpretación se constituirá como una asociación comunitaria ya que en la EPS(2012) manifiesta que las organizaciones económicas constituidas por artesanos o prestadores de servicios de idéntica o complementaria naturaleza, que fusionan sus escasos recursos y factores individualmente insuficientes, con el fin de producir o comercializar en común y distribuir entre sus asociados los beneficios obtenidos, tales como, microempresas

asociativas, asociaciones de producción de bienes o de servicios, entre otras, que constituyen el Sector Asociativo

b. Base legal

1) Constitución Política de la República: Art. 56, 84, 85, 245, 246

Las comunidades de las nacionalidades y pueblos tienen el derecho pleno de ejercer y hacer respetar sus derechos colectivos a la cultura, a la economía, a los recursos naturales, al territorio, entre otros; la economía en el país se desenvuelve con la concurrencia del sector público, privado, mixto y comunitario; y, pueden constituir sus propios emprendimientos económicos de forma asociativa o comunitaria. En este mismo sentido se estatuye en el convenio 169-OIT, Sobre Pueblos Indígenas y Tribunales, siendo el Ecuador también su signatario.

Art. 84. La Asamblea Nacional y todo órgano con potestad normativa tendrá la obligación de adecuar, formal y materialmente, las leyes y demás normas jurídicas a los derechos previstos en la Constitución y los tratados internacionales, y los que sean necesarios para garantizar la dignidad del ser humano o de las comunidades, pueblos y nacionalidades. En ningún caso, la reforma de la Constitución, las leyes, otras normas jurídicas ni los actos del poder público atentarán contra los derechos que reconoce la Constitución.

a) Capítulo segundo Políticas públicas, servicios públicos y participación ciudadana

Art. 85.- La formulación, ejecución, evaluación y control de las políticas públicas y servicios públicos que garanticen los derechos reconocidos por la Constitución, se regularán de acuerdo con las siguientes disposiciones:

- Las políticas públicas y la prestación de bienes y servicios públicos se orientarán a hacer efectivos el buen vivir y todos los derechos, y se formularán a partir del principio de solidaridad.
- El Estado garantizará la distribución equitativa y solidaria del presupuesto para la ejecución de las políticas públicas y la prestación de bienes y servicios públicos. En la formulación, ejecución, evaluación y control de las políticas públicas y servicios públicos se garantizará la participación de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades.

Art. 245. La iniciativa para la conformación de una región autónoma corresponderá a los gobiernos provinciales, los que elaborarán un proyecto de ley de regionalización que propondrá la conformación territorial de la nueva región, así como un proyecto de estatuto de autonomía regional.

Art. 246. - El estatuto aprobado será la norma institucional básica de la región y establecerá su denominación, símbolos, principios, instituciones del gobierno regional y su sede, así como la identificación de los bienes, rentas, recursos propios y la enumeración de las competencias que inicialmente asumirá. Las reformas al estatuto se realizarán con sujeción al proceso en él establecido y requerirán de dictamen favorable de la Corte Constitucional.

b) Sección séptima, capítulo cuarto, de los derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades

Art. 57.- Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos:

- Mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social.
- Participar en el uso, usufructo, administración y conservación de los recursos naturales renovables que se hallen en sus tierras.
- Conservar y promover sus prácticas de manejo de la biodiversidad y de su entorno natural. El Estado establecerá y ejecutará programas, con la participación de la comunidad, para asegurar la conservación y utilización sustentable de la biodiversidad.
- Conservar y desarrollar sus propias formas de convivencia y organización social, y de generación y ejercicio de la autoridad, en sus territorios legalmente reconocidos y tierras comunitarias de posesión ancestral.
- Mantener, proteger y desarrollar los conocimientos colectivos; sus ciencias, tecnologías y saberes ancestrales; los recursos genéticos que contienen la diversidad biológica y la agrobiodiversidad; sus medicinas y prácticas de medicina tradicional, con inclusión del derecho a recuperar, promover y proteger los lugares rituales y sagrados, así como plantas, animales, minerales y ecosistemas dentro de sus territorios; y el conocimiento de los recursos y propiedades de la fauna y la flora.
- Construir y mantener organizaciones que los representen, en el marco del respeto al pluralismo y a la diversidad cultural, política y organizativa. El Estado reconocerá y promoverá todas sus formas de expresión y organización.

Promoviendo el cuidado y protección de la naturaleza la Constitución 2008 en el capítulo séptimo de los derechos de la naturaleza dice:

Art. 71.- La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales,

estructura, funciones y procesos evolutivos. Toda persona, comunidad, pueblo o nacionalidad podrá exigir a la autoridad pública el cumplimiento de los derechos de la naturaleza.

Art. 74.- Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir

2) Ley de Turismo: Arts. 3, 4, 8, 9,10

Se establece el derecho de las comunidades, y sus organizaciones que las representan, a ejercer actividades turísticas, en igualdad de condiciones con los otros actores turísticos; a registrar su actividad en el Ministerio de Turismo y a obtener la licencia de funcionamiento; como gremio, formar parte del Consejo Consultivo de Turismo con voz y voto, y poseen el derecho de ser parte del Consejo de Promoción del Turismo del Ecuador.

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

Literal d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país.

Literal e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

Literal a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;

Literal b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

Literal a) Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;

Literal b) Dar publicidad a su categoría;

Literal c) Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;

Literal d) Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,

Literal e) No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

4) Reglamento de Registro de Centros Turísticos Comunitarios:

Se establece las siguientes disposiciones:

- 1) El derecho de las comunidades a ejercer cualquier actividad turística, a excepción de los Casinos y salas de juego;
- 2) Determina los requisitos para obtener el Registro de Turismo y la Licencia Única Anual de Funcionamiento.
- 3) Establece el procedimiento interno del Ministerio de Turismo para registrar a un Centro de Turismo Comunitario.
- 4) Dispone que las comunidades deben promover en su oferta turística, los recursos naturales, la preservación de la identidad cultural y la seguridad de las comunidades.
- 5) Declara la autoridad del Ministerio de Turismo en caso de abuso de los representantes de los Centros Turísticos Comunitarios hacia los turistas.

Art. 2.- Los centros de turismo comunitario podrán realizar una o más de las siguientes actividades:

- Alojamiento.
- Alimentos y bebidas.
- Transportación turística.
- Operación.

- Organización de eventos.
- Congresos.
- Convenciones.

Las actividades señaladas en el presente artículo se desarrollarán exclusivamente dentro de los límites de la jurisdicción territorial de la comunidad. La Gestión de la comunidad calificada como CTC se normará dentro de la organización comunitaria y promoverá un desarrollo local justo, equitativo, responsable y sostenible; basado en la revalorización de su identidad, costumbres, tradiciones; a través de un intercambio de experiencias con visitantes, con la finalidad de ofertar servicios de calidad y mejorar las condiciones de vida de las comunidades.

Art. 3.- Ámbito de aplicación. - El presente reglamento rige para todas las comunidades que ejerzan o estén interesadas en ejercer actividades turísticas, previstas en el presente reglamento.

Art. 4.- Personalidad jurídica. - Los Centros de Turismo Comunitarios, CTC deberán estar constituidos como personas jurídicas, debidamente reconocidas por la autoridad pública competente.

Art. 5.- De la Gestión. - La gestión de la actividad turística corresponde a la comunidad, y como tal se procederá a su Registro en el Ministerio de Turismo, previo al inicio de su funcionamiento. Sin embargo, de existir en el territorio comunitario establecimientos turísticos de propiedad privada o familiar que no se involucren en la actividad turística comunitaria, estos deberán respetar y someterse a las normas comunitarias en cuanto al uso y gestión de los atractivos turísticos, y se registrarán en el Ministerio de Turismo en forma privada.

Art. 8.- Requisitos para el Registro de Turismo. - El registro de turismo como Centro de Turismo Comunitario se lo hará en la matriz o en las unidades desconcentradas en el ámbito nacional del Ministerio de Turismo.

Art. 9.- Procedimiento del Registro. - Recibida la solicitud, la oficina correspondiente del Ministerio de Turismo, dispondrá fecha y hora para una inspección a la comunidad a efectos de verificar los datos consignados en la petición. En la referida inspección se procederá a llenar la Hoja de Planta Turística. Con tal información y verificando que se haya cumplido con los requisitos necesarios, se procederá a ingresar los datos de la comunidad al sistema de información del Ministerio de Turismo, creando para el efecto un número de registro y número de folio en el que se ingresa y se apertura el expediente; el mismo que se acompañará de un informe técnico del Ministerio de Turismo, en el que se indicará que el Centro de Turismo Comunitario cumple con los estándares mínimos de calidad que estarán dispuestos en el instructivo.

Una vez concluido este trámite, se procederá a emitir el certificado de registro.

El certificado de registro se otorgará previo al pago del uno por mil de los activos fijos de uso turístico y la cancelación del valor por concepto de registro.

En el caso de las agencias de viajes operadoras, deberán cumplir con los requisitos previstos en el reglamento vigente para las operadoras.

Art. 10.- Licencia anual de funcionamiento. - La licencia anual de funcionamiento será conferida por la Municipalidad de la jurisdicción donde se encuentre el Centro Turístico Comunitario, de haberse descentralizado las competencias del Ministerio de Turismo al Municipio de la jurisdicción; caso contrario, se la expedirá en la dependencia del Ministerio de Turismo competente, adjuntado la constancia de pago de la licencia y el certificado de registro.

Art. 13.- El Ministerio de Turismo promoverá la capacitación técnica y profesional, de quienes ejercen legalmente la actividad turística, de acuerdo con el Art. 4 literal e) de la Ley de Turismo.

5) Ley de Economía Social y Solidaria

Art.- 1.- Se entiende por economía popular y solidaria, al conjunto de formas y prácticas económicas, individuales o colectivas, auto gestionadas por sus propietarios que, en el caso de las colectivas, tienen, simultáneamente, la calidad de trabajadores, proveedores, consumidores o usuarios de las mismas, privilegiando al ser humano, como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre el lucro y la acumulación de capital.

Art.- 2.- Son formas de organización de la economía popular y solidaria y, por tanto, se sujetan a la presente ley, las siguientes:

Art.- 3.- Las formas de organización de la economía popular y solidaria, se caracterizan por:

- a) La búsqueda de la satisfacción en común de las necesidades de sus integrantes, especialmente, las básicas de autoempleo y subsistencia;
- b) Su compromiso con la comunidad, el desarrollo territorial y la naturaleza;
- c) La no discriminación, ni concesión de privilegios a ninguno de sus miembros;
- d) La autogestión democrática y participativa, el autocontrol y la auto responsabilidad;
- e) La prevalencia del trabajo sobre el capital; de los intereses colectivos sobre los individuales; y, de las relaciones de reciprocidad y cooperación, sobre el egoísmo y la competencia.

Art.- 4.- Las formas de organización de la economía popular y solidaria, en sus relaciones sociales y actividad económica, se regirán por los valores de justicia, honestidad, transparencia

y responsabilidad social y fundarán sus acciones en los principios de la ayuda mutua, el esfuerzo propio, la gestión democrática, el comercio justo y el consumo ético.

Art.- 6.- El Estado respeta la pluralidad de formas de organización de la economía popular y solidaria y garantiza su autonomía, independencia, libre desarrollo y ejercicio de cualquier actividad económica lícita, en el marco de la normativa que las regula.

