



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

**TITULO:**

**PLAN DE NEGOCIOS, MEDIANTE UN ESTUDIO DE MERCADO PARA PROPONER LA CREACIÓN DEL MUSEO ETNOGRÁFICO “AMAZÓNICO DEL ECUADOR” EN LA PARROQUIA NUEVA LOJA, CANTÓN LAGO AGRIO.**

**Tesis de grado, previa a optar por el  
Título de Ingeniera en  
Administración Turística**

**Autora:**

Mirian Marcela Zambrano Pazmiño

**Director de Tesis**

Ing. Washington Enrique Villacís Zapata Mg.sc.

Loja – Ecuador

2016

## **AUTORIZACIÓN**

Ing. Washington Enrique Villacís Zapata Mg. Sc

DOCENTE DE LA CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS DEL PLAN DE CONTINGENCIA DE LA UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE LOJA, SEDE TENA.

### **CERTIFICO:**

Que la presente tesis titulada: **PLAN DE NEGOCIOS, MEDIANTE UN ESTUDIO DE MERCADO PARA PROPONER LA CREACIÓN DEL MUSEO ETNOGRÁFICO “AMAZÓNICO DEL ECUADOR” EN LA PARROQUIA NUEVA LOJA, CANTÓN LAGO AGRIO.**, desarrollado y presentado por la aspirante Mirian Marcela Zambrano Pazmiño, previo a optar el grado de Ingeniera en Administración Turística, ha sido elaborada bajo mi dirección y cumple con los requisitos de fondo y de forma que exigen los respectivos reglamentos e instituciones. Por ello autorizo su presentación y sustentación.

**Tena, 03 de agosto de 2016.**



Ing. Washington Enrique Villacís Zapata Mg. Sc  
**DIRECTOR DE TESIS**

Tena, 07 de octubre de 2016.

## CERTIFICACIÓN

Los Miembros del Tribunal de Grado abajo firmantes, certificamos que el Trabajo de Titulación denominado: **PLAN DE NEGOCIOS, MEDIANTE UN ESTUDIO DE MERCADO PARA PROPONER LA CREACIÓN DEL MUSEO ETNOGRÁFICO “AMAZÓNICO DEL ECUADOR” EN LA PARROQUIA NUEVA LOJA, CANTÓN LAGO AGRIO.**, presentada por la señorita: **Mirian Marcela Zambrano Pazmiño**, de la carrera de Administración Turística del Plan de Contingencia de la Universidad Nacional de Loja, Sede Tena, ha sido corregida y revisada; por lo que autorizamos su presentación.

**ATENTAMENTE,**

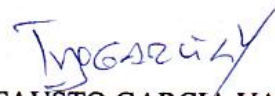


**LCDO. DIEGO PATRICIO CHIRIBOGA COCA., MG.SC**

**PRESIDENTE**



**ING. BETTY JARAMILLO TITUAÑA., MG.SC**  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**



**ING. FAUSTO GARCIA VASCO., MG.SC**  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

## AUTORÍA

Yo, **Mirian Marcela Zambrano Pazmiño** declaro ser autora del presente Trabajo de Tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi Trabajo de tesis en el repositorio Institucional – Biblioteca Virtual y Física.

**Autora:** Mirian Marcela Zambrano Pazmiño

**Firma:**



**Cedula:** 210042780-2

**Fecha:** Loja, Octubre del 2016

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRONICA DEL TEXTO COMPLETO**

Yo, **MIRIAN MARCELA ZAMBRANO PAZMIÑO**, declaro ser autora, de la Tesis titulada: **PLAN DE NEGOCIOS, MEDIANTE UN ESTUDIO DE MERCADO PARA PROPONER LA CREACIÓN DEL MUSEO ETNOGRÁFICO “AMAZÓNICO DEL ECUADOR” EN LA PARROQUIA NUEVA LOJA, CANTÓN LAGO AGRIO**. Como requisito para optar al grado de: **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**: autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la Tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 13 días del mes de octubre del dos mil dieciséis firma la autora.

**AUTORA:** Mirian Marcela Zambrano Pazmiño

**FIRMA:**



**CÉDULA:** 210042780-2

**DIRECCIÓN:** Cantón: Lago Agrio, Barrio 9 de octubre Calles: Av. Venezuela y el Chofer

**CORREO ELECTRÓNICO:** mimi\_negrita@hotmail.com

**TELÉFONO:** 063320817

**CELULAR:** 0991090470

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**DIRECTOR DE TESIS:** Ing. Washington Enrique Villacís Zapata Mg. Sc.

**TRIBUNA DE GRADO**

**PRESIDENTE:** Lic. Diego Patricio Chiriboga Coca., Mg. Sc.

**VOCAL:** Ing. Betty Alexandra Jaramillo Tituaña., Mg. Sc.

**VOCAL:** Ing. Fausto Ramiro Garcia Vasco., Mg. Sc.

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis a mi Dios, quien ha inspiró a mi espíritu para la conclusión de esta tesis doctoral, en teología. A mis padres quienes me dieron vida, educación, apoyo y consejos. A mis compañeros de estudio, a mis maestros y amigos, quienes sin su ayuda nunca hubiera podido hacer esta tesis. A todos ellos se los agradezco desde el fondo de mi alma. Para todos ellos hago esta dedicatoria.

## **AGRADECIMIENTO**

El presente trabajo de tesis ante todo agradezco a mi Señor Dios todo poderoso, porque fue él que con su manto protector y sus bendiciones ha podido guiarme para llegar hasta donde he llegado, por hacer realidad este sueño anhelado. Y un agradecimiento infinito a la UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA por darme la oportunidad de estudiar y de formarme como un gran un profesional.

## INDICE DE CONTENIDO

CONTENIDO	PAG.
PORTADA .....	i
AUTORIZACIÓN DIRECTOR DE TESIS .....	ii
CERTIFICACIÓN .....	iii
AUTORÍA .....	iv
CARTA DE AUTORIZACIÓN .....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
A. TÍTULO .....	1
B. RESUMEN .....	2
ABSTRACT .....	3
C. INTRODUCCIÓN .....	4
D. REVISIÓN DE LITERATURA .....	6
4.1. Estudio de Mercado .....	6
4.1.1. Tipos de Estudios de Mercado .....	6
4.1.2. Segmento de Mercado .....	7
4.1.3. Tipos de Segmentación de Mercado .....	8
4.1.4. Proceso del Estudio de Mercado .....	9
4.1.5. Demanda .....	10
4.1.6. Oferta .....	11
4.1.7. Competencia .....	13
4.1.8. Proveedores .....	14
4.2. Plan de Negocios .....	14
4.2.1. Descripción de un Plan de Negocios .....	15
4.2.2. Características de un Plan de Negocios .....	16
4.2.3. Bosquejo del Plan de Negocios de (LONGENECKER, 2010) .....	16
4.2.4. Plan de Negocios PROPUESTO .....	17
4.2.5. Marketing .....	18
4.2.6. Socialización de Proyecto .....	22



<b>4.3. Marco Legal.....</b>	<b>23</b>
4.3.1 Constitución política de la República del Ecuador .....	23
4.3.2. Ley de Cultura.....	24
4.3.3. Ley de Patrimonio Cultural, 1979 .....	26
4.3.4. Políticas y Sistema de Museos del Ecuador, 2010 .....	27
4.3.5. Plan Nacional de Cultura del Ecuador, 2017.....	28
4.3.6. Ley de Turismo.....	29
<b>4.4. Marco Conceptual.....</b>	<b>29</b>
<b>E. MATERIALES Y MÉTODOS.....</b>	<b>35</b>
<b>5.1. Materiales.....</b>	<b>35</b>
5.1.1. Equipos.....	35
5.1.2. Herramientas .....	35
5.1.3. Instrumentos.....	35
5.1.4. Recursos .....	35
<b>5.2. Métodos .....</b>	<b>36</b>
5.2.1. Ubicación del área de estudio.....	36
5.2.2. Ubicación política .....	37
5.2.3. Ubicación geográfica.....	40
<b>5.3. Aspectos biofísicos y climáticos.....</b>	<b>42</b>
5.3.1. Aspectos biofísicos (Flora – Fauna).....	42
5.3.2. Aspectos Climáticos .....	45
<b>5.4. Tipo de Investigación .....</b>	<b>48</b>
5.4.1. Investigación descriptiva .....	48
5.4.2. Investigación de campo.....	48
5.4.3. Investigación observación – documental.....	49
<b>5.5. Establecer el diagnóstico situacional del área de estudio. ....</b>	<b>49</b>
5.5.1. Recolección de Información .....	49
<b>5.6. Realizar el Plan de Negocios mediante la aplicación del estudio de mercado.....</b>	<b>50</b>
5.6.1. Elaboración e Interpretación de encuestas .....	50
5.6.2. Estudio de Mercado .....	50
5.6.3. FODA .....	51
5.6.4. Plan de Negocios, Modelo de Plan de Negocios según Longenecker, Moore y Petty.....	51

<b>5.7. Socializar el Plan de Negocios a las autoridades pertinentes. ....</b>	<b>52</b>
<b>F. RESULTADOS.....</b>	<b>53</b>
<b>6.1. Establecer el diagnóstico situacional del área de estudio. ....</b>	<b>53</b>
<b>6.1.1. Recolección de la Información .....</b>	<b>53</b>
<b>6.2. Realizar el Plan de Negocios mediante la aplicación del estudio de mercado.....</b>	<b>62</b>
<b>6.2.1. Elaboración e Interpretación de encuestas .....</b>	<b>62</b>
<b>6.2.2. Estudio de Mercado .....</b>	<b>72</b>
<b>6.2.3. FODA .....</b>	<b>84</b>
<b>ETAPA VII: .....</b>	<b>122</b>
<b>Análisis Financiero.....</b>	<b>122</b>
<b>6.3. Socializar el Plan de Negocios a las autoridades pertinentes. ....</b>	<b>134</b>
<b>G. DISCUSION.....</b>	<b>136</b>
<b>7.1. Realizar el diagnóstico situacional del área de estudio.....</b>	<b>136</b>
<b>7.2. Realizar el Plan de Negocios mediante la aplicación del estudio de mercado.....</b>	<b>137</b>
<b>7.3. Socializar el Plan de Negocios a las autoridades pertinentes. ....</b>	<b>139</b>
<b>H. CONCLUSIONES .....</b>	<b>141</b>
<b>I. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>142</b>
<b>J. BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>143</b>
<b>K. ANEXOS .....</b>	<b>146</b>

## INDICE DE CUADROS

CONTENIDO	PAG.
Cuadro 1. Metodología a aplicar, Plan de Negocios - propuesto.....	17
Cuadro 2. Representación de los Cantones de la Provincia de Sucumbíos. ....	42
Cuadro 3. Flora de Nueva Loja - Lago Agrio. ....	42
Cuadro 4. Mamíferos de Nueva Loja - Lago Agrio. ....	43
Cuadro 5. Peces de Nueva Loja - Lago Agrio. ....	44
Cuadro 6. Aves de Nueva Loja - Lago Agrio. ....	44
Cuadro 7. Réptil de Nueva Loja - Lago Agrio.....	44
Cuadro 8. Uso del Suelo, Nueva Loja - Lago Agrio.....	53
Cuadro 9. Formaciones Geología - Litología de Nueva Loja - Lago Agrio. ....	54
Cuadro 10. Tipos de Relieves Geomorfòlicos, Nueva Loja - Lago Agrio.....	55
Cuadro 11. Actividades econòmicamente productivas de Lago Agrio.....	56
Cuadro 12. Perfil del Turista/Visitante - Demanda.....	73
Cuadro 13. FODA, Creación del Museo etnogràfico "Amazònico del Ecuador" en Nueva Loja - Lago Agrio. ....	84
Cuadro 14. Matriz de Proveedores, Nueva Loja - Lago Agrio. ....	86
Cuadro 15. Datos de la empresa - Museo etnogràfico. ....	88
Cuadro 16. Operatividad tècnica del Museo Etnogràfico .....	113
Cuadro 17. Imagen Corporativa.....	117
Cuadro 18. Eslogan. ....	117
Cuadro 19. Logotipo. ....	118
Cuadro 20. Tarjeta de presentaciòn.....	118
Cuadro 21. Hoja empresarial.....	119
Cuadro 22. Carpetas distintivas de la empresa. ....	119
Cuadro 23. Camisetas distintivas del personal.....	120
Cuadro 24. Gorras / recuerdos. ....	120
Cuadro 25. Hoja volante. ....	121
Cuadro 26. Tríptico. ....	121
Cuadro 27. Presupuesto de Inversiòn, Creaciòn del Museo etnogràfico .....	122

Cuadro 28. Costo de Servicios.....	124
Cuadro 29. Proyección de visitantes anual. ....	124
Cuadro 30. Proyección de Ingresos por servicios 1 año. ....	124
Cuadro 31. Presupuesto anual de Egresos - Proyección de costos .....	125
Cuadro 32. Memorias de Cálculo de Costos. - Costos de Administración.....	126
Cuadro 33. Costos de publicidad. ....	126
Cuadro 34. Costos de Operación.....	127
Cuadro 35. Proyección de Costos del Personal.....	127
Cuadro 36. Costos Totales. ....	128
Cuadro 37. Presupuesto Anual de Ingresos, proyectados a 10 años. ....	129
Cuadro 38. Estado de Resultados.....	129
Cuadro 39. Flujo de efectivo.....	130
Cuadro 40. Punto de Equilibrio.....	130
Cuadro 41. Análisis de Rentabilidad (VAN, TIR, B/C) .....	131
Cuadro 42. Amortización de Préstamo financiero, para la Creación del Museo. ....	133
Cuadro 43. Gastos del coffe break de la reunión de Socialización del Proyecto. ....	135

## INDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PAG.
Tabla 1. Valorización de la Temperatura 2011 – Parroquia Nueva Loja.....	45
Tabla 2. Precipitación anual - Nueva Loja.....	46
Tabla 3. Humedad relativa, Nueva Loja - Lago Agrio. ....	47
Tabla 4. Población por Segmentación de edades, Nueva Loja - Lago Agrio. ....	58
Tabla 5. PEA según Población Involucrada, Nueva Loja - Lago Agrio.....	59
Tabla 6. Atractivos culturales. ....	60
Tabla 7. Atractivos culturales –Gastronomía.....	61
Tabla 8. Atractivos Naturales de Nueva Loja - Lago Agrio. ....	61
Tabla 9. Conoce Ud., que es un Museo etnográfico. ....	62
Tabla 10. Creación de un Museo etnográfico. ....	63
Tabla 11. Beneficio al crecimiento económico con la creación del Museo.....	64
Tabla 12. Diseño del Museo etnográfico por áreas o explanada.....	65
Tabla 13. De acuerdo o no por el cobro del ingreso al Museo etnográfico. ....	66
Tabla 14. Estaría de acuerdo con la participación de los integrantes de las mismas etnias amazónicas.....	67
Tabla 15. Del sector apropiado para la Creación del Museo etnográfico. ....	68
Tabla 16. Le gustaría que las Instituciones públicas y privadas en la creación del Museo etnográfico.....	69
Tabla 17. Cree que se contribuiría a la conservación, rescate y valor cultural con la Creación del Museo etnográfico. ....	70
Tabla 18. De estas etnias amazónicas cuales conoce o identifica Ud.....	71
Tabla 19. Etnias de la Amazonía Ecuatoriana. ....	75
Tabla 20. Tamaño del mercado, Nueva Loja - Lago Agrio. ....	79
Tabla 21. Tamaño de mercado, Lago Agrio - Sucumbíos. ....	79
Tabla 22. Proyección de Demanda (5 años), Nueva Loja - Lago Agrio.....	80
Tabla 23. Planta Turística de Nueva Loja -Lago Agrio.....	81
Tabla 24. Descripción del cargo de Gerente. ....	93

Tabla 25. Descripción del cargo de administrador.....	94
Tabla 26. Descripción del cargo de Contador.....	95
Tabla 27. Descripción del cargo de secretaria .....	96
Tabla 28. Descripción del cargo de Recepcionista. ....	97
Tabla 29. Descripción del cargo de Guardia.....	98
Tabla 30. Descripción del personal de mantenimiento.....	99
Tabla 31. Características y distribución del Museo etnográfico.....	100
Tabla 32. Información de las diferentes etnias culturales de la Amazónica ecuatoriana. ....	101
Tabla 33. Estrategias de Marketing, para promocionar y difundir el Museo etnográfico "Amazónico del Ecuador".....	116

## INDICE DE GRÁFICO

CONTENIDO	PAG.
Gráfico 1. Promedio mensual de temperatura – Nueva Loja. ....	45
Gráfico 2. Precipitación anual de Nueva Loja. ....	46
Gráfico 3. Promedio anual de la humedad en Nueva Loja. ....	47
Gráfico 4. Segmentación por edades, Población Nueva Loja - Lago Agrio. ....	58
Gráfico 5. Conoce Ud., que es un Museo etnográfico. ....	62
Gráfico 6. Creación de un Museo etnográfico. ....	63
Gráfico 7. Beneficio al crecimiento económico con la creación del Museo. ....	64
Gráfico 8. Diseño del Museo etnográfico por áreas o explanada. ....	65
Gráfico 9. De acuerdo o no por el cobro del ingreso al Museo etnográfico. ....	66
Gráfico 10. Estaría de acuerdo con la participación de los integrantes de las mismas etnias .....	67
Gráfico 11. Del sector apropiado para la Creación del Museo etnográfico. ....	68
Gráfico 12. Le gustaría que las Instituciones públicas y privadas en la creación del Museo etnográfico.....	69
Gráfico 13.....	70
Gráfico 14. De estas etnias amazónicas cuales conoce o identifica Ud.....	71
Gráfico 15. Diseño de la Planta baja del Museo etnográfico .....	115
Gráfico 16. Diseño de la Planta alta del Museo etnográfico.....	115
Gráfico 17. Simulador de crédito BNF. ....	132

## INDICE DE ANEXO

<b>CONTENIDO</b>	<b>PAG.</b>
<b>Anexo 1.</b> Formato de encuesta aplicada. ....	146
<b>Anexo 2.</b> Ficha técnica de identificación del proyecto/propuesta. ....	148
<b>Anexo 3.</b> Características del área de estudio. ....	149
<b>Anexo 4.</b> Características de ámbito social y Cultural. ....	151
<b>Anexo 5.</b> Ficha Técnica Cultural de la etnia Cofán. ....	153
<b>Anexo 6.</b> Ficha Técnica Cultural de la etnia Kichwa. ....	156
<b>Anexo 7.</b> Ficha Técnica Cultural de la etnia Siona. ....	160
<b>Anexo 8.</b> Ficha Técnica Cultural de la etnia Secoya. ....	163
<b>Anexo 9.</b> Ficha Técnica Cultural de la etnia Shuar. ....	165
<b>Anexo 10.</b> Ficha Técnica Cultural de la etnia Achuar. ....	168
<b>Anexo 11.</b> Ficha Técnica Cultural de la etnia Huaorani. ....	171
<b>Anexo 12.</b> Ficha Técnica Cultural de la etnia Tagaeri. ....	174
<b>Anexo 13.</b> Ficha Técnica Gastronómica – Maito de pescado. ....	177
<b>Anexo 14.</b> Ficha Técnica Gastronómica - Pincho de Mayones. ....	179
<b>Anexo 15.</b> Ficha Técnica Gastronómica - Chicha de Yuca. ....	181
<b>Anexo 16.</b> Laguna Julio Marín. ....	183
<b>Anexo 17.</b> Playas de Arena Chiparo. ....	186
<b>Anexo 18.</b> Río Aguarico. ....	189
<b>Anexo 19.</b> Fotografías. ....	192
<b>Anexo 20.</b> Diseño de la Planta baja del Museo etnográfico ....	195
<b>Anexo 21.</b> Diseño de la Planta alta del Museo etnográfico ....	196
<b>Anexo 22.</b> Solicitud de sociabilización. ....	197
<b>Anexo 23.</b> Respuesta de autorización de sociabilización. ....	198
<b>Anexo 24.</b> Acta de constatación de la socialización ....	199
<b>Anexo 25.</b> Acta de constatación de la socialización reverso. ....	200
<b>Anexo 26.</b> Agenda de socialización. ....	201



## INDICE DE DIAGRAMA

<b>CONTENIDO</b>	<b>PAG.</b>
Diagrama 1. Socios Participativos, Creación del Museo etnográfico "Amazónico del Ecuador".....	91
Diagrama 2. Talento humano, Museo etnográfico "Amazónico del Ecuador".....	92

## INDICE DE MAPAS

<b>CONTENIDO</b>	<b>PAG.</b>
Mapa 1. Área de estudio, Nueva Loja.....	37
Mapa 2. Cantón Lago Agrio, Provincia de Sucumbíos.....	39
Mapa 3. División Política de la Provincia de Sucumbíos.....	41
Mapa 4. Ubicación por regiones de las etnias amazónicas del Ecuador.....	74
Mapa 5. Ubicación del Museo Etnográfico Amazónico.....	89

## **A. TÍTULO**

**PLAN DE NEGOCIOS, MEDIANTE UN ESTUDIO DE MERCADO PARA  
PROPONER LA CREACIÓN DEL MUSEO ETNOGRÁFICO  
“AMAZÓNICO DEL ECUADOR” EN LA PARROQUIA NUEVA LOJA,  
CANTÓN LAGO AGRIO**

## **B. RESUMEN**

El estudio se desarrolló en la Provincia de Sucumbíos, tuvo como objetivo Diseñar un Plan de Negocios para proponer la creación de un Museo etnográfico “Amazónico del Ecuador”, ubicado en la Parroquia Nueva Loja, Cantón Lago Agrio, atractivo predominante para el rescate cultural cubriendo la problemática actual del sector, y expectativas de fortalecer, conservar, y valorar el patrimonio cultural amazónico, motivo por el cual se planteó realizar este Trabajo de Titulación. Se procedió a realizar un diagnóstico situacional conjuntamente con un estudio de mercado, logrando determinar condiciones del sector, como; aspectos climáticos, económicos, turísticos, sociales y productivos mediante las técnicas de observación e interpretación, aplicando los instrumentos de encuesta, fichas de recolección y de información, generando identificar la demanda y oferta turística a la cual se dirigió esta propuesta, obteniendo así el conocimiento del impacto turístico y socio-económico. La propuesta presentada, estableció lineamientos de un turismo cultural responsable y sostenible, unido la consecuencia de aplicar el Plan de Negocios y el rescate de valorización cultural que se posee en la zona, fortaleciendo el ámbito turístico local y la conservación de cada una de las etnias, saberes ancestrales, artesanía y modo de vida. Socializado a las Autoridades del Cantón, los cuales estipularon que actuarían para cumplir objetivos estratégicos: lograr estudiar el documento, desarrollar e implementar ideas que se direccionen a esta propuesta diseñada y expuesta, y proceder a ser parte de una cultura propuesta para la planta turística del Cantón.

**Palabras clave:** Estudio de mercado, Museo etnográfico, Turismo/Cultural, Plan de negocios.

## **ABSTRACT**

The study was conducted in the Province of Sucumbíos, aimed to design a business plan to propose the creation of an ethnographic museum "Amazon of Ecuador", located in the Parish Nueva Loja, Lago Agrio Canton, attractive predominantly for cultural rescue covering the current problems of the sector and strengthen expectations, maintain, and evaluate the Amazonian cultural heritage, why was raised Titling this work. He carried out a situational analysis in conjunction with market research, achieving determine industry conditions, such as; climatic, economic, tourist, social and productive aspects through the techniques of observation and interpretation, using survey instruments and records data collection, generating identify demand and tourism to which this proposal addressed, gaining knowledge tourism and socio-economic impact. The proposal established guidelines for a cultic responsible and sustainable tourism, united the consequence of applying the Business Plan and the rescue of cultural significance that has in the area, strengthening the local tourism sector and conservation of each of the ethnic groups, ancestral knowledge, crafts and way of life. Socialized to the cantonal authorities, which stipulated that act to meet strategic objectives: to achieve study the document, develop and implement ideas that are routed to this proposal designed and exposed, and proceed to be part of a culture proposal for the tourism plant Canton.

Keyword: Market, Ethnographic Museum, Tourism / Cultural, Business Plan.

## C. INTRODUCCIÓN

Durante muchos años el Cantón de Lago Agrio se ha venido desarrollando gran actividad petrolera misma que ha sido el ingreso económico que ha generado empleos a los moradores del Cantón, a su vez a través de este ingreso no solo el Cantón ha realizado varias obras beneficiosas sino también el país en su totalidad, de igual forma como es conocimiento de todos los ecuatorianos al momento ya el petróleo está perdiendo su valor económico y poco a poco ya se está acabando; tal es el motivo que surge la puesta y marca actual el turismo, como segunda fuente de ingreso para lo cual se ha considerado los siguientes objetivos.

Uno de los principales problemas que tiene el sector de estudio es la falta de valoración y rescate cultural, para lo cual se elaborará un plan de negocios, mediante el estudio de mercado, para proponer la creación del museo etnográfico “Amazónico del Ecuador”, en Nueva Loja – Lago Agrio que cumplirá el rol de fortalecer, conservar, rescatar y valor el patrimonio cultural del pueblo amazónico, y a su vez incrementar el desarrollo turístico y socio-económico, ayudando a formar nuevas plazas trabajo para la sociedad y generar ingreso económico a las familias

La presencia y coexistencia de factores culturales propios de sus etnias con otros, ajenos a ella, que han sido incorporados en las nuevas generaciones. Este proceso ha sido inevitable y la lucha actual de comunidades se traduce en desarrollar actividades, que, si bien se insertan en las dinámicas mercantiles, no afecten ni desarticulen su estructura cultural básica, el conocimiento ancestral de cada etnia y (cosmovisión), y la riqueza que posee sus culturas y saberes ancestrales.

Por lo tanto, es necesario tener una visión de turismo/cultural con un enfoque integral que sirva de eje para el desarrollo sostenible y sustentable, promoviendo mediante la creación del Museo etnográfico la conservación, rescate y valoración

de los recursos humanos, artesanales e históricos de cada una de las etnias de la Amazonía Ecuatoriana. Considerando una actividad que no solo contribuya al desarrollo económico, sino a la integración social y al acercamiento entre los pueblos; siendo una modalidad en la que convergen políticas culturales y respeto por sus hábitos.

Para la elaboración del plan de negocios se obtuvo información, materiales tangibles e intangibles necesarios que proporcionará el Ministerio de turismo, Municipio y el GAD del Cantón Lago Agrio sobre cada una de las etnias de la Amazonía Ecuatoriana como son; Huaorani, Achuar, Shuar, Cofán, Siona-Secoya, Kichwa y Tagaeri.