6) Reglamento de la Ley de Economía y Solidaria

Art. 2.- Asamblea Constitutiva.- Para constituir una de las organizaciones sujetas a la ley, se realizará una asamblea constitutiva con las personas interesadas, quienes, en forma expresa, manifestarán su deseo de conformar la organización y elegirán un Directorio provisional integrado por un Presidente, un Secretario y un Tesorero, que se encargarán de gestionar la aprobación del estatuto social y la obtención de personalidad jurídica ante la Superintendencia.

Art. 3.- Acta Constitutiva.- El acta de la asamblea constitutiva a que se refiere el artículo anterior, contendrá lo siguiente:

1. Lugar y fecha de constitución;
2. Expresión libre y voluntaria de constituir la organización;
3. Denominación, domicilio y duración;279
4. Objeto social;
5. Monto del fondo o capital social inicial;
6. Nombres, apellidos, nacionalidad, número de cédula de identidad de los fundadores;
7. Nómina de la Directiva provisional; y,
8. Firma de los integrantes fundadores o sus apoderados.

Art. 4.- Reserva de denominación.- Las asociaciones EPS y cooperativas en formación, reservarán en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria en coordinación con la Superintendencia de Compañías, el uso de una denominación por el plazo de noventa días dentro de los cuales presentarán la documentación para el otorgamiento de la personalidad jurídica

Art. 5.- Requisitos organizaciones comunitarias.- Las organizaciones comunitarias para la obtención de personalidad jurídica presentarán ante la Superintendencia una solicitud, junto con el acta constitutiva, suscrita al menos por diez miembros fundadores y copia de la cédula

de identidad del representante provisional y el certificado de depósito del aporte del fondo social inicial por el monto fijado por el Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social.

Art. 6.- Requisitos asociaciones EPS.- Las asociaciones EPS, por su parte presentarán los siguientes documentos:

1. Solicitud de constitución;
2. Reserva de denominación;
3. Acta constitutiva, suscrita por un mínimo de diez asociados fundadores;
4. Lista de fundadores, incluyendo, nombres, apellidos, ocupación, número de cédula, aporte inicial y firma;
5. Estatuto social, en dos ejemplares; y,
6. Certificado de depósito del aporte del capital social inicial, por el monto fijado por el Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social, efectuado, preferentemente, en una cooperativa de ahorro y crédito.

Art. 11.- Personalidad jurídica.- La personalidad jurídica otorgada a las organizaciones amparadas por la ley, les confiere la capacidad legal para adquirir derechos, contraer obligaciones y acceder a los beneficios que la ley les concede, en el ejercicio de las actividades de su objeto social.

Art. 12.- Autorización de funcionamiento.- La Superintendencia, simultáneamente con el registro de directivos y representante legal, emitirá la autorización de funcionamiento que será exhibida en la oficina principal de la organización. En la misma forma se procederá con la autorización de funcionamiento de oficinas operativas.

Art. 19.- Órgano directivo.- El órgano directivo de las asociaciones EPS, será electo por el órgano de gobierno y estará integrado por un mínimo de tres y máximo de cinco asociados, quienes se reunirán, ordinariamente, cuando menos, una vez cada trimestre y, extraordinariamente, cuantas veces sea necesario, previa convocatoria efectuada por el Presidente, señalando el orden del día a tratarse.

Art. 21.- Control interno.- El control interno de las asociaciones EPS, además del efectuado por su propio órgano de control, será ejercido por la Auditoría Interna cuando sea procedente de acuerdo a lo previsto en el presente reglamento y conforme lo determinado, para el efecto, en las cooperativas.

Art. 22.- Administrador.- El Administrador, bajo cualquier denominación, será elegido por el órgano de gobierno y será el representante legal de la asociación EPS.

Art. 24.- Ingreso y registro de socios.- El Consejo de Administración de la cooperativa o del organismo de integración, aceptará o rechazará, en un plazo de treinta días, las solicitudes de ingresos de nuevos socios. El Gerente, dentro de los siguientes quince días, solicitará a la Superintendencia el registro de los nuevos socios, adjuntando una certificación del secretario de la cooperativa, que acredite el cumplimiento de los requisitos reglamentarios y estatutarios.

Art. 25.- Pérdida de la calidad de socio.- La solicitud de retiro voluntario surtirá efecto, transcurridos treinta días de su presentación, en caso de falta de aceptación por parte del Consejo de Administración.

Art. 31.- Votaciones.- La elección y remoción de directivos o Gerente y la exclusión de socios, se efectuará en votación secreta.

Art. 32.- Mayorías.- Las resoluciones de la asamblea general y de los consejos, se tomarán con el voto favorable de más de la mitad de los asistentes, salvo los casos previstos en la ley, el presente reglamento y el estatuto social de las cooperativas.

c. Análisis de la fundamentación legal

Tabla 97: Análisis de la fundamentación legal

Ley	Artículo	Análisis
Constitución Política de la República del Ecuador	Arts. 56, 84, 85, 245, 246	- De acuerdo a los artículos mencionados se establecen lineamientos en donde se especifica el derecho de toda persona natural a realizar actividades que generen beneficios económicos. - Es posible constituir una empresa ya sea individual o colectiva considerando con relevancia la utilización adecuada de los recursos
Ley de Turismo	Art. 3, 4, 8, 9, 10	- El proyecto turístico debe basarse esencialmente en los lineamientos estipulados por la Ley de Turismo, en la cual propone conceptos claros sobre las actividades turísticas y especifica de los requisitos para el registro, calificación, promoción de los actores turísticos.
Reglamento de Registro de Centros Turísticos Comunitarios	Art. 2, 3, 4, 5, 8, 9, 10, 13	- Esta herramienta jurídica sirve de apoyo al proyecto turístico donde se toma en cuenta a las comunidades que puedan ejercer actividades turísticas, mencionando los requisitos, procedimiento para llegar a ser un Centro de turismo Comunitario
Ley de Economía Popular y Solidaria	Art. 1, 2, 3, 4, 6	- Esta ley orienta al proyecto turístico a potenciar las prácticas de la economía popular y solidaria que se desarrolla en las comunidades y en sus unidades económicas productivas para alcanzar el Buen vivir.

Reglamento de la Ley de Economía y Solidaria	Art. 2, 3, 4, 5, 6, 11, 1, 19, 22, 24, 25	- Los artículos antes mencionados hacen referencia a las personas que están interesadas de conformar una organización, asociación, conocer sus requisitos, su denominación para el otorgamiento de la personalidad jurídica y adquirir derechos, contraer obligaciones y poder acceder a los beneficios de la ley EPS.
----------------------------------------------	-------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2017

En base al análisis realizada en la parte legal, se ha determinado que el centro turístico estará organizado por las leyes antes mencionadas para la formación de la asociación como tal y posteriormente para el desarrollo de la actividad turística, se basara en la Ley de Turismo, con el único objetivo que quede definido de manera legal y no exista ningún problema al momento de realizar la actividad.

d. Requisitos legales para la constitución

1) Registro Único de Contribuyentes (RUC)

a) Para sociedades:

- Formulario 01A y 01B
- Escrituras de constitución Nombramiento del Representante legal o agente de retención.
- Presentar el original y entregar una copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención.
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo

b) Patente Municipal

Formulario de solicitud de patentes. \$20

- Copia de cédula y papeleta de votación.
- Copia de acta de constitución cuando la el sujeto pasivo tenga personería jurídica.
- Cumplir con los deberes formales establecidos en el Código Tributario; y,
- Facilitar a los funcionarios respectivos las inspecciones o verificaciones tendientes al control del impuesto de patente anual municipal.

c) Permiso Sanitario

Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.

- Registro único de contribuyentes (RUC)
- Cédula de identidad, identidad y ciudadanía, carné de refugiado, o documento equivalente a éstos, del propietario o representante legal del establecimiento.
- Documentos que acrediten la personería Jurídica del establecimiento, cuando corresponda.
- Categorización emitida por el Ministerio de Industrias y Productividad, cuando corresponda.
- Comprobante de pago por derecho de Permiso de Funcionamiento; y,
- Otros requisitos específicos dependiendo del tipo de establecimiento, de conformidad con los reglamentos correspondientes.

d) Registro de actividad Turística Comunitaria

Solicitud de registro dirigida al Ministerio de Turismo en el que se indicará el o los servicios turísticos a prestar;

- Documento que demuestre la personalidad jurídica de la comunidad;
- Nombramiento que acredite la representación del peticionante;
- Acta de asamblea general de la comunidad en la que conste que ha decidido registrarse en el Ministerio de Turismo, con la firma de los miembros presentes;
- Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo por un mínimo de 40 horas. Adicionalmente es necesario que el CTC entregue al Ministerio de Turismo un documento de estructura orgánica del Centro de Turismo Comunitario;
- Pago del valor de registro estipulado por el Ministerio de Turismo;
- Copia certificada del registro único de contribuyentes, de la persona jurídica solicitante, en la que conste, como uno de sus objetivos la prestación de servicios turísticos; y,
- Informe técnico que justifique la calidad comunitaria de la iniciativa que solicita el registro, expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana.

e) Licencia Anual de Funcionamiento

Solicitud en especie valorada dirigida al Señor Alcalde;

- Copia del certificado del registro conferido por el Ministerio de Turismo;

- Copia de la patente municipal actualizada;
- Copia del Registro Único del Contribuyente (RUC);
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación actualizado;
- Lista de precios del establecimiento turístico (firmada por el propietario o representante del establecimiento);
- Formulario actualizado de la planta turística. (Hoja de Planta: descripción de habitaciones, servicios y restaurante);
- Certificados de no adeudar al GAD Municipal de Cascales.
- Copia del permiso de funcionamiento conferido por el Ministerio de Salud Pública;
- Copia del permiso de funcionamiento conferido por el Benemérito Cuerpo de Bomberos;
- Los demás que las normas legales vigentes respectivas así lo determinen o que la Unidad de Turismo del GAD Municipal juzgue necesarios

e. Costos de los trámites pertinentes

1) Obligaciones por única vez

Tabla 98: Activos fijos para el área de administrativa

GASTOS	DETALLE	VALOR
De constitución	Estatuto de constitución	\$ 250, 00
	Elevación escritura de registro	\$ 500, 00
	Registro de Nombramiento legal	\$ 150, 00
	Apertura de la cuenta Ban Ecuador	\$ 800, 00
	Instituto ecuatoriano de propiedad intelectual	\$ 100, 00
	Otras Institucionales (Permisos)	\$ 200, 00
De permisos, patentes y licencias	Registro Mintur	\$ 74, 00
	Permiso sanitario	\$ 100, 00
	Licencia anual de funcionamiento (LUAF)	\$ 100, 00
	Otras instituciones	\$ 80, 00
	TOTAL	\$ 2.354.00

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2017

H. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

1. Análisis Económico

Para poder realizar el estudio económico se tomó en cuenta los costos que provocaría la implementación del producto turístico, a estos costos se le añadieron los rubros por concepto de operación del centro cultural.

a. Clasificación de las Inversiones

2) Inversión de activos fijos

Tabla 99: Inversiones en Activos Fijos

INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS	VALOR
Equipo de computo	900,00
Equipos	90,00
Muebles y enseres	11616,00
Infraestructura	12081,49
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	\$ 24.687,49

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2017

3) Inversión de activos diferidos

Tabla 100: Inversiones en Activos Diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	VALOR
DETALLE	VALOR
Gasto de organización y constitución	2354,00
Gasto por estudios de factibilidad	900,00
Gasto de capacitación	2232,00
Gasto de promoción	6035,02
Gasto plan de manejo ambiental	2210,00
TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 2789,00

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2017

4) Inversión de capital de trabajo

Tabla 101: Inversiones de Capital de Trabajo

CAPITAL TRABAJO	
DETALLE	VALOR
Materiales e insumos	313,33
Requerimientos paquetes	109250,00
Servicios básicos	196,11
Contingencias	166,67
Sueldo y salario	3717,05
Útiles de oficina	320,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 113643,168

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2017

5) Total de inversión

Tabla 102: Total de inversión

TOTAL INVERSIÓN	
DETALLE	VALOR
Activos fijos	24687,49
Activos diferidos	2789,00
Capital de trabajo	113643,16
TOTAL DE INVERSIONES	\$ 141119,65

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2017

6) Financiamiento del Proyecto

Tabla 103: Financiamiento

FINANCIAMIENTO		
DETALLE		VALOR
APORTE DE CADA SOCIO 28 SOCIOS	5039,99	141119,65
TOTAL FINANCIAMIENTO		
TOTAL APORTE SOCIOS		141119,65

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2017

7) Depreciación de activos fijos

Tabla 104: Depreciación de activos fijos

Detalle	Valor del bien	Depreciación Anual	Valor salvamento	% Depreciación	Año de depreciación	Años
Equipo de computo	900,00	43	600,03	33,33%	3	7
Muebles y enseres	11616,00	166	10454,40	10,00%	10	7
Equipos	90,00	1	81,00	10,00%	10	7

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2017

Tabla 105: Depreciación de activos fijos- infraestructura

Detalle	Valor Actual	Valor Residual	Depreciación
Infraestructura	12081,49	11.477	86,30

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2017

8) Amortización de activos diferidos

Tabla 106: Amortización de activos diferidos

Amortización activos diferidos	Valor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Detalle	Valor	1961,57	1961,57	1961,57	1961,57	1961,57
Gasto de organización y constitución	2354,00					
Gasto por estudios de factibilidad	900,00					
Gasto de capacitación	2232,00					
Gastos de promoción	6035,02					
Gasto plan de manejo ambiental	2010,00					
Total de activos diferidos	13731,02					

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2017

9) Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto

Tabla 107: Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto

ESTRUCTURA DE COSTOS PARA LA VIDA ÚTIL DEL PROYECTO							
Rubro	Años						
	1	2	3	4	5	6	7
1. Costos de producción							
Materiales e insumos	158,67	166,60	183,68	212,63	258,45	329,86	442,04
Requerimientos paquetes	109.250,00	114.712,50	120.448,13	126.470,53	132.794,06	139.433,76	146.405,45
Servicios básicos	196,11	205,91	227,02	262,80	319,44	407,69	546,35
Contingencias	166,67	175,00	192,94	223,35	271,48	346,49	464,33
Sueldo y salario	3.717,05	3.902,90	4.302,95	4.981,20	6.054,68	7.727,48	10.355,56
Depre. Muebles y enseres	165,94	165,94	165,94	165,94	165,94	165,94	165,94
Depre. Equipos	1,29	1,29	1,29	1,29	1,29	1,29	1,29
Subtotal	113810,39	119492,54	125700,98	132525,01	140117,28	148734,05	158811,85
2. Costos de administración							
Mano de obra indirecta	10.597,80	11.127,69	12.268,28	14.202,07	17.262,70	22.032,07	29.525,07
Servicios básicos	196,11	205,91	227,02	262,80	319,44	407,69	546,35
Útiles de oficina	320,00	336,00	370,44	428,83	521,25	665,26	891,51

Depre. de equipo de computo	42,85	42,85	42,85	42,85	42,85	42,85	42,85
Depreciación infraestructura	86,30	86,30	86,30	86,30	86,30	86,30	86,30
Subtotal	11243,06	11798,75	12994,89	15022,85	18232,53	23234,16	31092,08
3. Costo de venta							
Útiles de oficina	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Gasto promoción	6.035,02	6.035,02	6.035,02	6.035,02	6.035,02	6.035,02	6.035,02
Subtotal	6235,02						
TOTAL	131288,46	137526,31	144930,89	153782,88	164584,83	178203,23	196138,94

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2017

10) Estructura de Ingresos

Tabla 108: Estructura de ingresos

Denominación	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Paquetes	156848,31	262165,45	203838,12	232366,44	264892,65	442816,42

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2017

11) Estado de resultado

Tabla 109: Estado de resultados

Rubros	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Ventas netas	156848,31	262165,45	203838,12	232366,44	264892,65
- Costos de producción	113.810,39	119.492,54	125.700,98	132.525,01	140.117,28
= Utilidad Bruta	43.037,92	142.672,91	78.137,14	99.841,43	124.775,38
-Costos de administración	11.243,06	11.798,75	12.994,89	15.022,85	18.232,53
-Costos de ventas	6235,02	6235,02	6235,02	6235,02	6235,02
= Utilidad operativa	25.559,85	124.639,14	58.907,23	78.583,57	100.307,82
= Utilidad neta antes de rep de utilidades	25.559,85	124.639,14	58.907,23	78.583,57	100.307,82
-Reparto de utilidades 15%	3833,98	18695,87	8836,08	11787,53	15046,17
= Utilidad neta antes de impuestos	21.725,87	105.943,27	50.071,15	66.796,03	85.261,65
Impuestos 25%	5431,47	26485,82	12517,79	16699,01	21315,41
= Utilidad neta	16.294,40	79.457,45	37.553,36	50.097,02	63.946,24

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2017

12) Balance General

Tabla 110: Balance General

BALANCE GENERAL						
Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo corriente (capital de trabajo)	113963,16	121167,19	186501,90	146769,46	161484,78	177505,65
Activo fijo	24687	24687	24687	24687	24687	24687
Depreciación acumulada (-)		210,08	420,16	630,24	840,33	1050,41
Ac. diferido (valor anual de amortización)	13731,02	11.769,45	9807,87	7846,30	5884,72	3923,15
TOTAL DE ACTIVOS	152381,67	157414,05	220577,10	178673,01	191216,67	205065,88
Patrimonio	141119,65	141119,65	141119,65	141119,65	141119,65	141119,65
UTILID.EJERCICIO (Utilidad neta)		16.294,40	79.457,45	37.553,36	50.097,02	63.946,24
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	141119,65	157414,05	220577,10	178673,01	191216,67	205065,88

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2017

13) Flujo de caja del proyecto

Tabla 111: Flujo de caja

Rubros	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Ventas +		156848,31	262165,45	203838,12	232366,44	264892,65	442816,42
Valor de salvamento +						11222	11222
Costo de producción -		113810,39	119492,54	125700,98	132525,01	140117,28	148734,05
Costos de administración -		11243,06	11798,75	12994,89	15022,85	18232,53	23234,16
Costos ventas -		6235,02	6.235,02	6.235,02	6.235,02	6.235,02	6.235,02
Amortización. activos diferidos -		1961,57	1.961,57	1.961,57	1.961,57	1.961,57	1.961,57
Utilidades antes de repartición utilidades		23598,27	122677,56	56945,66	76621,99	109568,25	273873,34
Reparto de utilidades -15%		3539,74	18401,63	8541,85	11493,30	16435,24	41081,00
Utilidades antes de impu.		20058,53	104275,93	48403,81	65128,69	93113,01	232792,34
Impuesto – 25%		5014,63	26068,98	12100,95	16282,17	23283,25	58198,08
Utilidad neta		15043,90	78206,95	36302,86	48846,52	69849,76	174594,25
Depreciaciones +		210,08	210,08	210,08	210,08	210,08	210,08
Amortización activos nominales +		1.961,57	1.961,57	1.961,57	1.961,57	1.961,57	1.961,57
Inversión equipo	990,00						
Inversión mueble, enseres, menaje	23697,49						
Inversión activo nominal -	13731,02						
Inversión capital trabajo -	113963,16						
Recuperación capital trabajo +						113963,16	
FLUJO DE CAJA	152381,67	17215,55	80378,60	38474,51	51018,18	185984,57	176765,91

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2017

Depreciacion infraestructura		86,3		86,3		86,3		86,3		86,3		86,3
TOTAL		11.243,06		11.798,75		12.994,89		15.022,85		18.232,53		23.234,16
	113.495,77	17.792,69	119.162,26	18.164,06	125.336,97	19.393,91	132.103,83	21.679,05	139.605,60	24.979,22	148.081,36	30.121,87

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2017

15) Cálculo del punto de equilibrio

Tabla 113: Cálculo del punto de equilibrio

RUBROS	AÑOS 2014		AÑOS 2015		AÑOS 2016		AÑOS 2017		AÑOS 2018		AÑOS 2019	
	Cv	Cf	Cv	Cf	Cv	Cf	Cv	Cf	Cv	Cf	Cv	Cf
Costos de producción	113495,77	314,62	119162,26	330,29	125336,97	364,01	132103,83	421,18	139605,6	511,67	148081,36	652,68
Gasto de Venta		6235,02		6035,02		6035,02		6235,02		6235,02		6235,02
Gastos Administrativos		11243,06		11798,75		12994,89		15022,85		18232,53		23234,16
Gastos Financieros		0		0		0		0		0		0
TOTAL COSTOS VARIABLES	113495,77		119162,26		125336,97		132103,83		139605,6		148081,36	
TOTAL COSTOS FIJOS		17792,69		18164,06		19393,91		21679,05		24979,22		30121,87
COSTO TOTAL	113495,77	17792,69	119162,26	18164,06	125336,97	19393,91	132103,8	21679,05	139605,6	24979,2	148081,4	30121,9
COSTOS VARIABLES			935723,42									
COSTOS FIJOS			170332,12									
COSTO TOTAL			1106055,54									
PUNTO DE EQUILIBRIO			170332,12									

2. Evaluación Financiera

a. Valor Actual Neto

1) Datos para el cálculo del valor actual neto

Tabla 114: Cálculo del valor actual neto

Años	Flujo en efectivo	Factor de actualización	Flujo efectivo actualizado	Flujo efectivo actualizado acumulado
0	-152381,67	1	-152381,67	-152381,67
1	17215,55	0,89285714	15371,03	-137010,64
2	80378,60	0,79719388	64077,33	-72933,31
3	38474,51	0,71178025	27385,40	-45547,91
4	51018,18	0,63551808	32422,97	-13124,94
5	185984,57	0,56742686	105532,64	92407,7

VAN: 92407,70

b. Período de Recuperación del Capital

Período de Recuperación de la inversión: 3 años y 2 meses, en donde los egresos son igual a los ingresos, a partir de este período, los ingresos superan a los egresos.

c. Relación Costo Beneficio

Tabla 115: Relación Costo Beneficio

R B/C	1,53
Ingresos actualizados	1016970,47
Costos actualizados	521137,567
INVERSION	141119,65