### **Objetivo General**

Diseñar un Plan de Negocios, mediante el estudio de mercado, para proponer la creación del museo etnográfico “Amazónico del Ecuador”, en la parroquia Nueva Loja, Cantón Lago Agrio.

### **Objetivos Específicos**

- Establecer el diagnóstico situacional del área de estudio.
- Realizar el Plan de Negocios mediante la aplicación del estudio de mercado.
- Socializar el Plan de Negocios a las autoridades pertinentes.

## D. REVISIÓN DE LITERATURA

### 4.1. Estudio de Mercado

Es una investigación descriptiva (tipo de investigación concluyente que tiene como objetivo principal la descripción de algo, generalmente las características o funciones del mercado). Describiendo el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor. (NARESH, 2010, 6ta. Edición).

El Estudio de Mercado consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización. (KOTLER PHILIP, 2010).

Es la recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing. (GEOFFREY, 2011).

Teniendo en cuenta las anteriores definiciones, se entiende que un Estudio de Mercado es un proceso sistemático que analiza sectores para identificar datos de clientes, competidores, infraestructura del entorno, los cuales facilitan a mejorar, expandir o crear nuevos productos y/o servicios.

#### 4.1.1. Tipos de Estudios de Mercado

- **Estudios cualitativos.** - suelen usarse al principio del proyecto, cuando se sabe muy poco sobre el tema. Se utilizan entrevistas individuales y detalladas o debates con grupos pequeños para analizar los puntos de vista y la actitud de la gente de forma un tanto desestructurada, permitiendo que los encuestados hablen por si mismos con su propia palabra. Los datos resultantes de los métodos cualitativos pueden ser muy ricos y fascinantes,



y deben servir como hipótesis para iniciar nuevas investigaciones. (GEOFFREY, 2011).

Son de naturaleza exploratoria y no se puede proyectar a una población más amplia (grupos objetivos). (BLOOM, 2010).

- **Estudios Cuantitativos.** - intentan medir, enumerar. Gran parte de los estudios son de este tipo: cuanta gente compra esta marca, con qué frecuencia, donde, etc. Incluso los estudios sobre la actitud y la motivación alcanzan una fase cuantitativa cuando se investiga cuanta gente asume cierta actitud. (GEOFFREY, 2011).

Se basan generalmente en una muestra al azar y se puede proyectar a una población más amplia. (Las encuestas). (BLOOM, 2010).

- **Informe con los Resultados.** - Los análisis y la evaluación de datos transforman los datos no procesados recopilados durante la encuesta de campo (y de la investigación documental), en información administrativa (informe), para luego darse a conocer de una manera atractiva y efectiva. (CHISNALL, 2011).

#### **4.1.2. Segmento de Mercado**

Un segmento de mercado se define como un grupo de consumidores que responde de forma similar a un conjunto determinado de esfuerzos de marketing. (ARMSTRONG, 2012 /6ta Edición).

Es un grupo de clientes con diferentes deseos, preferencias de compra o estilo de uso de producto y/o servicios. (KOTLER, 2012).

El Segmento de mercado es un grupo relativamente grande y homogéneo de consumidores que se pueden identificar dentro de un mercado que tienen deseos, poder de compra, ubicación geográfica, actitudes o hábitos de compra similares y

que reaccionan de modo pareció ante una mezcla de marketing. (KOTLER PHILIP, 2010).

Entendiendo las definiciones suscritas, el Segmento de mercado como su nombre lo indica es, el proceso de dividir o segmentar en grupos uniformes la demanda o consumidores, que tenga las características y necesidades semejantes al producto y/o servicio que oferta la empresa u organización.

#### **4.1.3. Tipos de Segmentación de Mercado**

No existe una sola forma de segmentar un mercado, es por eso que se deben probar diversas variables, solas y combinadas, con la esperanza de encontrar la manera óptima de concebir la estructura del mercado. Entre las variables de segmentación que se utilizan, están: (KOTLER PHILIP, 2010).

- **Segmentación geográfica.** - Subdivisión de mercados con base en su ubicación. Posee características mensurables y accesibles. Requiere la división de los mercados en diferentes unidades geográficas, como son países, estados, regiones, condados, ciudades o vecindarios. Tener en cuenta el mercado objetivo.
- **Segmentación demográfica.** - Consiste en la división de mercados en grupos de acuerdo con variables demográficas como son edad, sexo, tamaño de la familia, ciclo de vida de la familia, ingresos, ocupación, educación, religión, raza y nacionalidad. Las características demográficas más conocidas; edad, género, ingreso y escolaridad.
- **Segmentación psicográfica.** - Consiste en examinar atributos relacionados con pensamientos, sentimientos y conductas de una persona. Utilizando dimensiones de personalidad, características del estilo de vida y valores. Los compradores se dividen en diferentes grupos en base a su clase social, estilo de vida y/o características de personalidad.

- **Segmentación conductual.** - Se refiere al comportamiento relacionado con el producto, utiliza variables como los beneficios deseados de un producto y la tasa a la que el consumidor utiliza el producto. Los compradores están divididos en grupos basados en sus conocimientos, actitudes, un o respuesta hacia un producto.

#### **4.1.4. Proceso del Estudio de Mercado**

Según (BLOOM, 2010) un proyecto eficaz de estudio de mercado tiene cuatro etapas básicas:

- a) Establecimiento de los objetivos del estudio y definición del problema que se intenta abordar.
- b) Realización de investigación exploratoria, antes de llevar a cabo un estudio formal se analizan datos secundarios, se observa las conductas y entrevistan a grupos para comprender la situación actual.
- c) Búsqueda de información primaria; suele realizarse de la siguiente manera:
  - Investigación basada en la observación
  - Entrevistas cualitativas
  - Entrevista grupal
  - Investigación basada en encuestas
  - Investigación experimental
- d) Análisis de los datos y presentación del informe: la etapa final en el proceso de estudio de mercado es desarrollar una información y conclusión significativa para presentar al responsable de las decisiones que solicito el estudio.

#### 4.1.5. Demanda

Es la cantidad de compradores que quieren y necesitan un bien o servicio, al cual puedan comprarlo. (MANKIWI, 2012 /3ra Edición.).

Se define como “el deseo que tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago”. (KOTLER, 2012).

El Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., define como el valor global que expresa la intención de compra de una colectividad. La curva de Demanda indica las cantidades de un cierto producto que los individuos o la sociedad están dispuestos a comprar en función de su precio y sus rentas.

Es decir, en síntesis, la Demanda es la suma de las compras de bienes y servicios que realiza un cierto grupo social en un momento determinado en función de un precio.

##### a) Análisis estructural de la Demanda

Según (FISCHER LAURA, 2011 /3era. Edición), para caracterizar una demanda se requiere la siguiente estructura:

- **Cantidad de bienes o servicios.** - Se refiere a un cierto número de unidades que los compradores estarían dispuestos a comprar o que ya han sido adquiridas.
- **Compradores o consumidores.** - Son las personas, empresas u organizaciones que adquieren determinados productos para satisfacer sus necesidades o deseos.
- **Necesidades y deseos.** - Es el estado en el que se siente la privación de algunos factores básicos (alimento, vestimenta, seguridad, estimación). En

cambio, los deseos consisten en anhelar los satisfactores específicos para estas necesidades profundas.

- **Disposición a adquirir el producto o servicio.** - Se refiere a la determinación que tiene el individuo, empresa u organización por satisfacer su necesidad o deseo.
- **Capacidad de pago.** - Es el medio económico necesario del individuo, empresa u organización, para realizar la adquisición.
- **Precio dado.** - Es el valor expresado, por lo general en términos monetarios que tienen los bienes y servicios.
- **Lugar establecido.** - Es el espacio físico y/o virtual, en el que los compradores están dispuestos a realizar su adquisición.

#### **4.1.6. Oferta**

Según American Marketing Association (A.M.A.) define la oferta como; “el número de unidades de un producto que será puesto en el mercado durante un periodo de tiempo”.

Oferta, se refiere a las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado. Es decir, son las cantidades de una mercancía que los productores están dispuestos a poner en el mercado, las cuales tienden a variar en relación directa con el movimiento del precio. (FISCHER LAURA, 2011 /3era. Edición).

La oferta es la combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrece en un mercado para satisfacer una necesidad o deseo, sin limitarse a productos físicos sino también a servicios, actividades o beneficios. (KOTLER, 2012).

Concluyendo según definiciones de expertos, la Oferta es el conjunto de propuestas de precios que se hacen en el mercado para la venta de bienes y/u servicios.

#### a) Análisis estructural de la Oferta

Según (FISCHER LAURA, 2011 /3era. Edición), para determinar la oferta se requiere la siguiente estructura:

- **La existencia de vendedores.** - Se refiere a la existencia de individuos, empresas u organizaciones que tienen un producto o servicio a la venta.
- **La cantidad de un producto.** - Es el número de unidades de un producto y/o servicio que los vendedores están dispuestos a vender a un precio determinado.
- **La capacidad de vender.** - Se refiere a la cantidad de productos y/o servicios que los vendedores “pueden” proveer al mercado, a un precio determinado y en un cierto tiempo.
- **El puesto en el mercado.** - Se refiere a un determinado lugar, que puede ser físico o virtual, en el que se pondrá a la venta los productos o servicios.
- **El precio determinado.** - Es la expresión de valor, por lo general en términos monetarios que tienen los bienes y servicios que los vendedores ponen a la venta.
- **El periodo de tiempo.** - Se refiere a un ciclo establecido (años, meses, semanas o días) en el que el producto o servicio estará disponible para la venta, a un precio determinado.

#### 4.1.7. Competencia

Según el diccionario de la Real Academia Española, define como:

- Disputa o contienda entre dos o más individuos sobre algo.
- Oposición o rivalidad entre dos o más que aspiran a obtener la misma cosa.
- Situación de empresas que rivalizan en un mercado ofreciendo o demandando un mismo producto o servicio.

Según Philippe Perrenoud, la Competencia es una posibilidad, para un individuo o grupo de movilizar de manera interiorizada un conjunto integrado de recursos en vista a resolver una familia de situaciones problemas.

Competencia es, “Saber – Hacer en un contexto socio – cultural específico, en donde el ser humano es capaz de resolver problemas reales (no hipotéticos) y elaborar productos (tangibles o intangibles) que son importantes para el o para una comunidad determinada”. (OSORIO, 2013)

- **“Saber cómo o Pericia”**: son los procedimientos para hacer las cosas o el conocimiento de cómo ejecutar algo.
- **“Saber qué”**: es un conocimiento proposicional acerca del conjunto físico de procedimientos apropiados para la ejecución de algo.

##### a) Características de las Competencias

Según el autor (OSORIO, 2013):

- Las competencias no son observables directamente; hay que inferirlas a través de desempeños – acciones – indicadores.
- El nivel de desarrollo de las competencias se evalúa en campos como; lo social, lo cognitivo, lo ético, lo estético, lo cultural etc.

- Las competencias son las mismas para todos los grados o niveles; lo que varía es su nivel de complejidad según el avance en el desarrollo de la situación actual.

Las mismas que señalan como componentes:

- El contexto, constituido por un saber (saber que) y un Hacer (Saber cómo).
- Los valores (saber – por qué).
- Las actitudes (saber – poder).
- La Motivación (querer – saber).

#### **4.1.8. Proveedores**

Es todo movimiento y almacenamiento que facilite el flujo de productos desde el punto de compra de los materiales hasta el punto de consumo, así como los flujos de información que se ponen en marcha, con el fin de dar al consumidor el nivel de servicio adecuado a un costo razonable. (BALLOU, 2010).

Según Anaya Julio, es el control del flujo de materiales desde la fuente de aprovisionamiento hasta situar el producto en el punto de venta de acuerdo con los requerimientos del cliente.

Considerando los conceptos expuestos, Proveedor es la Gestión de la cadena de suministros que implementa y controla el flujo de materiales y almacenamiento de productos, asociada desde el punto de origen hasta el consumo con el fin de satisfacer necesidades y/u deseos de los usuarios/clientes.

#### **4.2. Plan de Negocios**

Es un documento escrito que establece la idea básica que subyace de un negocio determinando aspectos o condiciones que tiene que ver con su inicio;



administración, mercadotecnia, operación y finanzas, con metas identificadas que se convierten en objetivos. (PÉREZ, 2010).

Un Plan de negocios es un instrumento clave y fundamental para el éxito de los empresarios. Es una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa o proyecto con un sistema de planeación tendiente a alcanzar metas determinadas. (FLEITMAN, 2010)

El Plan de negocios es un medio para concretar ideas; y ponerlas en forma escrita, de manera formal y estructurada, por lo que se convierte en una guía de la actividad diaria del emprendedor, es el elemento de medición que sirve de base para comparar los resultados reales y tomar medidas correctivas, si es necesario. (MANKIWI, 2012 /3ra Edición.).

Concibiendo las definiciones de los autores, un Plan de negocios es un instrumento y/o documento donde se describe una serie de pasos ordenados para el desarrollo de un proyecto de una idea de negocio. Donde se encuentra paso a paso, el avance de su planeación emprendedora, describiendo así la trayectoria técnica, operacional y financiera entrelazada entre sí durante todo el proceso.

#### **4.2.1. Descripción de un Plan de Negocios**

Según (JOAQUÍN, 2010), un Plan de negocios se lo describe así:

- El producto o servicio.
- La competencia.
- El mercado.
- La Producción del producto y/o la prestación del servicio.
- El sistema de administración (organización).
- El estado financiero del proyecto.
- La planeación estratégica y operativa.
- Los requisitos legales.

#### 4.2.2. Características de un Plan de Negocios

Según (ESTRELLA, 2010), un Plan de negocios debe poseer las siguientes características:

- **Claro.** - Sin ambigüedades, entendible (que cualquier persona lo pueda comprender), que no deje lugar a dudas o se preste a confusiones.
- **Conciso.** - Que contenga solo la información necesaria, sin más datos que los realmente indispensables.
- **Informativo.** - Con los datos necesarios que permitan; tener una imagen clara del proyecto (incluyendo sus ventajas competitivas y sus áreas de oportunidad), medir la factibilidad de este y facilitar la implantación que asegure paso a paso un desarrollo adecuado del mismo.

#### 4.2.3. Bosquejo del Plan de Negocios de (LONGENECKER, 2010).

- Portada.
- Resumen Ejecutivo
- Introducción.
- Panorama General de la Compañía u Empresa.
- Productos y/o Servicios.
- Plan de Administración.
- Plan Operatividad Técnica
- Plan Económico y Financiero.
- Apéndice de documentos de apoyo.

#### 4.2.4. Plan de Negocios PROPUESTO

**Cuadro 1.** Metodología a aplicar, Plan de Negocios - propuesto

<b>METODOLOGIA A APLICAR</b>	
<b>ETAPA I.</b>	<b>Resumen Ejecutivo</b>
<b>ETAPA II.</b>	<b>Introducción</b>
<b>ETAPA III.</b>	<b>Descripción del Negocio (empresa)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La empresa – razón social</li> <li>• Misión</li> <li>• Visión</li> <li>• El Equipo</li> <li>• Aspectos Legales</li> </ul>
<b>ETAPA IV.</b>	<b>Descripción del Producto y/o Servicio</b>
<b>ETAPA V.</b>	<b>Plan Operatividad técnica</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recursos Humanos</li> <li>• Recursos Materiales</li> <li>• Diseño</li> </ul>
<b>ETAPA VI.</b>	<b>Estrategias de Marketing</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Producto</li> <li>• Precio</li> <li>• Plaza</li> <li>• Promoción</li> </ul>
<b>ETAPA VI.</b>	<b>Plan económico y financiero</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presupuesto</li> <li>• Financiamiento</li> </ul>
<b>ETAPA VII.</b>	<b>Anexos</b>

Fuente: (JACOBSOHN, 2010)

Elaborado por: la autora.

#### **4.2.5. Marketing**

The Chartered Institute of Marketing (CIM del Reino Unido) define el Marketing como el proceso de administrar responsablemente la identificación, anticipación y satisfacción de las necesidades de los clientes de forma rentable.

Marketing, es un sistema total de actividades de negocios ideado para plantear productos satisfactorios de necesidades, asignarles precio, promoverlos y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la empresa u organización. (STANTON, 2012 /13a. Edición).

Marketing, es un proceso que consiste en identificar y satisfacer las necesidades de las personas y de la sociedad. Es decir “satisfacer necesidades de forma rentable”. (ARMSTRONG, 2012 /6ta Edición).

Analizando los conceptos referentes que los expertos determinan, indican que el Marketing es la participación activa en el desarrollo del producto y/o servicio, que idea un sistema de actividades para la fijación de precio, elección e implementación de los canales de distribución, procesos de promoción, monitoreo y control a cambio de una utilidad o beneficio para la empresa u organización.

##### **a) Mercadotecnia**

La American Marketing Association (A.M.A), define que es una función de la organización y un conjunto de procesos para crear, comunicar y entregar valor a los clientes, y para manejar las relaciones con estos últimos, de manera que beneficien a toda la organización.

Para Jerome McCarthy, es la realización de aquellas actividades que tienen por objeto cumplir las metas de una organización, al anticiparse a los requerimientos del consumidor o cliente y al encauzar un flujo de mercancías aptas a las necesidades y los servicios que el productor presta al consumidor o cliente.

En síntesis, la Mercadotecnia es un sistema total de actividades que incluye un conjunto de procesos mediante los cuales se identifican las necesidades o deseos existente en el mercado para satisfacer de la mejor manera posible al promover el intercambio de productos y/o servicios de valor con los clientes por canales de distribución (difusión), a cambio de una utilidad o beneficio monetario.

## **b) Logotipo**

La American Marketing Association (A.M.A), define que es un diseño gráfico utilizado como una continuación del símbolo por la compañía, organización o marca, y es a menudo, la forma de una adaptación del nombre de la compañía o de la marca, o es utilizada conjuntamente con el nombre.

El Diccionario de Marketing de Cultural S.A, menciona que es el símbolo que utiliza normalmente una empresa / marca para que la identifiquen con más facilidad.

El término Logo (abreviatura de Logotipo) se usa indistintamente para denotar el símbolo de marca o incluso el nombre de marca, en especial si este se escribe de forma distintiva y estilizada. (STANTON, 2012 /13a. Edición).

Sintetizando lo referente, un Logotipo o Logo, es el símbolo – imagen por el cual se identifica el producto y/u servicio, empresa u organización es el elemento importante para determinar la marca, no se pronuncia ni se expresa se manifiesta visualmente.

## **c) Marca**

Una marca es un nombre, término, signo, símbolo, diseño o combinación de los mismos, que identifica a los productos y servicios, ayuda a diferenciarlos como pertenecientes a un mismo proveedor. (RICHARD, 2010).

La marca, es el término simbólico o diseño que sirve para identificar los productos o servicios de un vendedor o grupo de vendedores, y para diferenciarlos de los productos de los competidores. (FISCHER LAURA, 2011 /3era. Edición).

Interpretando los conceptos dados por expertos, se describe que una marca es el nombre, símbolo u signo diseñado para lograr identificarse ante el público consumidor el producto y/o servicio de otro.

#### **d) Producto**

El Producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos. Para el fabricante, el producto es un conjunto de elementos físicos y químicos engranados de tal manera que le ofrece al usuario/consumidor posibilidades de utilización. (BONTA, 2012).

Es todo aquel bien y/o servicio, que sea susceptible de ser vendido, depende de los siguientes factores; la línea, la marca y por supuesto la calidad. (GEOFFREY, 2011)

El Producto, es la oferta con que una empresa, compañía u organización satisface una necesidad. (McCARTHY, 2011 /15a. Edición)

Analizando los conceptos suscritos por profesionales, un Producto es un bien y/o servicio, que se ofrece en un mercado con la intención de satisfacer aquello que necesita o desea un consumidor.

#### **e) Precio**

Precio es, la expresión de valor de un producto dependiendo de la imagen que percibe el consumidor. (BONTA, 2012).

El precio es el importe que el consumidor debe pagar al vendedor para poder poseer dicho producto. (ROMERO, 2011).

Precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. Es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar un producto o servicio. (ARMSTRONG, 2012 /6ta Edición).

En referencia a lo expuesto, el Precio es la expresión de valor en términos monetarios de un producto y/o servicio, por cual el comprador paga al vendedor para lograr los beneficios que se oferta mediante el intercambio.

#### **f) Plaza (Distribución)**

Comprende estrategias y los procesos para mover los productos desde el punto de fabricación hasta el punto de venta. (FLEITMAN, 2010).

Para la American Marketing Asociación (A.M.A.), es la comercialización y transporte de productos a los consumidores.

Es un circuito de actividades relacionadas con el movimiento del bien y/o servicio para hacerle llegar al consumidor o usuario. (FERREL, 2010 /4ta. Edición).

Logrando analizar los conceptos expuestos, nos queda que la Plaza conocida también como Distribución, es un conjunto de estrategias, procesos y actividades para llevar los productos y/o servicios al lugar en el que estará disponible y al acceso posible del cliente final (consumidor/usuario) con el fin de satisfacer sus deseos o necesidades.

## **g) Promoción**

La promoción, son los distintos métodos que utilizan las empresas u organizaciones para promover sus productos y/o servicios. (SUSMAN, 2011 /5ta. Edición).

Promoción, es el componente que se utiliza para persuadir e informar al mercado sobre los productos de una empresa u organización. (ROMERO, 2011).

El Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., define como uno de los instrumentos fundamentales del marketing con el que la compañía o empresa pretende transmitir las cualidades de su producto a sus clientes, para que estos se vean impulsados a adquirirlo; por tanto, consiste en un mecanismo de transmisión de información.

Es decir que, la Promoción son actividades, que se realiza para caracterizar al producto y/o servicio – empresa u organización, por un mecanismo de transmisión de información ya sea visual o verbal (publicidad u propaganda) de forma atractiva para que logre captar la atención del consumidor/usuario.

### **4.2.6. Socialización de Proyecto**

Según Luckman, es un proceso de influencia entre una persona y sus semejantes, un proceso que resulta de aceptar las pautas de comportamiento social y de adaptarse a ellas para incorporar su desarrollo efectivo. “El sentido actual de la acción se constituye con la relación entre el proyecto y el flujo actual”.

Una clara definición de la Socialización, es influir en cierto grupo social la sobre el desarrollo de un proceso que se ha estudiado para implementarlo, considerándolo efectivo para mejoras dentro del grupo, sitio o lugar del “medio social”.



### **4.3. Marco Legal**

#### **4.3.1 Constitución política de la República del Ecuador**

**Art. 1.-** El Ecuador es un estado social de derecho, soberano, unitario, independiente, democrático, pluricultural y multiétnico. Su gobierno es republicano, presidencial, electivo, representativo, responsable, alternativo, participativo y de administración descentralizada.

La soberanía radica en el pueblo, cuya voluntad es la base de la autoridad, que ejerce a través de los órganos del poder público y de los medios democráticos previstos en esta Constitución.

El Estado respeta y estimula el desarrollo de todas las lenguas de los ecuatorianos. El castellano es el idioma oficial. El quichua, el shuar y los demás idiomas ancestrales son de uso oficial para los pueblos indígenas, en los términos que fija la ley.

La bandera, el escudo y el himno establecidos por la ley, son los símbolos de la patria.

**Art. 2.-** El territorio ecuatoriano es inalienable e irreductible. Comprende el de la Real Audiencia de Quito con las modificaciones introducidas por los tratados válidos, las islas adyacentes, el Archipiélago de Galápagos, el mar territorial, el subsuelo y el espacio suprayacente respectivo.

La capital es Quito.

**Art. 3.-** Son deberes primordiales del Estado:

- 1.** Fortalecer la unidad nacional en la diversidad.
- 2.** Asegurar la vigencia de los derechos humanos, las libertades fundamentales de mujeres y hombres, y la seguridad social.
- 3.** Defender el patrimonio natural y cultural del país y proteger el medio ambiente.

4. Preservar el crecimiento sustentable de la economía, y el desarrollo equilibrado y equitativo en beneficio colectivo.
5. Erradicar la pobreza y promover el progreso económico, social y cultural de sus habitantes.
6. Garantizar la vigencia del sistema democrático y la administración pública libre de corrupción.

#### **4.3.2. Ley de Cultura**

Que la Ley de Cultura debe tener por finalidad el fomento y promoción de la cultura nacional, así como la conservación y defensa del patrimonio cultural ecuatoriano, de conformidad con lo previsto en la constitución política; que es indispensable establecer una coordinación eficaz entre las instituciones del sector público y del privado que realizan acción cultural permanente, organizando para ello un sistema que procure la racionalización de recursos y esfuerzos en el logro de sus propósitos; para el desarrollo cultural ecuatoriano es necesario organizar un sistema que asegure el financiamiento de sus acciones en ejercicio de la atribución otorgada por el Art.66. de la Constitución Política.

#### **Título I.- Objetivos**

**Art. 1.** Son objetivos de la Ley de Cultura:

- a) Afirmar la identidad nacional reconociendo la pluralidad técnico-cultural del hombre ecuatoriano dentro de una visión unitaria e integradora del país;
- b) Propiciar el acceso a la cultura de todos los ecuatorianos, creando las condiciones apropiadas para que puedan informarse, formarse, conocer y disfrutar libremente de los valores y bienes culturales.
- c) Hacer efectivo el derecho de todo ecuatoriano a participar en la vida cultural, comunicando y creando en libertad bienes culturales que reflejan los valores humanos universales latinoamericano propio.
- d) Fomentar y preservar, de manera especial las culturas vernáculas.
- e) Favorecer la preservación y conocimiento del patrimonio cultural ecuatoriano.

- f) Incentivar, fortalecer e impulsar el pensamiento y la investigación científica y técnica.
- g) Reconocer, estimular y garantizar la actividad cultural de personas y entidades privadas.
- h) Coordinar la actividad de las entidades públicas en el campo de la cultura.
- i) Establecer el sistema que asegure el financiamiento de las citadas acciones.

#### **Título VII.- Otras instituciones que realizan actividad cultural**

**Art. 32.** Además de las entidades y organismos expresamente mencionados en la presente Ley, forman parte del sistema institucional de la cultura ecuatoriana, las personas jurídicas y los organismos del Sector Público o del Privado que tiene como finalidad específica la promoción de la cultura, y también aquellos que, no teniendo esa finalidad, realizan actividades de carácter cultural.

#### **Título VIII.- Fondo Nacional de la Cultura**

**Art. 35.** Crease el Fondo Nacional de la Cultura (FONCULTURA), para financiar la ejecución de proyectos culturales de interés nacional o regional, debidamente calificados por el Consejo Nacional de Cultura, a través de su comité ejecutivo.