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2017

d. Tasa Interna de Retorno

Es una tasa de rendimiento utilizada en el presupuesto de capital para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones. La tasa interna de retorno es del 29% es mayor a la tasa pasiva del 9% establecida en los bancos, de tal manera que sería más rentable invertir en el proyecto puesto que la ganancia será mayor en relación con la ganancia que se obtendrá en los bancos

e. Cuadro de resumen

Tabla 116: Cuadro resumen

CUADRO RESUMEN	
VAN	92407,70
TIR	29%
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL	3 AÑOS 2 MESES
INVERSIÓN	1,53

Elaborado por: Rubí Jaramillo, 2017

VIII. CONCLUSIONES

- El diagnóstico situacional e inventario del potencial interpretativo de la cultura Shuar, se ha podido evidenciar que la comunidad cuenta con una amplia riqueza cultural, la cual se puede ver reflejada en el inventario, los mismos que pueden ser aprovechados mediante la creación de productos turísticos, permitiendo así a los turistas conocer y experimentar las diferentes maneras tradicionales de vida del pueblo Shuar que se han mantenido vivas hasta la actualidad.
- Dentro del análisis de la audiencia se pudo observar que los turistas llegan a la provincia de Sucumbíos existe una gran expectativa por conocer y disfrutar del turismo comunitario y sobre todo un gran interés de conocer acerca de la cultura Shuar, su manera de vivir, sus atractivos culturales y naturales, de tal manera que hubo una aceptación de un 86% tanto de turistas nacionales y extranjeros por la implementación de un producto turístico en la comunidad Taruka.
- En vista de que el Centro turístico Taruka, es un proyecto que aún se encuentra en la etapa de implementación, tomando en cuenta que posee ya productos turísticos, se vio la importancia de diseñar un espacio netamente cultural donde el visitante pueda tener una visión global de la riqueza cultural que tiene la comunidad y aparte de ello dar la oportunidad de ofrecer y comercializar las artesanías elaboradas por las mujeres de la comunidad, es así como nació el Centro Cultural Arútam.
- La imagen corporativa permitirá que el centro se posicione en el mercado, luego de haber lanzado la campaña publicitaria hasta que alcance el reconocimiento nacional e internacional.
- Se estableció que los beneficios ambientales y socioculturales son en su mayoría positivos, es decir la implementación del Centro Cultural Arútam, aporta al mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad, incentivando a la conservación y protección de los recursos naturales y culturales de la cultura Shuar.
- La estructura del proceso administrativo legal y de gestión es sencillo y propuesto en base a las funciones, procedimientos y reglamentos establecidos por el plan capacitación turística, para que el personal operativo funcione de manera eficiente. Centro Cultural Arútam está sujeto a las leyes y normas de la Constitución Política del Ecuador, la Ley de turismo y

reglamento para constituir un centro de turismo comunitario según los Centro de turismo comunitario.

- El estudio económico y la evaluación financiera del presente proyecto nos demuestra la factibilidad y rentabilidad del Centro de Interpretación Cultural Arútam dado a que actualizados los ingresos y egresos se espera un valor actual neto positivo de \$ 92407,70 la tasa interna de retorno del negocio es del 29%, el periodo en el que se recupera el capital invertido es a los 3 años y 2 mes. Y de acuerdo a la relación costo beneficio nuestro proyecto si es rentable, cada \$ 1 dólar de inversión se obtendrá \$ 0,53.

IX. RECOMENDACION

- Mantener un constante seguimiento y actualización de las fichas de los atractivos naturales y culturales. Trabajar con todos los niños, adolescentes de la comunidad con temas referentes a la importancia de conservar sus costumbres y tradiciones, para evitar la pérdida de su cultura.
- Tener una base de datos actualizada sobre todo los perfiles de los turistas que llegan a Sucumbíos y tomar en cuenta los gustos y preferencias realizando periódicamente estudios de mercado.
- Es recomendable mantener un buen mantenimiento y limpieza de las áreas del centro interpretativo, tanto estética y funcionamiento, para la comodidad y confort del turista.
- Realizar campañas de publicidad que sean intensas y permanentes para el inicio de la operación turística del Centro Arútam, con el propósito de incrementar la cuota de mercado para el primer año de operación y con ello poder recuperar la inversión realizada en menor tiempo.
- Tomar en cuenta las medidas de mitigación presentadas, con el fin de minimizar los impactos perjudiciales para el ambiente, al momento de iniciación, ejecución de la obra y operación turística.
- Tener en orden y cumplir con todos los requerimientos legales y todos los trámites que se tenga presente para su debida operación y poder evitar cualquier inconveniente al momento de la implementación y la ejecución del proyecto. A su vez se recomienda mantener las capacitaciones al personal continuamente para el mejorar la capacidad de atención en las diferentes áreas del centro de interpretación cultural Arútam.
- Realizar alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas que apoyen al desarrollo y financiamiento del centro. Tomar en cuenta los resultados de la evaluación financiera y actualizar los costos anualmente para medir el rendimiento económico del producto y sus impactos en el desarrollo económico local.

X. RESUMEN

La presente investigación propone: diseñar un producto turístico para la conservación del patrimonio cultural de la comunidad Taruka, parroquia El dorado de Cascales del cantón Cascales, provincia de Sucumbíos; se realizó un diagnóstico del potencial turístico de la comunidad; un estudio de mercado tomando como universo el número de turistas que visitan La Reserva de Producción Faunística Cuyabeno, en el 2014 fue de 10447 siendo turistas nacionales y extranjeros, debido que es un atractivo con mayor frecuencia; se determinó que el producto turístico es un Centro de Interpretación Cultural por medio de talleres con la comunidad; dicho centro de interpretación cultural tendrá la capacidad de visitación de 20 personas. Para la comercialización se diseñó una página web, una imagen corporativa, donde el Centro llevará como nombre de Arútam y estará dividido en ocho áreas destinadas a la difusión de la forma de vida de la comunidad y un área de comercialización de artesanías elaboradas por los pobladores. Para el estudio de impacto ambiental dio más resultados positivos que negativo es decir la implementación del Centro Cultural Arútam, aporta al mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad. Se estructuró la parte organizativa del centro cultural; en la parte legal está sustentado el proyecto en las leyes ecuatorianas relacionadas con el sector turístico. En el estudio económico se obtuvo como resultado una TIR 29%, VAN positivo de \$ \$ 92407,70 y la relación costo es de \$ 1,53 es decir que por cada dólar invertido se recupera \$ 0,53 ctvs. El periodo de recuperación del capital invertido es a los 3 años y 2 meses. Concluyendo que el proyecto es factible generando beneficios sociales, económicos y culturales.

Palabras clave: PRODUCTO TURÍSTICO- CENTRO DE INTERPRETACIÓN CULTURAL- ATRACTIVOS TURÍSTICOS- PATRIMONIO CULTURAL- POTENCIAL TURÍSTICO.



XI. SUMMARY

This work aims to design a tourism product for the cultural heritage conservation of the Taruka community, El Dorado de Cascales parish, Cascales cantón, Sucumbíos province. A diagnosis of the tourism community potential was carried out. Besides, a market study was done taking the number of tourists visiting Cuyabeno Fauna Production Reserve as universe that consisted of 10 447 national and foreign tourists in 2014 due to it is frequently visited. It was determined that the tourism product is a Cultural Interpretation Center giving workshops with the community. This center will have the capacity for visitation of 20 people. As for marketing, a webpage and a corporate image with the name Arútam were designed. It will be divided in eight areas to spread the community lifestyle and there will be a marketing area of handicrafts made by the dwellers. In the environmental impact study, the results were positive, that is, the implementation of Arútam Cultural Center improves the living condition of the community. The cultural center organization was structured. The project was based on Ecuadorian law related to the tourism sector. In the economic study, the results were as follows: internal rate of return (IRR) of 29%, a positive net present value (NPV) of \$ 92 407.70 and the cost relation of \$ 1.53, that is, \$ 0.53 will return per each dollar invested. The payback period is 3 years and 2 months. It is concluded that the project is feasible generating social, economic and cultural benefits.

Key words: TOURISM PRODUCT – CULTURAL INTERPRETATION CENTER –
TOURISM DESTINATION – CULTURAL HERITAGE – TOURISM POTENTIAL.



XII. BIBLIOGRAFIA

- Arboleada. (2009). *Proyectos formulacion, evaluacion y control*. Cali - Colombia.
- Asuaga, C. (2009). *Turismo cultural. En un encuentro no casual: cultura, ciencias economicas y derecho*. Motevideo - Uruguay.
- Bigne, E. (2010). *Producto turístico*. Marketing de destinos turísticos. Sevilla: ESIC.
- Caballero, V. (2006). *Prácticas Pre-profesionales II, diagnóstico ambiental de las lagunas del centro de recursos tecnológicos "Fatima" provincia de Pastaza*. Riobamba -Ecuador
- Cabarcos, N. (2010). *Turismo, promoción y venta de servicios turísticos*. Hostelería y turismo. España. Ideas Propias.
- Cárdenas, F. (2008). *Producto turístico*. México: Trillas.
- Cohen, E. (2009). *Evaluacion de Proyectos*. Barcelona - España.
- Colina, J. (2009). *Marketin turistico*. Definición de estrategias; características; canales de distribución, Recuperado el 15 de 10 de 2015, <http://www.monografias.com/trabajos16/marketing-turistico/marketing-turistico.shtml#PRODUC>
- Ministerio de Turismo (2014). *Ecuador país megadiverso*. Recuperado el 20 de junio de 2016, de <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-megadiverso-y-unico-en-el-centro-del-mundo/>
- Escribano, G. (2011). *Gestión Financiera*. Administración: administración y finanzas. Recuperado el 15 de octubre de 2015, de Administración: Administración y Finanzas: <https://books.google.com.ec/books?id=DWfiueP3ImsC&pg=PA266&dq=que+es+valor+actual+neto+2010&hl=es&sa=X&ved=0CD8Q6AEwBmoVChMIzf2RmVbYyAIVSG0eCh0i8AsD#v=onepage&q=que%20es%20valor%20actual%20neto%202010&f=false>
- Federación Plurinacional de Turismo Comunitario en Ecuador. (2006). *Turismo comunitario*. Manual de calidad para la gestión del turismo Comunitario del Ecuador. Quito: Ecuador
- Guanotuña, H. (2013). *Información de Sucumbíos*. Recuperado el 20 de junio de 2016, de https://issuu.com/josecade/docs/guia_comercial_y__turistica_2013_pdf
- Hernandez. (2008). *Selección de la muestra*. Política fiscal y estrategia como factor de desarrollo de la media empresa comercial sinaloense un estudio de caso (pág. 562). Recuperado el 25 de octubre de 2015, de http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/seleccion_muestra.html
- Hevia, R. (2009). *Patrimonio cultural intangible, educación y pueblos indígenas*. Santiago - Chile.
- Koch, J. (2006). *Manual del empresario exitoso*. Recuperado el 16 de octubre de 2015, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006c/210/index.htm>
- Maass. (2009). *Capitulo I " Conceptualizacion potencial turistico "*. En R. 2. Rafael, evaluación del potencial municipios turísticos através de metodologías participativas (pág. 29). México. Recuperado el 24 de octubre de 2015, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/potencial-turistico.htm>

- Mancheno, M. (2009). *Turismo sustentable*. Estructuración de la unidad técnica municipal de turismo del cantón La Troncal, provincia del Cañar. (Tesis de grado. Ingeniero en Ecoturismo). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba - Ecuador.
- Marmol & Ojeada . (2012). *Marketing turístico*. En O. & Marmol. Marid - España: Parinfo.
- Ministerio de Turismo. (2014). *Ecuador país megadiverso*. Recuperado el 20 de Junio de 2016, de <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-megadiverso-y-unico-en-el-centro-del-mundo/>
- Ministerio de Turismo. (2004). *Inventarios de atractivos turísticos. Gerencia regional de recursos turísticos*. Quito - Ecuador
- Obando. (2008). *Valoración del impacto ambiental. Generado por la explotación minera en los depósitos de arenas naturales al suroeste de cerro motastepe, Manugua-Nicaragua. Universidad internacional de Andalucía. UNÍA. Huelva.*
- Oñate & Ricaurte. (2006). *Seminario taller de elaboración de paquetes turísticos. Coca - Ecuador.*
- Palau, J. (2010). *Turismo comunitario. Otros mundos (Viajes alternativos y solidarios)*. Barcelona: FUND. INTERMON OXFAM.
- Prieto, G., & Espinosa, D. (2013). *Evaluación de proyectos*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Proambiente (2014). *Estudio de impacto ambiental del sistema de alcantarillado sanitario de la comunidad Taruka, perteneciente al cantón Cascales, provincia de Sucumbíos. pdf.*
- Ricaurte, C. (2009). *Manual para el diagnóstico turístico local*. Escuela Superior Politécnica del Litoral. Guayaquil - Ecuador. Recuperado el 14 de octubre de 2015, de [http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/8300/4/Manual%20de %20diagn%C3%B3stico%20tur%C3%ADstico%20local.pdf](http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/8300/4/Manual%20de%20diagn%C3%B3stico%20tur%C3%ADstico%20local.pdf)
- Rivera, J., & Mención, G. (2007). *Producto*. Dirección de marketing: fundamentos y aplicaciones. ESIC Editorial, 2007
- Rodríguez, M. (2008). *Desarrollo sostenible*. Recuperado el 16 de octubre de 2015, de <http://www.ecologiahoy.com/desarrollo-sostenible>
- Romero, E. (2006). *Turismo*. En maître. hostelería y turismo. España: Vértice.
- Romero, J. (2015). *Oferta y demanda turística*. Recuperado el 15 de Octubre de 2015, de <http://destinosyproductosturisticosdelmundo.blogoo.com.mx/oferta-y-demanda-turistica#.VRCcKI6G9SE>
- Sapag, N. (2011). *Proyectos de inversión: formulación y evaluación* (5ª. ed). México: Pearson Educación.
- Tierra, P. (2008). *Texto básico de planificación territorial*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba - Ecuador.
- Unión Europea. (2011). *Estudio de impacto ambiental*. Texto en español de la Directiva 2011/92/UE. Estrasburgo.

XIII. ANEXOS

Anexo 1: Encuesta a turistas nacionales

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

La siguiente encuesta tiene como objetivo principal diseñar un producto turístico en la comunidad Taruka, para promocionarlo a nivel local, nacional e internacional. Le solicitamos por favor conteste con la mayor seriedad.

Encuestador: Rubí Jaramillo _____

Fecha de encuesta: _____

Lugar: _____

A. INFORMACION GENERAL

Edad _____ **Género:** M ___ F ___

Ocupación

- Estudiante - Trabaja -Desempleado

- Jubilado

Procedencia:

B. GUSTOS Y PREFERENCIAS

1. ¿Te gustaría visitar una comunidad shuar del cantón Cascales?

1.1 Si ___ **1.2) No** ___

2. ¿Qué actividades te gustaría realizar en la comunidad? Selecciona 4 opciones

2.1 Observación de la danza y la música típica de la comunidad ()

2.2 Degustación de bebidas y comidas típica ()

2.3 Compra de artesanías ()

2.4 Caminatas por el bosque y campamento ()

2.5 Visita a los atractivos: cueva salero, cascada celoso ()

2.6 Medicina tradicional ()

2.7 Paseo en canoa y pesca ()

2.8 Demostración de técnica de caza ()

3. Porque motivo viaja al cantón Cascales?

3.1 Negocio () 3.2 Turismo () 3.3 Visita familiar ()

4. ¿Cuánto tiempo le gustaría estar en la comunidad?

4.1 De 2 a 5 horas () 4.2 De 1 a 2 días () 4.3 Más de 2 días ()

5. ¿Con que servicios le gustaría contar en la comunidad para el desarrollo de las actividades turísticas?

5.1 Hospedaje () 5.5 Alimentación ()

5.2 Guianza () 5.6 Transporte ()

5.3 Recreación () 5.7 Todas las opciones ()

5.4 Ninguna ()

6. ¿Estaría dispuesto a contratar un paquete turístico organizado dentro de la comunidad?

6.1 Si () 6.2 ()

7. ¿En compañía de quien le gustaría conocer la comunidad Taruka?

7.1 Familias () 7.2 Amigos () 7.3 Pareja () 7.4 Solo ()

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un recorrido de turismo cultural incluido los servicios turísticos?

8.1 \$15-\$25 () 8.2 \$ 26-\$35 () 8.3 \$36-\$45 () 8.4 Más de 45 ()

9. ¿Qué medios de comunicación utiliza usualmente para informarse?

9.1 Televisión- Radio ()

9.2 Prensa escrita ()

9.3 Internet ()

9.4 Amigos- familiares ()

9.5 Revistas ()

9.6 Agencias de viajes ()

9.7 Guías turísticas ()

¡¡ GRACIAS POR SU COLABORACION!!

Anexo 2: : Modelo de ficha de encuestas para turistas internacionales

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

This survey aims to develop a community tourism product to promote it locally, nationally and internationally. We ask you please answer with the utmost seriousness

A. GENERAL INFORMATION

AGE ___ SEX: M___ F___

COUNTRY_____ OCCUPATION:

- professional - Student - Other_____

B. PSYCHOGRAPHIC DATA

1. Do you like to visit a Shuar community in the Amazon?

1.1) Si () 1.2) No ()

2. You travel through:

2.1) travel agencies () 2.2) independent ()

3. What that time of year you travel?

3.1) Beginning of the year () 3.2) Mid-Year ()

3.3) End of the year ()

4. Do you travel to tourist sites for?

4.1) Distraction () 4.2) Business () 4.3) Study ()

4.4) Family visits () 4.5) Other_____

5. Do you travel with?

5.1) Couple () 5.2) Alone ()

5.3) Family () 5.4) Friends ()

5.5) organized groups ()

6. What activities you like to do in the community? select 4 options

6.1) Watching dance and folk music ()

6.2) Tasting of typical dishes and drinks ()

6.3) Buying Crafts ()

6.4) Hiking through the forest and camping in the community ()

6.5) Visit the attractive: rio Taruka, cascada, cueva salero ()

- 6.6) Natural Medicine ()
- 6.7) Canoeing and pesca ()
- 6.8) Demonstration of the technique of hunting ()

7. You stay like that last?

- 7.1) 1 a 2 days () 7.2) 3 a 4 days () 7.3) More of 4 days ()

8. What service would you like to be provided?

- 8.1) Lodging () 8.2) Transport () 8.3) Feeding ()
- 8.4) Recreation () 8.5) Information () 8.6) Guidance ()

9. ¿ Would be willing to hire a tour package organized within the community?

- 9.1 Yes () 9.2 No ()

10. ¿How much is the maximum amount that you would pay for all these service?

- 10.1) \$ 1 \$15- \$25 () 10.2) \$ 26-\$35 ()
- 10.3) \$36-\$45 () 10.4) More de 45 ()

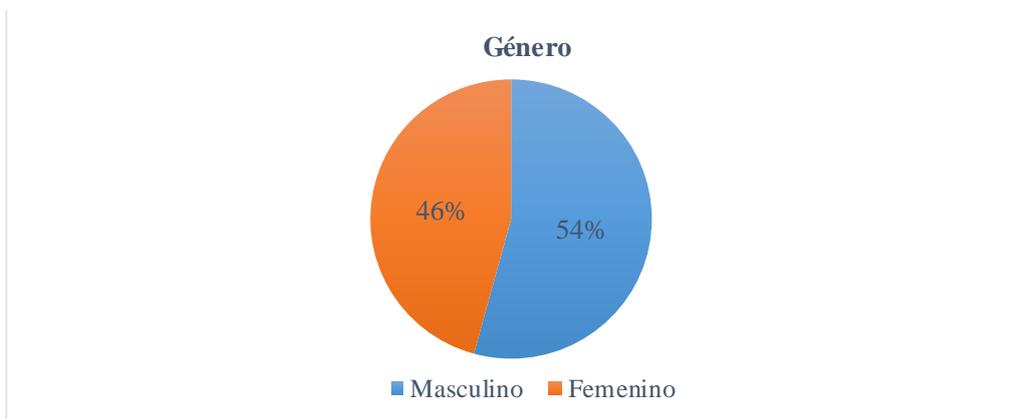
11. ¿How would be your form of payment?

- 11.1) Cash () 11.2) Credit card ()

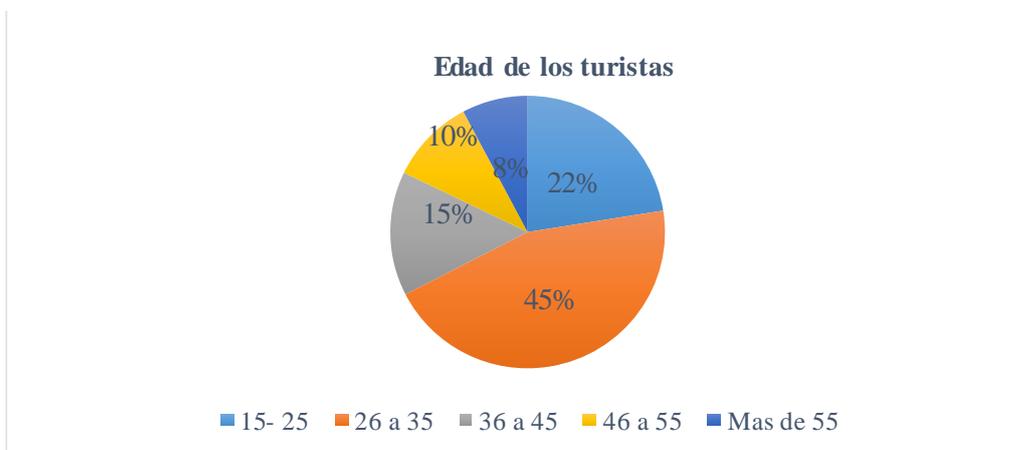
12. ¿ How did you get informed about Ecuador?