El Banco Ecuatoriano de Desarrollo, BEDE será el depositario de los recursos del Fondo Nacional de la Cultura, los administrará mediante inversiones a corto plazo, los mantendrá a disposición del Consejo Nacional de Cultura y además se encargará de su recuperación.

Para los efectos previstos en el inciso anterior se celebrará un convenio entre el Consejo Nacional de Cultura y el Banco Ecuatoriano de Desarrollo, BEDE.

**Art. 36.** Los objetivos del Fondo Nacional de Cultura, serán los siguientes;

- a) Otorgar créditos para fines culturales de acuerdo al lineamiento señalado por el artículo primero de esta Ley y con los requisitos del art anterior. La tasa de

interés que se cobrara por estos préstamos será la que señale la Junta Monetaria.

- b) Coordinar las inversiones financieras nacionales e internacionales destinadas a impulsar programas de desarrollo cultural.

#### **4.3.3. Ley de Patrimonio Cultural, 1979**

**Art. 7.** Declárense bienes pertenecientes al Patrimonio Cultural del Estado los comprendidos en las siguientes categorías:

- a) Los monumentos arqueológicos muebles e inmuebles, tales como: objetos de cerámica, metal, piedra o cualquier otro material perteneciente a la época prehispánica y colonial; ruinas de fortificaciones, edificaciones, cementarios y yacimientos arqueológicos en general; así como restos humanos, de la flora y fauna relacionados con las mismas épocas.

- b) Los templos, conventos, capillas y otros edificios que hubieren sido construidos durante la colonia; las pinturas, esculturas, tallas, objetos de orfebrería, cerámica, etc., pertenecientes a la misma época;

Los manuscritos antiguos e incunables, ediciones raras de libros, mapas y otros documentos importantes;

- c) Los objetos y documentos que pertenecieron o se relacionan con los precursores y próceres de la Independencia Nacional o de los personajes de singular relevancia en la Historia ecuatoriana.

- d) Las monedas, billetes, señas, medallas y todos los demás objetos realizados dentro o fuera del país y en cualquier época de su Historia, que sean de interés numismático nacional;

- e) Los sellos, estampillas y todos los demás objetos de interés filatélico nacional, hayan sido producidos en el país o fuera de él y en cualquier época;

- f) Los objetos etnográficos que tengan valor científico, histórico o artístico, pertenecientes al Patrimonio etnográfico.
- g) Los objetos o bienes culturales producidos por artistas contemporáneas laureados, serán considerables bienes pertenecientes al Patrimonio Cultural de la Nación a partir del momento de su defunción y en vida, los que han sido objetos de premiación nacional; así como los que tengan treinta años o más de haber sido ejecutados.
- h) Las obras de la naturaleza, cuya características o valores hayan sido resaltados por la intervención del hombre o que tengan interés científico para el estudio de flora, fauna y la paleontología.

#### **4.3.4. Políticas y Sistema de Museos del Ecuador, 2010**

Las políticas públicas están obligadas a observar las posibles tensiones que podrían surgir de la relación entre una identidad nacional única frente a la diversidad y a su vez entre la movilidad de la memoria social y el estatismo que ha caracterizado a las políticas patrimoniales.

Se determina las siguientes áreas para alcanzar ser parte del Sistema Nacional de Museos del Ecuador:

- a) **Área 1.-** Diseño organizacional y marcos legales (programa de articulación institucional y conformación de un organigrama, programa de estudio, programa para la racionalización de colecciones y creación de nuevos museos).
- b) **Área 2.-** Conservación y registro de colecciones (programa de normalización e informatización de fondos documentales, programas de conservación preventiva y restauración).
- c) **Área 3.-** Recursos Humanos (programa de Formación de Recursos humanos, programa de creación y/o adecuación en el campo de los museos).
- d) **Área 4.-** Comunicación (programa de estudios público y programa de exposiciones, programa de comunicación interna y externa).

e) **Área 5.- Recursos económicos.**

El ILAM (Instituto Latinoamericano de Museos), clasifica como;

- a) **Patrimonio cultural.** - museos de arte, museos de antropología, museos de historia, museos de ciencia y tecnología, monumentos y centros históricos.
- b) **Patrimonio cultural – natural.** - museos generalizados, museos comunidad, sitios arqueológicos – históricos.
- c) **Patrimonio natural.** - museos de ciencias naturales, acuarios, botánicos, zoológicos, parques naturales.

Es recomendable considerar:

**Art. 21.** Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas. No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución.

**Art. 22.** Las personas tienen derecho a desarrollo su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría.

#### **4.3.5. Plan Nacional de Cultura del Ecuador, 2017**

La vigente Constitución de la República, realiza una amplia y positiva referencia a la cultura. La diversidad del Ecuador se recoge en el Art 1 al expresar que es un país multiétnico, pluricultural y plurilingüe.

**Art. 62.** Prescribe que <<La cultura es patrimonio del pueblo y constituye elemento esencial de su identidad. El estado promoverá y estimulará la cultura, la creación, la formación artística y la investigación científica. Establecerá políticas permanentes para la conservación, restauración, protección y respeto del patrimonio cultural tangible e intangible, de la riqueza artística, histórica, lingüística y arqueológica de la nación, así como del conjunto de valores y manifestaciones diversas que configuran la identidad nacional, pluricultural y multiétnica. El estado fomentará la interculturalidad, inspirará sus políticas e integrará sus instituciones según los principios de equidad e igualdad de las culturas>>.

#### **4.3.6. Ley de Turismo**

Tiene por objeto el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; Art. 3 Principios de la actividad Turística.

#### **Capítulo IV.- Del turismo y de las actividades turísticas.**

Art. 11 turismo

#### **De los servidores turísticos y de los prestadores de servicios turísticos.**

Art. 12 servicios turísticos

**Del registro de turismo y de la licencia única anual de funcionamiento.** Art. 19 – 22

#### **4.4. Marco Conceptual**

**Aculturación.** - Se refiere al resultado de un proceso en el cual una persona o un grupo de ellas adquieren una nueva cultura (o aspectos de la misma), generalmente a expensas de la cultura propia y de forma involuntaria. Una de las causas externas tradicionales ha sido la colonización.

**Antropología cultural.** - Estudia la difusión cultural y por la observación participativa la misma sociología hace lo mismo, pero con énfasis en la interacción social donde se manifiestan los símbolos del sistema cultural como un paradigma del sistema social, que mantiene las pautas por la socialización.

**Antropología cultural y etnología.** - Aunque hoy se considera a la antropología social o cultural una sub-disciplina de la antropología, históricamente procede de la etnología, que se ocupa de recoger material que permita describir e interpretar las distintas culturas.

**Antropología social y cultural.** - Son las ramas de la antropología que estudian la sociedad y la cultura. También se usa el término socio antropología. Cualquiera de esas denominaciones se define como especialidades de la antropología general, y basan su estudio en el conocimiento del hombre por medio de sus costumbres, relaciones parentales, estructuras políticas y económicas, urbanismo, medios de alimentación, salubridad, mitos, creencias y relaciones de los grupos humanos con el ecosistema.

**Artesanía.** - Se refiere tanto al trabajo del artesano (normalmente realizado de forma manual por una persona sin el auxilio de maquinaria o automatizaciones), como al objeto o producto obtenido -en el que cada pieza es distinta a las demás. La artesanía como actividad material se suele diferenciar del trabajo en serie o industrial.

**Arte Contemporáneo.** - Contiene obras de arte realizadas en su mayor parte a partir del siglo XX. Se incluye la fotografía, el cine.

**Atractivo turístico.** - Conjunto de elemento material y/o inmaterial que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamiento desde su lugar de residencia habitual hacia otro.

**Atractivo turístico cultural.** - Son todos los elementos culturales de un lugar determinado que el turista desea visitar y/o viajar para conocer y comprender otras



culturas, colonia, pueblos ancestrales, zonas arqueológicas, museos, monumentos, gastronomía, fiestas populares, artesanías, danza, música tradicional, arte popular etc.

**Conservación.** - Conjunto de operaciones interdisciplinarias que tienen por objeto evitar el deterioro del patrimonio cultural tangible y garantizar su salvaguarda para transmitirlos a las generaciones futuras con toda la riqueza de su autenticidad. La conservación se integra con acciones preventivas, curativas y de restauración.

**Culturización.** - La culturización, designa en Antropología distintas formas de asumir aquello designado como cultura. También es un término usado en Teología.

**Danza.** - La danza o el baile, es la ejecución de movimientos que se realizan con el cuerpo, principalmente con los brazos y las piernas, que van acorde a la música que se desea bailar. Dicha danza tiene una duración específica que va desde segundos, minutos, e incluso hasta horas y puede ser de carácter artístico, de entretenimiento o religioso.

**Deseo.** - Considerado como un acto voluntario posterior a la necesidad, se puede definir como la forma en que la persona manifiesta la voluntad de satisfacer la misma, lógicamente los factores sociales, culturales y ambientales en marcan los estímulos de marketing para su consecución.

**Difusión Cultural.** - La difusión cultural es la extensión de los valores culturales de una colectividad, denominada emisora, a otra que asimila los usos y costumbres extranjeros llamada receptora, siendo la difusión cultural una parte esencial del proceso de culturización.

**Etnia.** - Es una población humana en la cual los miembros se identifican entre ellos, normalmente con base en una real o presunta genealogía y descendencia común, o en otros lazos históricos. Las etnias están también normalmente unidas por prácticas culturales, de comportamiento, lingüística o religiosas comunes.

**Etnografía.** - Se traduce etimológicamente como el estudio de las etnias y significa el análisis del modo de vida de una raza o grupo de individuos, mediante la observación y descripción de lo que la gente hace, como se comportan y cómo interactúan.

**Etnografía y Antropología.** - Se dedica a culturas o elementos culturales preindustriales contemporáneos o pertenecientes a un pasado reciente. Entran en esta categoría los museos de folklore, artes, tradiciones y costumbres populares.

**Museo.** - El museo desde su principio fue una iglesia de las Musas (que eran las diosas de la memoria, diosas instigadoras de la música según, los escritores más antiguos). Este es un lugar santificado que ellas acostumbraban a ir. Pero en tiempos más tardes la dinastía ptolemaica (estableció la capital de este reino, en Alejandrina) y Ptolomeo Filadelfo (mando a construir en Alejatrina un edificio al que llamo Museo), pero otros principios afirman que su precursor fue Ptolomeo I Sóter que era el padre de Ptolomeo Filadelfo.

**Museo Casa:** Museo ubicado en la casa natal o residencia de un personaje.

**Museo Arqueológico:** contiene objetos, portadores de valores históricos y/o artísticos, procedentes de excavaciones. Se incluyen las especialidades de numismática, glíptica, epigrafía y otras.

**Museo Arte Contemporáneo:** contiene obras de arte realizadas en su mayor parte a partir del siglo XX. Se incluye la fotografía, el cine...

**Museo Artes Decorativas:** contiene obras artísticas de carácter ornamental. También se denominan artes aplicadas o industriales.

**Museo Bellas Artes:** contiene obras de arte realizadas fundamentalmente desde la Antigüedad al siglo XIX, (arquitectura, escultura, pintura, grabado...).

**Museo Ciencia y Tecnología:** contiene objetos representativos de la evolución de la historia de la ciencia y de la técnica, y además se ocupa de la difusión de sus principios generales.

**Museo Ciencias Naturales e Historia Natural:** contiene objetos relacionados con la biología, botánica, geología, zoología, antropología física, paleontología, mineralogía, ecología...

**Museo Especializado:** profundiza en una parcela del Patrimonio Cultural y no cubierta en otra categoría.

**Museo Etnografía y Antropología:** se dedica a culturas o elementos culturales preindustriales contemporáneos o pertenecientes a un pasado reciente. Entran en esta categoría los museos de folklore, artes, tradiciones y costumbres populares.

**Museo Historia:** Se incluyen en esta categoría los museos que ilustran acontecimientos o periodos históricos, personalidades, los museos militares...

**Museo De Sitio:** creados al musealizar determinados bienes históricos (yacimientos arqueológicos, monumentos, ejemplos in situ del pasado industrial...) en el lugar para el que fueron concebidos originariamente.

**Museo General:** Museo que puede identificarse por más de una de las categorías anteriores.

**Museos/Colecciones:** no pueden incluirse en las categorías anteriores.

**Servicio.** - Se define a la actividad y consecuencia de servir, a nivel económico y en el ámbito del marketing, se suele entender a un cúmulo de tareas desarrolladas por una entidad para satisfacer las exigencias de sus clientes/usuarios.

**Turismo Comunitario.** - Se caracteriza en que una porción considerable del control y los beneficios están en manos de miembros de comunidades locales.

**Turismo Cultural.** - Precisa de recursos histórico-artísticos para su desarrollo. Es más exigente y menos estacional.

**Turista.** - Todo visitante que viaja a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual, que efectúa una estancia de por lo menos una noche, pero no

superior a un año, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.

**Visitante.** - Toda persona que viaja, por un periodo inferior a un año, a un país distinto del de su residencia habitual, pero fuera de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es ejercer una actividad remunerada en el país visitado.

## **E. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **5.1. Materiales**

En la investigación se utilizó materiales, como los siguientes equipos, herramientas e insumos;

#### **5.1.1. Equipos**

- Celular Android marca Samsun mini
- Cámara digital marca Sony de 16.1mp.
- GPS marca: Garmin N° de Serie: 23549971.
- Lapto marca THOSHIBA / AMD / A8
- Memoria 4GB.