- 12.1) Radio () 12.2) Televisión ()
- 12.3) Internet () 12.4) Newspaper ()
- 12.5) Tourism guide () 12.6) Relatives ()
- 12.7) Travell agencies () 12.8) Other ()

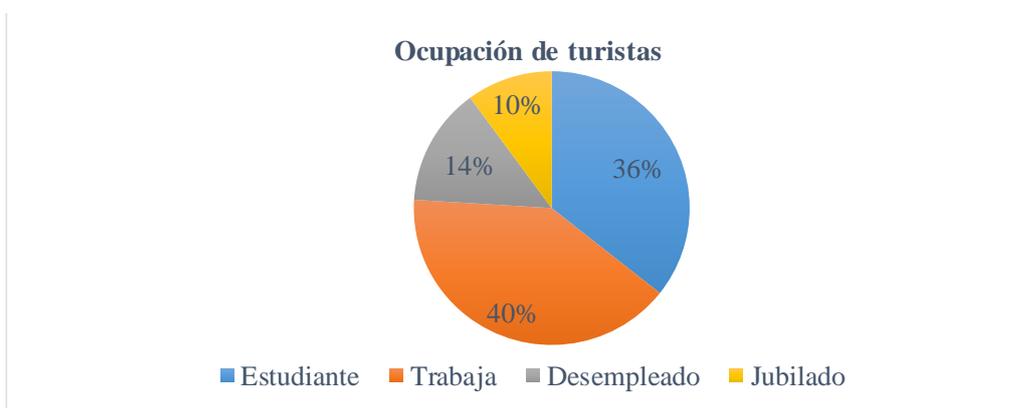
¡THANKS FOR YOU!