#### **5.1.2. Herramientas**

- Moto de marca Bultaco año 2012, vehículo de movilización.

#### **5.1.3. Instrumentos**

- Mapas de ubicación
- Encuestas
- Recopilación de datos (atractivos).
- Fichas técnicas

#### **5.1.4. Recursos**

- Talento Humano Profesional: Director de Tesis, Arquitecto y Topógrafo.

## 5.2. Métodos

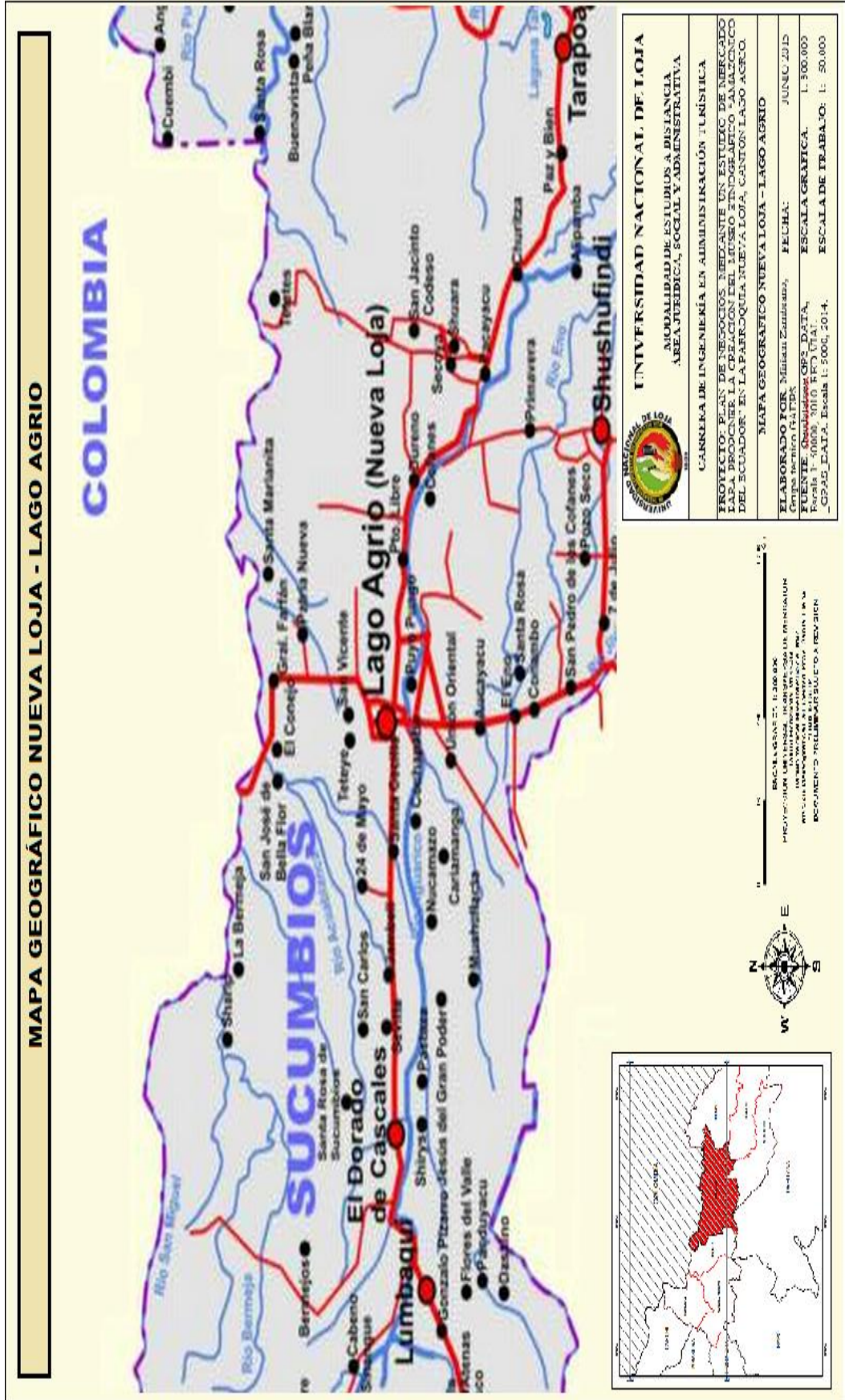
### 5.2.1. Ubicación del área de estudio

Nueva Loja – Lago Agrio, es considerada la capital de la Provincia de Sucumbíos, ubicada al noreste del país en la Selva Amazónica del Ecuador a 297 msnm., Poblada con 57.727 habitantes, siendo la ciudad más poblada de la provincia con una tasa de crecimiento anual de 3.5%. Cuenta con una superficie total de 379,8km<sup>2</sup> y con una temperatura promedio de 25°C con fuertes precipitaciones a lo largo del año con una media anual de 1998,45 mm, posee una humedad relativa alta situada entre el 77% al 85%. Se limita con;

Sus límites son:

- **Norte:** Parroquia General Farfán
- **Sur:** Parroquia el Eno
- **Oeste:** Parroquia Jambelí
- **Este:** Parroquia Dureno

Mapa 1. Área de estudio, Nueva Loja.



Elaborado por: la autora.

### 5.2.2. Ubicación política

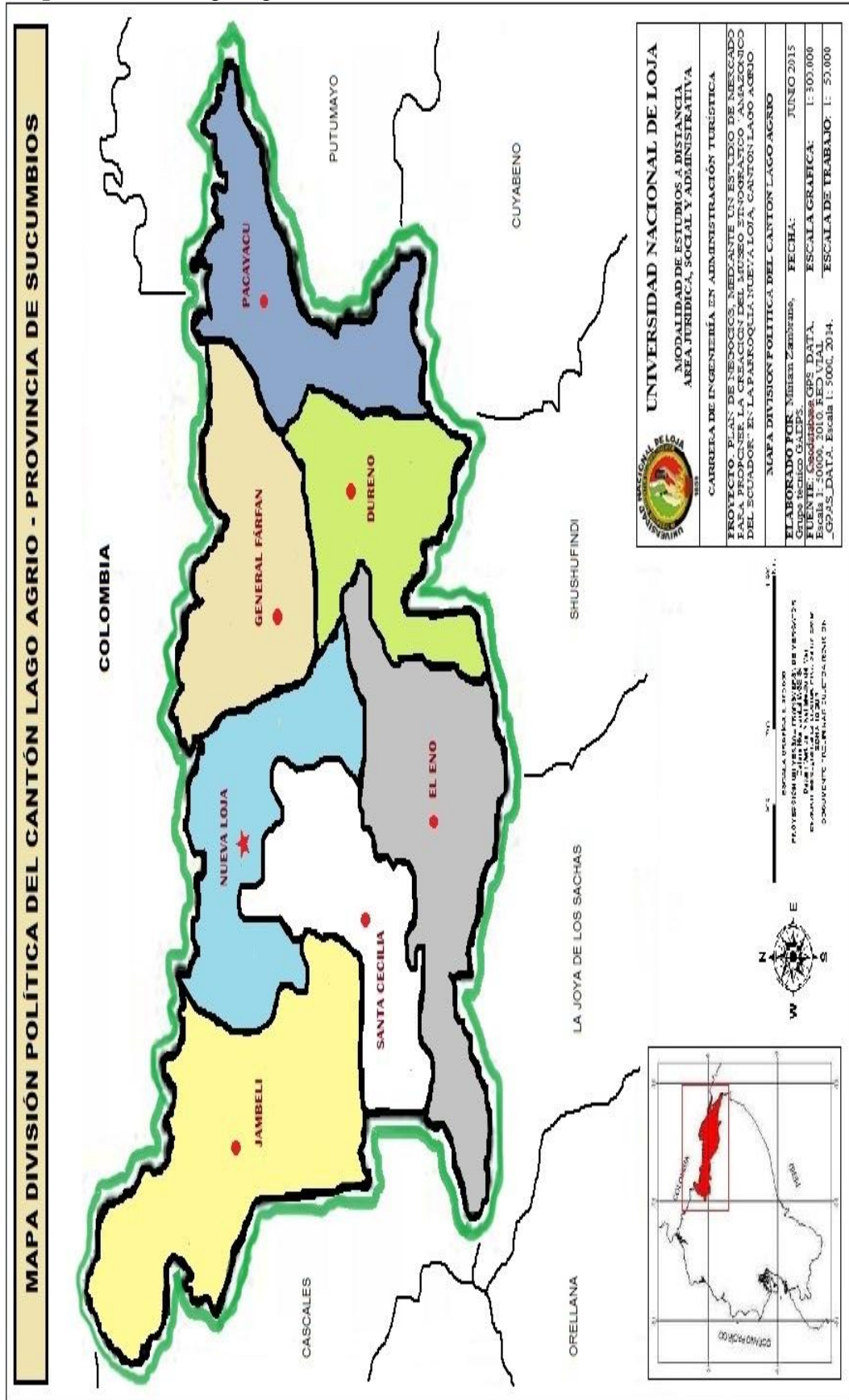
El Cantón Lago Agrio, tiene una superficie aproximada de 3.138,8km<sup>2</sup>. Su población es de 91.744 hab., distribuidos mayoritariamente en el área Urbana (62.35%), tiene una tasa de crecimiento anual de 4.5%, y cuenta con un clima tropical húmedo de temperaturas que oscilan entre los 25° a 37°C. El Cantón está conformado por 8 parroquias: 1 urbana y 7 rurales; Nueva Loja su cabecera cantonal (10 de agosto), Santa Cecilia, Jambelí, El Eno, General Farfán, Pacayacu y Dureno.

Lago Agrio limita con:

- **Provincia:** Sucumbíos
- **Norte:** Frontera de Colombia.
- **Sur:** Cantón Joya de los Sachas, Shushufindi  
y  
Cuyabeno.
- **Este:** Cantón Putumayo
- **Oeste:** Cantón Cáscales.



Mapa 2. Cantón Lago Agrio, Provincia de Sucumbíos.



Elaborado por: la autora.

### 5.2.3. Ubicación geográfica

La provincia de Sucumbíos se encuentra ubicada al noroeste del Ecuador continental cubriendo un espacio geográfico de 18.612km<sup>2</sup> en un rango altitudinal que varía entre los 3.562 msnm. Es una de las principales provincias que provee al Estado el petróleo que exporta el Ecuador, se caracteriza por sus paisajes amazónicos de la exuberante región amazónica, en medio de una zona biodiversa caracterizada por su clima de páramo que va modificándose debido a la altitud, humedad y viento que lo convierte en un clima tropical húmedo, muy caluroso con una temperatura promedio de 28°C.








Sucumbíos limita con:

- **Norte:** Frontera de Colombia – Putumayo.
- **Sur:** Provincia de Napo y Orellana.
- **Este:** Departamento de Loreto – Perú.
- **Oeste:** Provincia de Carchi, Imbabura y Pichincha.



Su población es de 176. 472 hab., de acuerdo al INEC 2010 sus habitantes nativos pertenecen principalmente por nacionalidades indígenas como Kichwa, Cofán, y Secoyas. Entre sus principales atractivos podemos mencionar la Reserva Faunística Cuyabeno, el volcán Reventador y sus Ríos de gran fluctuación como es el Aguarico y San Miguel, atractivos rodeado de una extensa biodiversidad y de inmensa meseta amazónica.

**Cuadro 2.** Representación de los Cantones de la Provincia de Sucumbíos.

	<b>CANTÓN</b>	<b>POBLACIÓN INEC 2010</b>	<b>ÁREA</b>
	Cáscales	11. 104	1 248 km <sup>2</sup>
	Cuyabeno	7. 133	3 875 km <sup>2</sup>
	Gonzalo Pizarro	8. 599	2 223 km <sup>2</sup>
	Lago Agrio	91 744	3 139 km <sup>2</sup>
	Putumayo	10. 174	3 559 km <sup>2</sup>
	Shushufindi	44. 328	2 463 km <sup>2</sup>
	Sucumbíos (alto)	3. 390	1 502 km <sup>2</sup>

Fuente: GAP-S 2012

Elaborado por: la autora.

### 5.3. Aspectos biofísicos y climáticos

#### 5.3.1. Aspectos biofísicos (Flora – Fauna)

##### a) Flora

Nueva Loja – Lago Agrio, está rodeada de una gran diversidad, en lo que queda de bosque, siendo las más representativas la vegetación arbórea estrato medio e inferior que incluye vegetación natural y secundaria. Además de orquídeas, anturios y brómeliás.

**Cuadro 3.** Flora de Nueva Loja - Lago Agrio.

<b>Nº</b>	<b>NOMBRE COMÚN</b>	<b>NOMBRE CIENTÍFICO</b>	<b>FAMILIA</b>
1	Aguacate	<i>Persea americana</i>	LAURACEAE
2	Achiote	<i>Bixa orellana</i>	BIXACEAE
3	Ayahuasca	<i>Banisteriopsis caapi</i>	MALPIGHIACEAE
4	Balzo	<i>Ochroma lagopus</i>	BOMBACEAE
5	Coca	<i>Erythroxylon cf.</i>	FLACEAE
6	Cacao	<i>Theobroma subincanum</i>	STERCULIACEAE
7	Caña de azúcar	<i>Saccharum officinarum</i>	POACEAE

Continúa...

...Continuación

N°	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
8	Cedro	<i>Cedreta montana</i>	MELIACEAE
9	Ceibo	<i>Ceiba pentanra</i>	BOMBACEAE
11	Cola de Caballo	<i>Equisetum bogotense</i>	EQUISETACEAE
12	Chambira	<i>Astrocaryum chambira</i>	ARECACEAE
13	Chontaduro	<i>Bactris gasipaes</i>	ARECACEAE (PALMAE)
14	Guadua	<i>Guadua angustifolia</i>	POACEAE
15	Hierba Luisa	<i>Lippia triphylla</i>	VERBENACEAS
16	Laurel	<i>Glyricidia sepium</i>	FABACEAE
17	Lechero	<i>Sapium cf. Laurifolium</i>	EUPHORBIACEAE
18	Mate	<i>Astrocaryum chambira</i>	ARECACEAE
19	Matico	<i>Piper aduncum</i>	PIPERACEAE
20	Palma de coco	<i>Cocos nucifera</i>	ARECACEAE (PALMAE)
21	Palmito	<i>Euterpe precatória</i>	ARECACEAE
22	Pambil	<i>Iriarteia deltoidea</i>	ARECACEAE
23	Platanillo	<i>Heliconia sp.</i>	HELOCONIACEAE
24	Sangre de drago	<i>Croton panamensis</i>	EUPHORBIACEAE
25	Tagua	<i>Phytelephas seemanni</i>	ARECACEAE (PALMAE)
26	Taxo de monte	<i>Pasiflora vitifolia</i>	PASSIFLORACEAE
27	Yagé	<i>Banisteriopsis caapi</i>	MALPICHACEAE
28	Yuca	<i>Borojoa patinoi</i>	RUBIACEAE
29	Uña de gato	<i>Uncaria tomentosa</i>	RUBIACEAE
30	Uva de monte	<i>Pourouma cecropiifolia</i>	URTICACEAE

Fuente: Ministerio de Ambiente de la Dirección Provincial de Sucumbíos, 2011.

## b) Fauna

En cuanto a la fauna del sector, se identifica gran variedad, representada con especies propias de la Amazonía ecuatoriana, tantas; mamíferas, aves, peces y reptiles.

### Cuadro 4. Mamíferos de Nueva Loja - Lago Agrio.

N°	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
<b>MAMIFEROS</b>			
1	Armadillo	<i>Dasypus novemcinctus</i>	DASYPODIDAE
2	Capibara	<i>Hydrochoerus hydrochaeris</i>	CAVIIDAE
3	Cuchucho	<i>Coatí amazónico</i>	NASUA NASUA
4	Guanta	<i>Cuniculus paca</i>	CUNICULIDAE
5	Guatusa	<i>Dasyprocta fuliginosa</i>	DASYPROCTIDAE
6	Mono aullador	<i>Alovatta caraya</i>	CEBIDAE
7	Nutria Gigante	<i>Panthera onca</i>	FELIDAE
8	Oso Hormiguero	<i>Myrmecophagidae tridactyla</i>	MYRMECOPHAGIDAE
9	Perezoso	<i>Choloepus hoffmanni</i>	MEGALONYCHIDAE
10	Sajino	<i>Pecarí de Collar</i>	PECARI TAJACU
11	Tapir o Danta	<i>Tapirus terrestres</i>	TAPIRIDAE
12	Tigrillo	<i>Felis Concolor</i>	FELIDAE
13	Venado	<i>Mazama americana</i>	CERVIDAE

Fuente: Ministerio de Ambiente de la Dirección Provincial de Sucumbíos, 2011.

**Cuadro 5.** Peces de Nueva Loja - Lago Agrio.

N°	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
<b>PECES</b>			
1	Anguila de agua dulce	<i>Electrophorus sp</i>	GYMNOTIDAE
2	Bagre	<i>Rhamdia sapo</i>	ICTALURIDAE
3	Bocachico	<i>Prochilodus nigricans</i>	PROCHILODONTIDAE
4	Cachama	<i>Colossoma macropomun</i>	CHARACIDAE
5	Guanchinche	<i>Hoplias malabaricus</i>	ERYTHRINIDAE
6	Piraña	<i>Serrasalmus rhombeus</i>	CHARACIDAE
7	Raya	<i>Otomotrygon histrix</i>	POTAMOTRYGONIDAE
8	Tilapia	<i>Oreochromis sp</i>	CICHLIDAE
9	Vieja	<i>Aequidens rivulatus</i>	CICHLIDAE

**Fuente:** Ministerio de Ambiente de la Dirección Provincial de Sucumbíos, 2011.

**Cuadro 6.** Aves de Nueva Loja - Lago Agrio.

N°	FLORA	NOMBRE CIENTIFICO	FAMILIA
<b>AVES</b>			
1	Águila arpía	<i>Harpía harpyja</i>	ACCIPITRIDAE
2	Garza blanca	<i>Casmerodius albus</i>	ARDEIDAE
3	Guacamayo azuliamarillo	<i>Ara ararauna</i>	PSITTACIDAE
4	Guacamayo escarlata	<i>Ara macao</i>	PSITTACIDAE
5	Gallinazo rey	<i>Sacoramphus papa</i>	CATHARTIDAE
6	Loros	<i>Ognorhynchus icteroti</i>	PSITTACIDAE
7	Papagayos	<i>Psittaciformes</i>	PSITTACIDAE
8	Pava amazónica	<i>Penelope ogscura</i>	CRACIDAE
9	Perico	<i>Aratinga erythrogenys</i>	PSITTACIDAE
10	Perdiz	<i>Tinamus major</i>	TINAMIDAE
11	Tucán	<i>Ramphastos Tucanus</i>	RAMPHASTIDAE
12	Trompetero	<i>Psophia crepitans</i>	PSOPHIIDAE

**Fuente:** Ministerio de Ambiente de la Dirección Provincial de Sucumbíos, 2011.

**Cuadro 7.** Réptil de Nueva Loja - Lago Agrio.

N°	FLORA	NOMBRE CIENTIFICO	FAMILIA
<b>REPTILES</b>			
1	Caimán Negro	<i>Melanosuchus niger</i>	ALLIGATORIDAE
2	Caimán Blanco	<i>Caiman crocodilus</i>	ALLIGATORIDAE
3	Culebra acuática	<i>Helicops leopardina</i>	COLUBRIDAE
4	Charapas	<i>Podocnemis unifilis</i>	PODOCNEMIDIDAE
5	Boa esmeralda	<i>Coralus caninus</i>	BOIDAE
6	Boa de tierra	<i>Boa constrictor imperator</i>	BOIDAE
7	Hoja Seca o Equis	<i>Bothrops atrox sp.</i>	VIPERIDAE
8	Víbora Cascabel	<i>Crotalus durissus</i>	CROTALIDAE
9	Víbora Coral	<i>Micrurus alitirostris</i>	ELAPIDAE

**Fuente:** Ministerio de Ambiente de la Dirección Provincial de Sucumbíos, 2011.

### 5.3.2. Aspectos Climáticos

Nueva Loja – Lago Agrio, se encuentra a una altitud de 297 msnm. aprox., posee un piso climatológico húmedo tropical, nubosidad y temperatura media, precipitación variada anualmente.

#### a) Temperatura

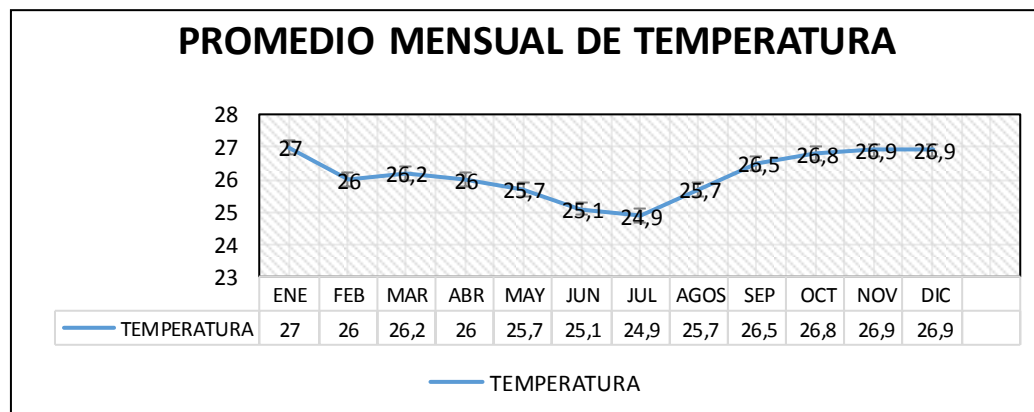
La temperatura está relacionada con la altitud, este parámetro en la región amazónica tiene un amplio rango de variación, que oscila entre los 4°C en las partes altas hasta los 26,2°C.

**Tabla 1.** Valorización de la Temperatura 2011 – Parroquia Nueva Loja.

CÓDIGO	ESTACIÓN	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ANUAL
M061	Lago Agrio (aeropuerto)	27,0	26,5	26,2	26,0	25,7	25,1	24,9	25,7	26,5	26,8	26,9	26,9	26,2

Fuente: PDOT Lago Agrio.

**Gráfico 1.** Promedio mensual de temperatura – Nueva Loja.



Fuente: PDOT Lago Agrio

Elaborado por: la autora.

Analizando el Gráfico 1, se puede apreciar que los valores más bajos de temperatura media mensual se encuentran en los meses de junio y julio, que corresponden a los meses de mayor precipitación y los más altos en los meses de diciembre a enero (menor lluvia).

## b) Precipitación

La parroquia Nueva Loja, cuenta con una superficie aproximadamente de 3.138,8km<sup>2</sup>., la cual se involucra con una precipitación que va desde 2000 a 3000mm.

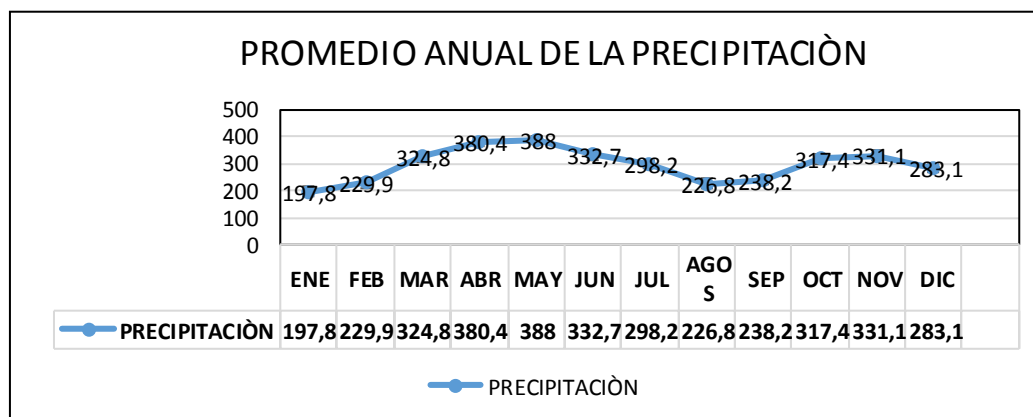
**Tabla 2.** Precipitación anual - Nueva Loja.

LAGO AGRIO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO
M061	197.8	229.9	324.8	380.4	388.0	332.7	292.2	226.8	238.2	317.4	331.1	283.1	3542.3

Fuente: PDOT Sucumbíos 2011.

Elaborado por: la autora.

**Gráfico 2.** Precipitación anual de Nueva Loja.



Fuente: PDOT Sucumbíos 2011.

Elaborado por: la autora.

Analizando el Gráfico 2, se denota que entre los meses de; (marzo, abril, mayo) son lluvias intensas, (enero y febrero) son meses de sequía y los meses de (junio, julio agosto y septiembre) clima variado “sol y lluvia”.

## c) Humedad

La humedad contenida en la atmosfera procede de la continua evaporación que se produce sobre la superficie terrestre, especialmente de la superficie liquidas, así como la transpiración de las plantas.



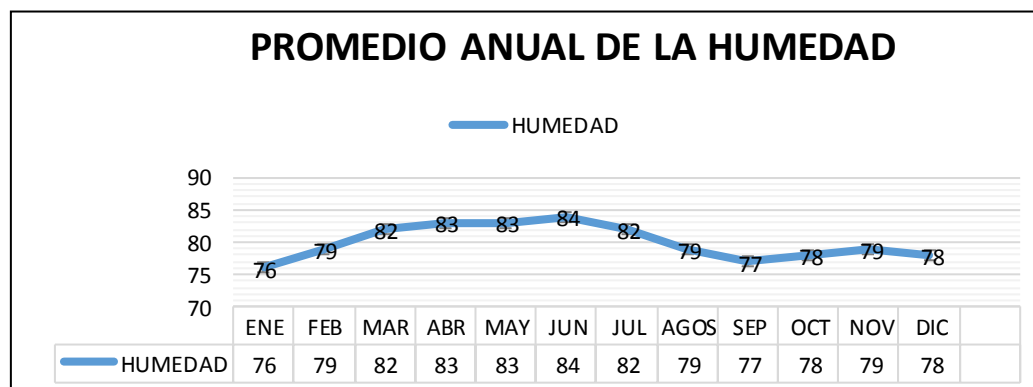
**Tabla 3.** Humedad relativa, Nueva Loja - Lago Agrio.

LAGO AGRIO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO
M061	76	79	82	83	83	84	82	79	77	78	79	78	80

**Fuente:** PDOT Sucumbíos 2011.

**Elaborado por:** la autora.

**Gráfico 3.** Promedio anual de la humedad en Nueva Loja.



**Fuente:** PDOT Sucumbíos 2011.

**Elaborado por:** la autora.

Analizando el Gráfico 3, se puede observar que la humedad relativa es poca variada de este parámetro en la zona de estudio, determinando el 80% durante el año. Y valores que oscilan desde, la máxima humedad del 84% y la mínima del 76%.