Anexo 3: Gráficos del análisis de la demanda turistas nacionales

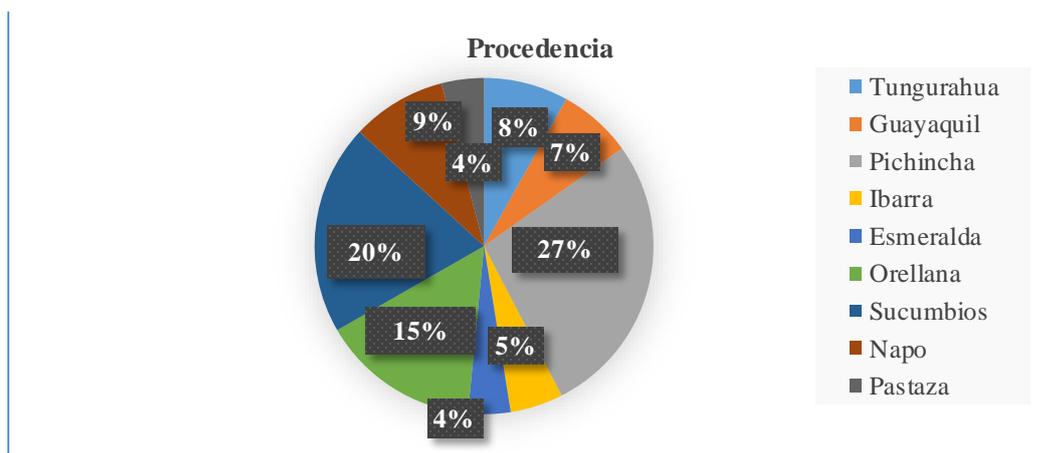
Fuente: Tabla 24



Fuente: Tabla 25



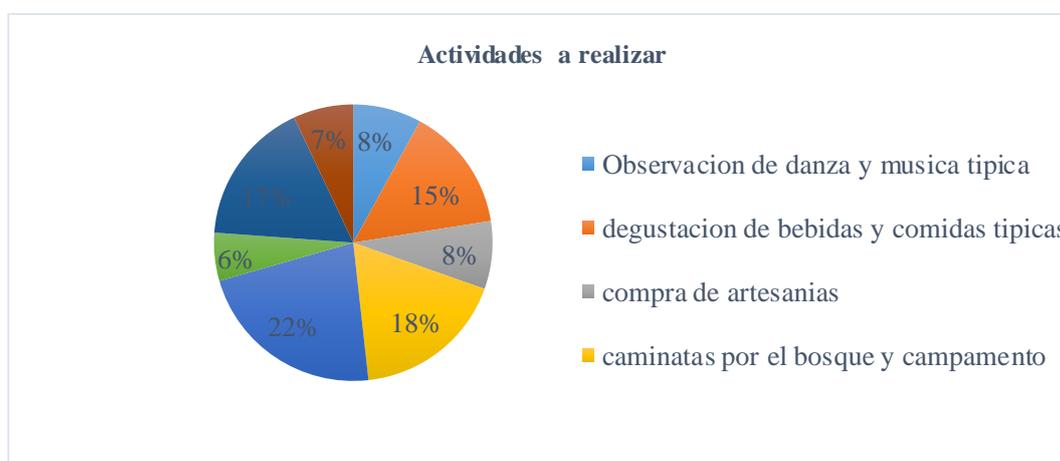
Fuente: Tabla 26



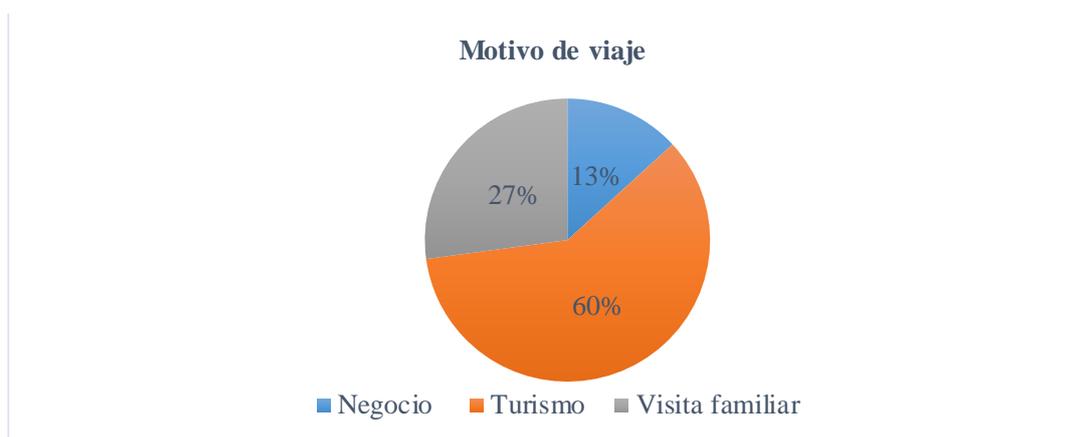
Fuente: Tabla 27



Fuente: Tabla 28



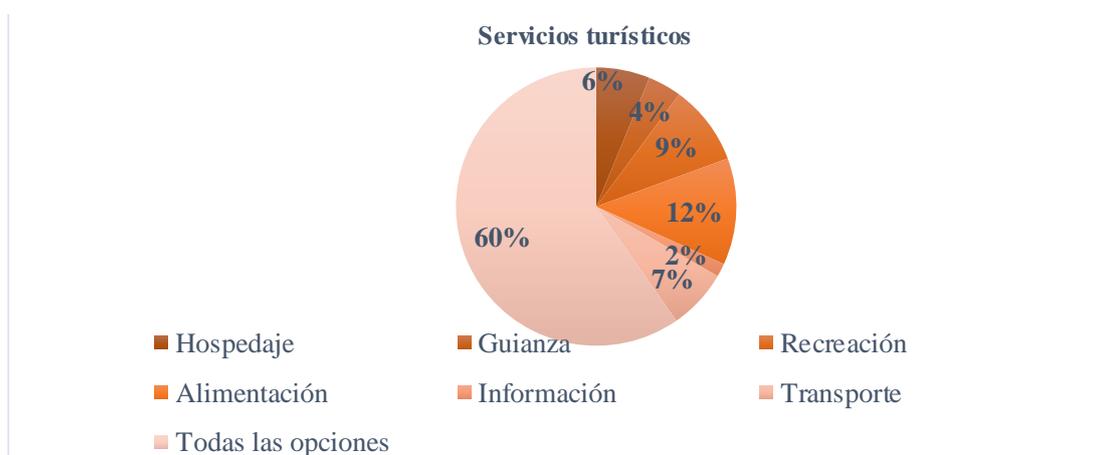
Fuente: Tabla 29



Fuente: Tabla 30



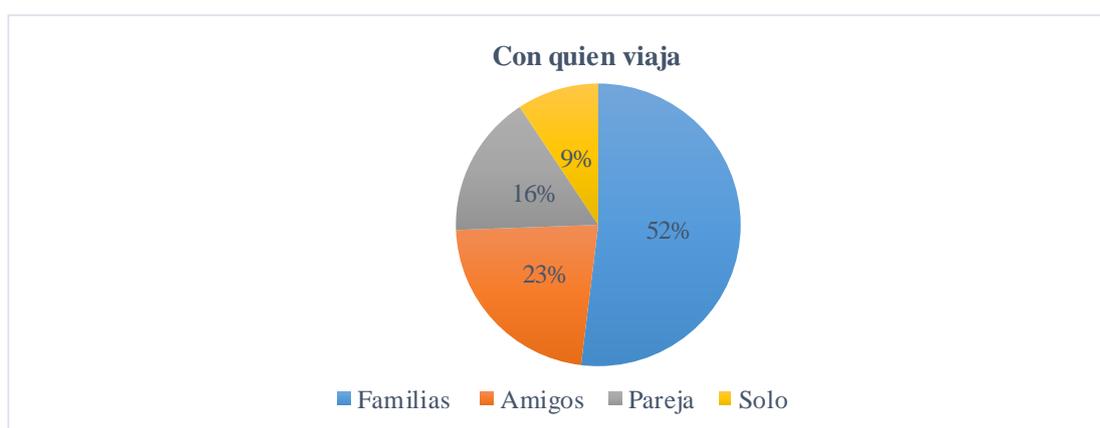
Fuente: Tabla 31



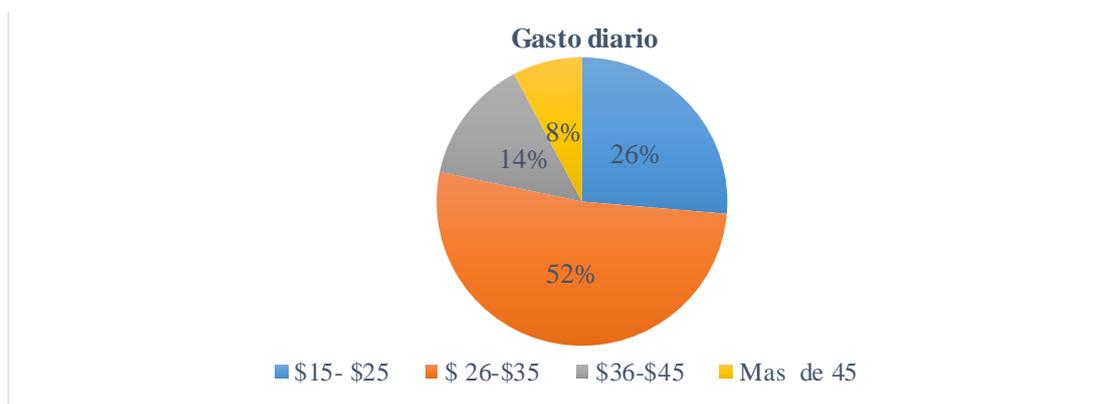
Fuente: Tabla 32



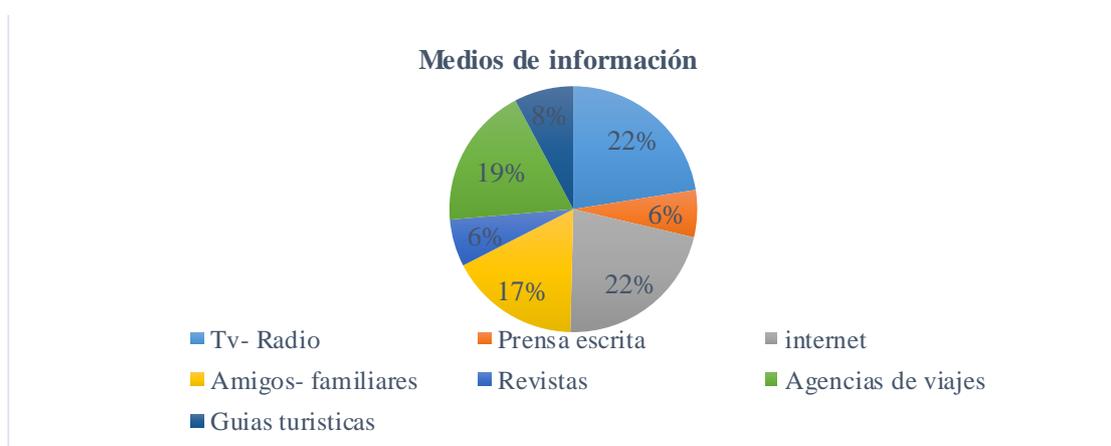
Fuente: Tabla 33



Fuente: Tabla 34

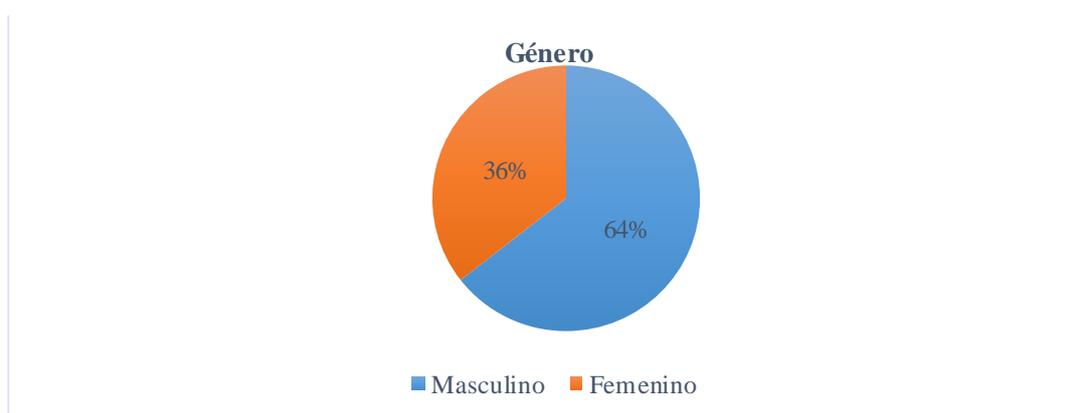


Fuente: Tabla 35

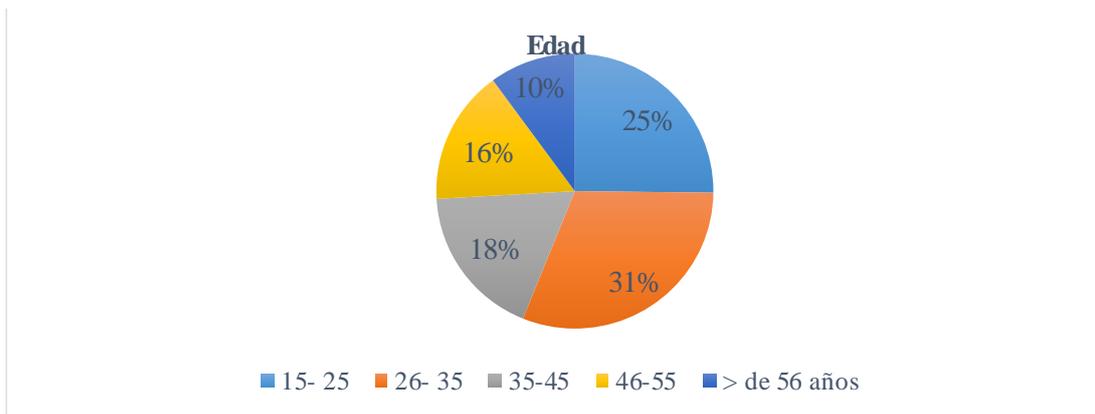


Fuente: Tabla 36

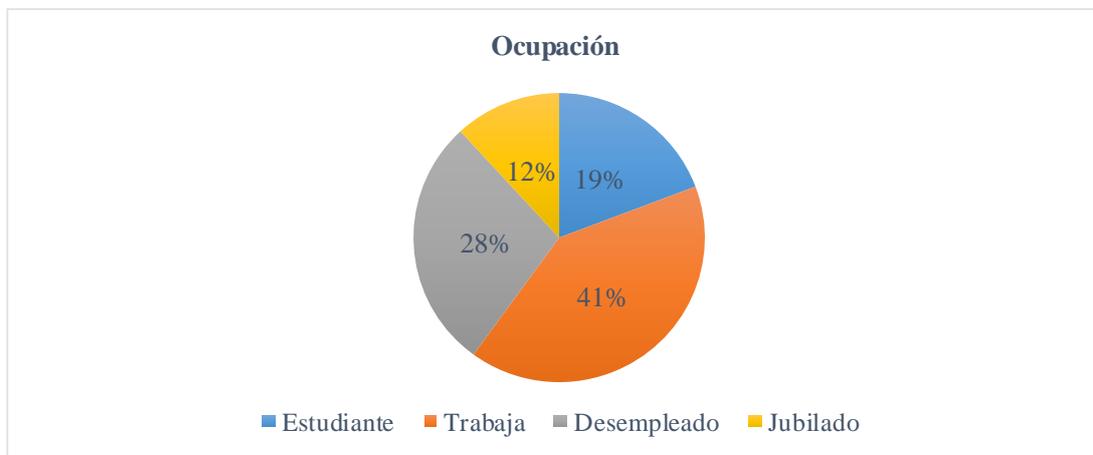
Anexo 4: Gráficos del análisis de la demanda de turistas internacionales



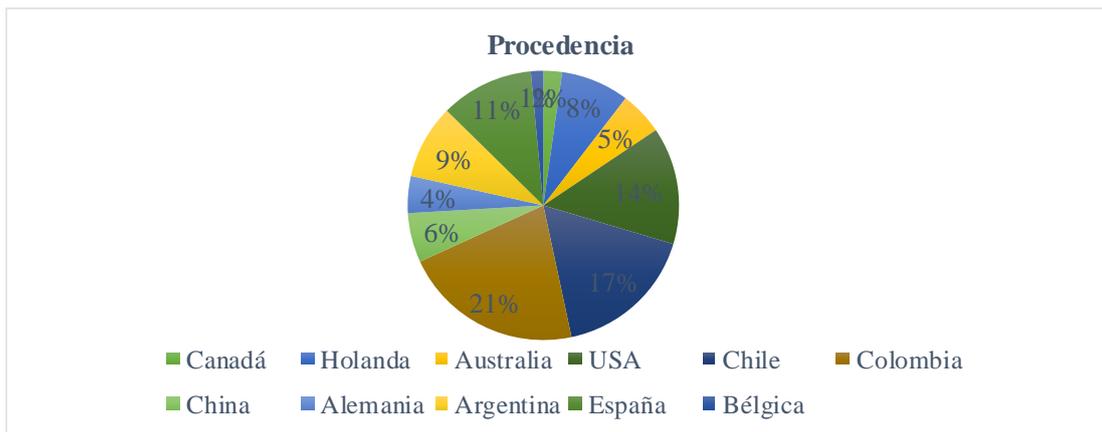
Fuente: Tabla 37



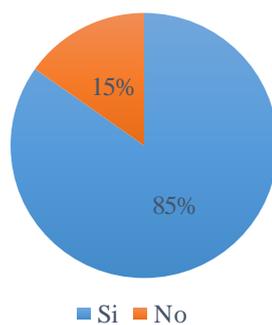
Fuente: Tabla 38



Fuente: Tabla 39



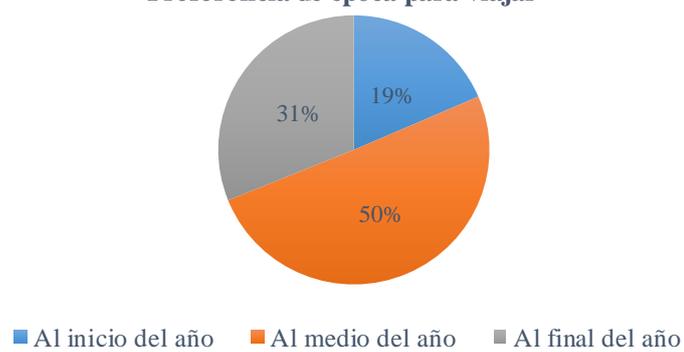
Fuente: Tabla 40

Visitaria la comunidad shuar taruka

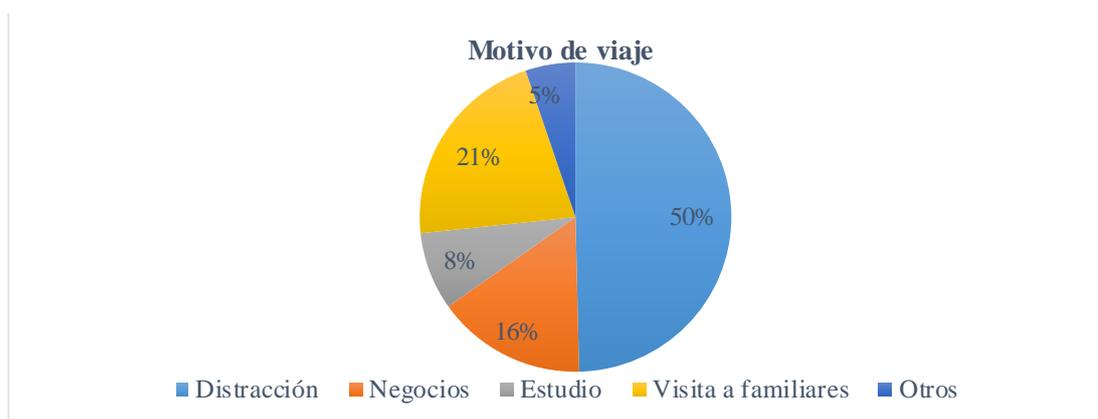
Fuente: Tabla 41

Forma de viaje

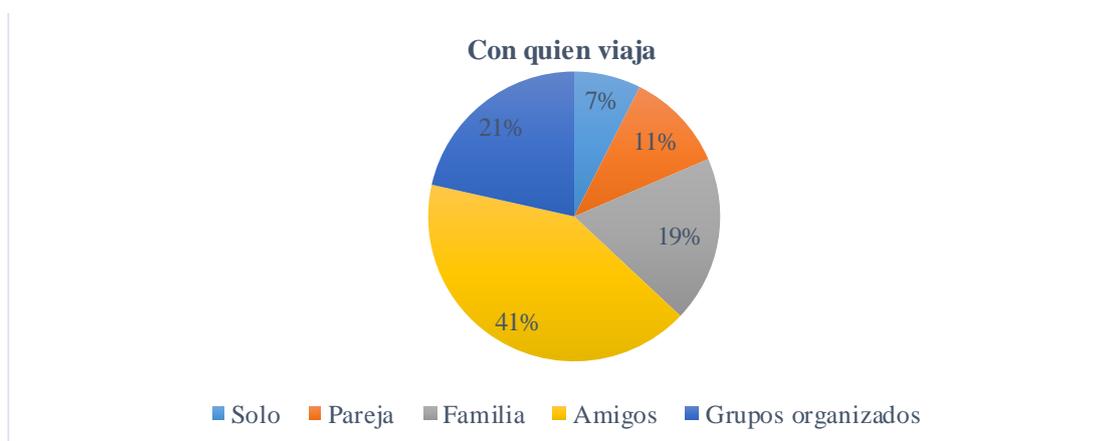
Fuente: Tabla 42

Preferencia de época para viajar

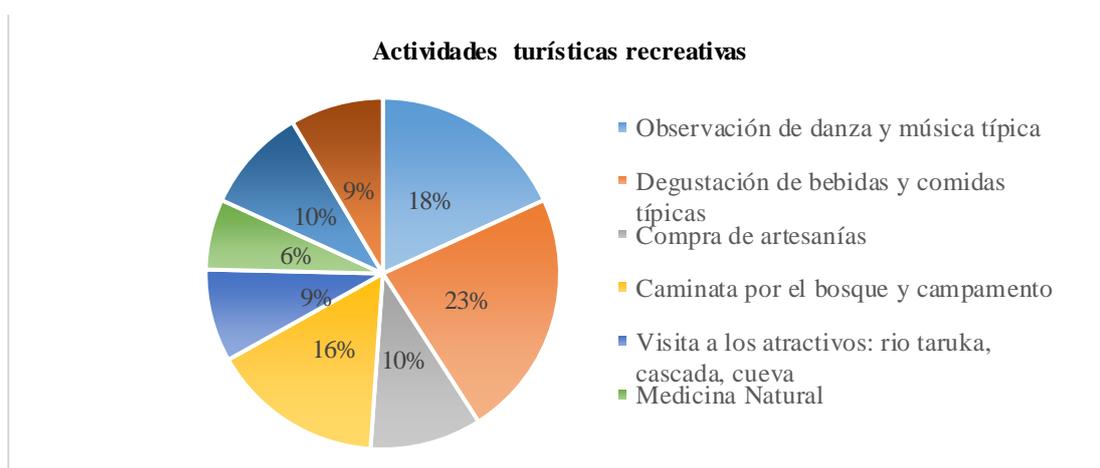
Fuente: Tabla 43



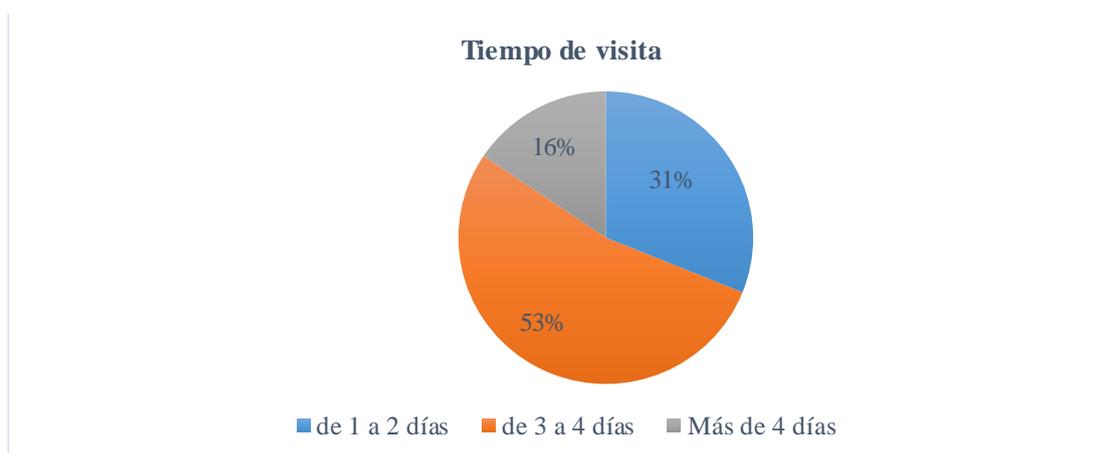
Fuente: Tabla 44



Fuente: Tabla 45



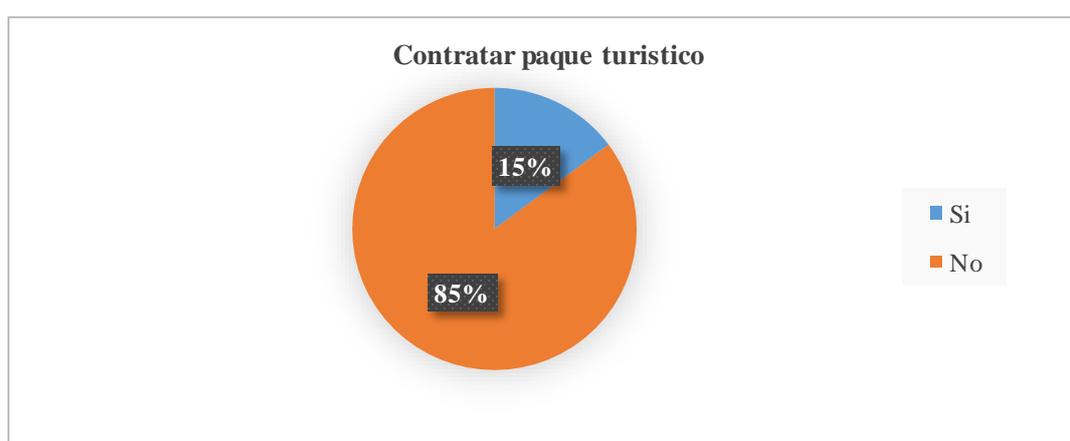
Fuente: Tabla 46



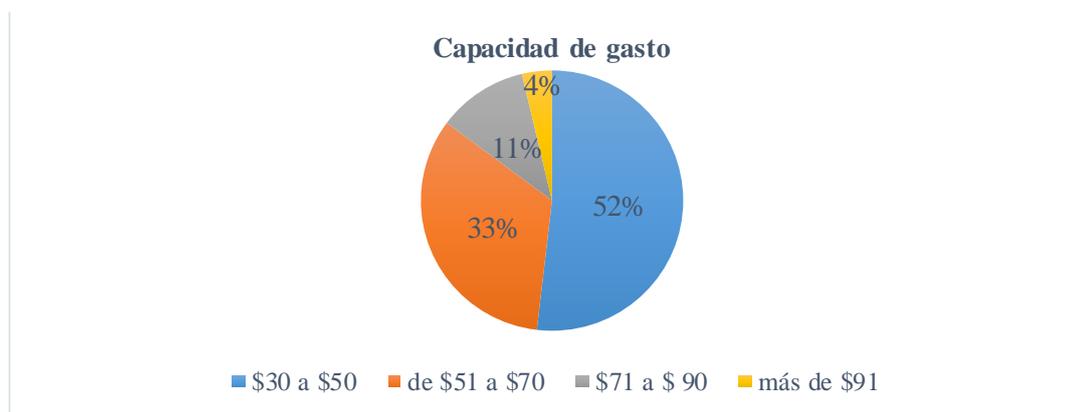
Fuente: Tabla 47



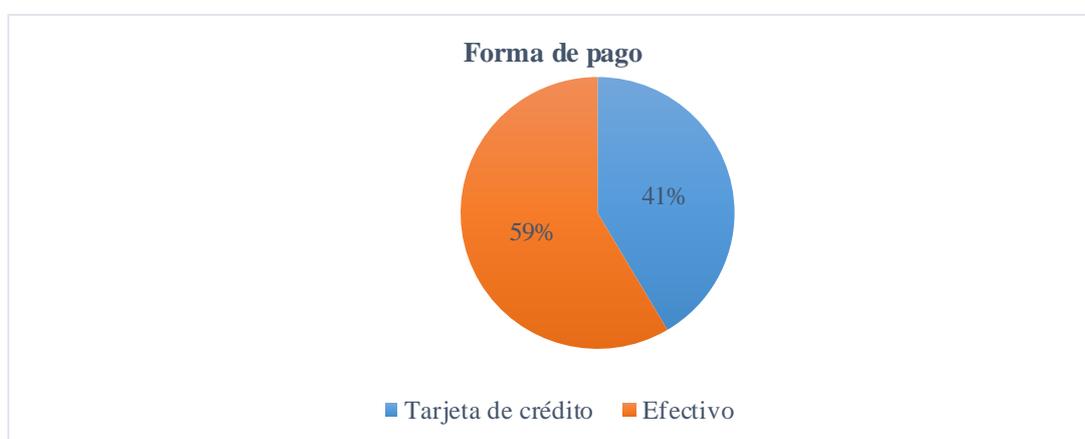
Fuente: Tabla 48



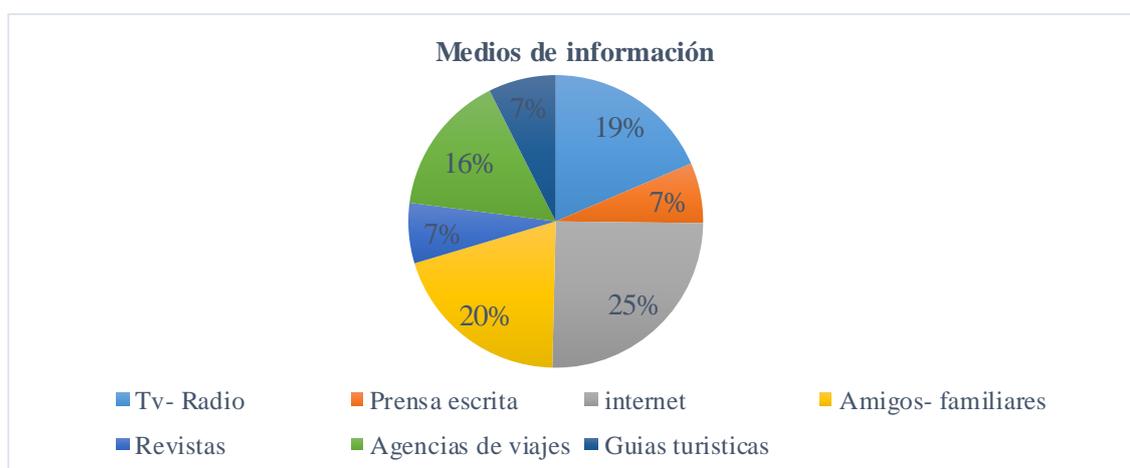
Fuente: Tabla 49



Fuente: Tabla 50



Fuente: Tabla 51



Fuente: Tabla 52

Anexo 5: Página web



Fuente: Agencia Vuhos
Elaborado: José Carrasco

Anexo 6: Manual de imagen corporativa

Fuente: Agencia Vuhos
Elaborado: Wagner Jaramillo

Tarjeta Presentación



Sobre



Gorras



Camisetas



Llaveros



Esferos



Bolsos



Anexo 7: Fotografías de la comunidad Taruka



Fuente: Trabajo de campo
Elaborado: Rubi Jaramillo



Fuente: Trabajo de campo
Elaborado: Rubí Jaramillo



Fuente: Trabajo de campo
Elaborado: Rubí Jaramillo



Fuente: Trabajo de campo
Elaborado: Rubí Jaramillo