#### **d) Heliofanía**

Representando la duración del brillo solar se registra; nubosidad y velocidad de viento. El promedio de horas de sol por día es de 3,58 en Nueva Loja – Lago Agrio y la media anual de nubosidad para la zona es de 23,6%.

La heliofanía que se expresa en horas de brillo del sol, se relaciona en forma inversa a la nubosidad, y constituye uno de los parámetros climáticos más escasos de ser observados en el país y en la zona de estudio, solamente se dispone de datos en 2 estaciones meteorológicas. En la parroquia Nueva Loja, los meses con mayor nubosidad son de marzo a julio, con un promedio de 7 octavos.

El valor promedio de las dos estaciones que se tiene registro de la heliofanía a comparación con la heliofanía teórica en el Ecuador, que es de 12 horas de sol por día (4380 horas al año), se tiene que ese valor equivale al 20%, que es muy bajo en relación a las horas teóricas de brillo solar al año.

#### **5.4. Tipo de Investigación**

El desarrollo del trabajo de investigación, corresponde a un diseño no experimental; se basa en la investigación descriptiva, de campo y observación – documental.

##### **5.4.1. Investigación descriptiva**

El objetivo de la investigación descriptiva fue conocer, describir situaciones, costumbres y actitudes predominantes para registrar, analizar e interpretar las actividades, objetos, procesos y personas como; la naturaleza actual, estadísticas de datos, impactos en el medio ambiente, situaciones socio-económica de vidas de la población. Información que contribuyo para realizar el diagnóstico y caracterizar procesos que intervinieron, generados para las diferentes etapas del Plan de Negocios para proponer la creación del Museo etnográfico “Amazónico del Ecuador” en la Parroquia Nueva Loja, Cantón Lago Agrio.

##### **5.4.2. Investigación de campo**

Para el desarrollo de este proceso investigativo se precisó obtener información directa en el área del fenómeno o actividad, denominado también in situ, investigación que fue fundamental, en el presente estudio, para la caracterización de atractivos, fotografías y levantamiento de información, realización de entrevistas y encuestas, etc.

### **5.4.3. Investigación observación – documental**

La investigación documental es aquella que facilita realizar consultas de documentos (libros, revistas, periódicos, memorias, investigaciones, anuarios, reglamento y ley de turismo, etc.), lo que permitió establecer la revisión de literatura, metodologías, procedimientos a ser aplicados.

### **5.5. Establecer el diagnóstico situacional del área de estudio.**

Para realizar el diagnóstico situacional del área de estudio, se inició con la ubicación del sitio de estudio, análisis de factores internos y externos, utilizando datos estadísticos del INEC, levantamiento de información con ficha de atractivos naturales y culturales aplicando una encuesta.

Se utilizó la metodología primaria que concierne a la investigación de campo, y la metodología secundaria basados en el PDOT 2011.

#### **5.5.1. Recolección de Información**

##### **a) Aspectos físicos**

- Suelo
- Geología
- Geomorfología

##### **b) Aspectos económicos**

- actividades económicas y productivas

##### **c) Aspecto socio Cultural**

- Educación
- Salud
- Población
- Ambiental
- Turístico

## **5.6. Realizar el Plan de Negocios mediante la aplicación del estudio de mercado**

Para ejecutar el estudio de mercado, se enfocó netamente al ámbito del turismo, desde la demanda potencial hasta la oferta, identificando proveedores de servicio que complementen así mismo y estudiando a la competencia directa, con el fin de plantear las estrategias comerciales adecuadas.

### **5.6.1. Elaboración e Interpretación de encuestas**

**Encuesta.** - Se realizaron encuestas para poder hacer un estudio y un análisis del mercado actual para conocer las necesidades que se presentan en la población y determinar el perfil del cliente y/o turista al cual nos dirigiremos locales, nacionales y extranjeros. Actualmente en el cantón existe una población de 91.744.

$$n = \frac{z^2 * N * PQ}{e^2(N - 1) + z^2 * PQ}$$

### **5.6.2. Estudio de Mercado**

Para el levantamiento de la información de los diferentes aspectos que emana el estudio, se procede a analizar; (Demanda potencial, describir la oferta turística/cultural, proyectar de divisas de turistas/visitantes y a su vez inventariar la planta turística y competencia del área. Teniendo en cuenta que para evidenciar el estudio se utilizó fichas técnicas.

- a) **Análisis de la demanda.** - se procede a realizar un perfil de la demanda de acuerdo a las interpretaciones de las encuestas realizadas.
- b) **Análisis de la oferta.** - se procede a identificar y determinar las etnografías destinadas para el incorporar el Museo, por medio de la Investigación In Situ.

c) **Análisis del Mercado.** - se conoce en cantidades relativas la Demanda turística que mantiene la parroquia, considerando y estimando proyecciones a plazo de 5 años.

d) **Planta Turística del sector.** - se realiza un inventario para identificar la planta turística de la parroquia Nueva Loja.

### 5.6.3. FODA

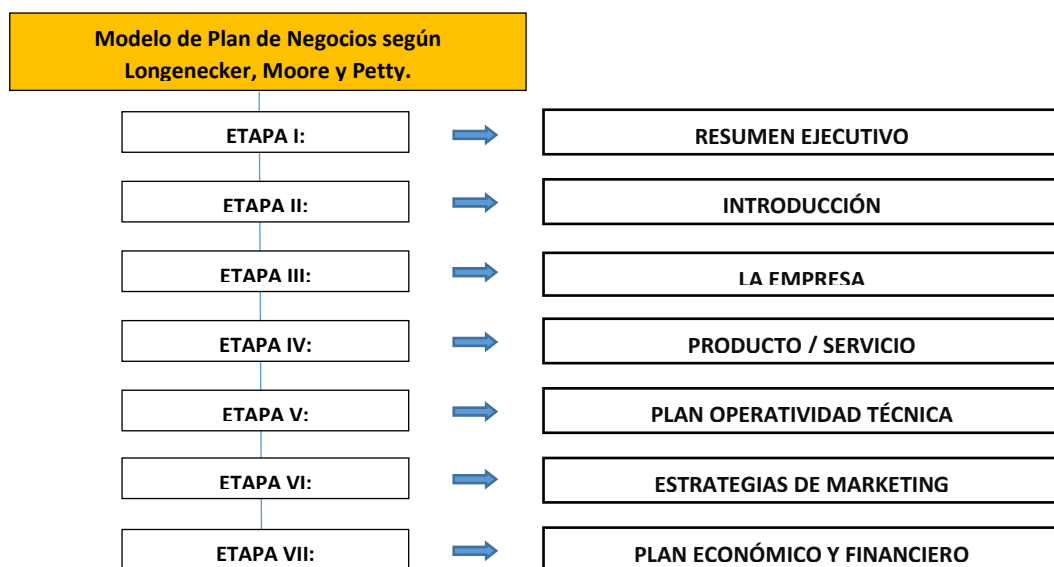
- **Análisis Situacional FODA.** - Se procederá a identificar los Factores relevantes como; las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas tanto del Sector Interno y Externo dentro del área de estudio.

- **Análisis de P.C.P.C.-** Se identifica concretamente al Producto, Competencia, Proveedores y Clientes, con el fin de establecer estrategias para las diversiones gestiones que se genera a la hora de Implementar y estructurar líneas de acción.

### 5.6.4. Plan de Negocios, Modelo de Plan de Negocios según Longenecker, Moore y Petty

Para elaborar el Plan de Negocios, se estructuró el procedimiento a seguir para el diseño adecuado, focalizando las prioridades expuestas y determinando estrategias de comercialización (publicidad y propaganda).

#### d) Metodología a Aplicar



Fuente: (JACOBSOHN, 2010)  
Elaborado por: la autora.

### **5.7. Socializar el Plan de Negocios a las autoridades pertinentes.**

Para ello se realizó una reunión de trabajo con las Autoridades pertinentes de Instituciones del Estado, como; el Alcalde, Prefecto, Directores departamentales de Turismo y Cultura (Locales de Lago Agrio – Sucumbíos), aconteciendo un orden del día para su desarrollo. (Ver Anexo 22 y 23)

## F. RESULTADOS

### 6.1. Establecer el diagnóstico situacional del área de estudio.

#### 6.1.1. Recolección de la Información

Se utilizó la metodología primaria que concierne a la investigación de campo, y la metodología secundaria basados en el PDOT 2011.

##### a) Aspectos Físicos

Nueva Loja – Lago Agrio se encuentra dotada de infraestructura de servicios básicos, tales como; Energía eléctrica, Alcantarillado, Agua potable, Telefonía fija y móvil, Sistema vial, Transporte, Seguridad Social calificándola como buena, pues casi toda la población tiene acceso a ella.

- **Suelo**

La capacidad del uso del suelo se presenta en clases, que buscan tierras de condiciones similares en el grado relativo a las limitaciones y riesgos de deterioro para su uso en forma sostenible. Las identificadas por expertos en Nueva Loja – Lago Agrio, son:

**Cuadro 8.** Uso del Suelo, Nueva Loja - Lago Agrio.

CLASE AGROLÓGICA	CARACTERISTICAS	RECOMENDACIONES
Clase II	Presentan leves limitaciones, reducen la posibilidad de elección de actividades, incrementan los costos de producción. Pueden cultivarse mediante labores adecuadas, de fácil aplicación, presentan pendiente suave, se inundan ocasionalmente y pueden necesitar drenaje. Representa un 8% del total de la superficie Nueva Loja – Lago Agrio.	Tierras apropiadas para cultivar con métodos sencillos en forma permanente. Prácticas agrícolas para evitar la erosión; cultivos en fajas, en cobertura, sistemas de terrazas.

Continúa...

... Continuación

CLASE AGROLÓGICA	CARACTERÍSTICAS	RECOMENDACIONES
<b>Clase III</b>	Presenta limitaciones moderadas que restringen la elección de los cultivos. Para cultivos anuales se requiere prácticas intensivas de anejo y conservación de suelos y agua. Representa el 56.9% del total de superficie Nueva Loja	Se sugiere cultivos de ciclo corto como arroz y maíz, se puede aplicar cultivos perennes como café robusto, cacao, palma africana, además de algunas especies forestales de alto precio nacional e internacional.
<b>Clase IV</b>	Presentan fuerte limitaciones que restringen su uso a vegetación semipermanente y permanente. Los cultivos anuales se desarrollan únicamente en forma ocasional y con práctica muy intensiva de manejo y conservación del suelo. Representa el 2,8% del total de la superficie	Se pueden aplicar los cultivos mencionados en la clase III, siempre y cuando se realizan drenajes profundos.
<b>Clase VI</b>	Deben emplearse para el pastoreo o la silvicultura y su uso entraña riesgos moderados. Se hallan sujetos a limitaciones permanentes no son adecuados para cultivos. Representa el 23,1% del total de la superficie de Nueva Loja – Lago Agrio.	Tierras utilizadas para la producción forestal y cultivos permanentes tales como frutales y café (idealmente el cultivo de café arábigo), los cuales requieren de prácticas intensivas de manejo y conservación de suelos.
<b>Clase VII</b>	Presentan severas limitaciones, permite el manejo forestal en caso de cobertura boscosa, provoca la restauración forestal por medio de la regeneración natural. En zonas de pluviosidad fuerte estos suelos deben usarse para sostener bosques. Representa el 9,2% del total de la superficie de Nueva Loja	Estas tierras no reúnen las condiciones mínimas para actividades de producción agropecuaria o forestal. Solo tienen utilidad de zonas de preservación de flora y fauna, reserva genética y belleza escénica.

Fuente: Agroprecisión-PDOTCLA, 2011.

- **Geología**

Está caracterizada por formaciones con edades generalmente cuaternarias, incluyendo tipos de litologías, como;

**Cuadro 9.** Formaciones Geología - Litología de Nueva Loja - Lago Agrio.

FORMACIÓN	LITOLOGÍA	SUPERFICIE (ha.)
Curaray	Arcillas, lutitas tobáceas, yeso, areniscas finas	15.462,1
Mera	Conglomerados gruesos, tobas, arenas, arcillas	11.661,9
Cuaternarios	Depósitos Coluviales	61,2
Cuaternarios	Depósitos Aluviales	35.887,8
Cuaternarios	Depósitos Coluvio Aluviales	97,2
Chalcana	Lutitas abirragadas, yeso, limo, areniscas	7.480,1

Fuente: Agroprecisión-PDOTCLA, 2011.



- **Geomorfología**

Estudio de las formas superficiales de la Tierra, formaciones del relieve terrestre.

**Cuadro 10.** Tipos de Relieves Geomorfòlicos, Nueva Loja - Lago Agrio.

ORIGEN	FORMA DE RELIEVE	CARACTERISTICAS
<b>Tectónico Erosivo</b>	Relieve colinado alto, colinado medio, ondulado a colinado muy bajo.	Corresponde a levantamientos de forma montañosa y colinadas de diversa altura.
<b>Estructural</b>	Superficie de cuesta y frente de cuesta	Pertencen a relieves subandinos, la cobertura natural mayormente son bosques de vegetación arbórea húmeda, el uso de tierra está ocupado por arboricultura tropical y pastos.
<b>Deposicional</b>	Llanuras bajas - relieve ondulado a colinado muy bajo	Constituye un nivel de sedimentos aluviales, circulan ríos meandrícos divagantes lo que son inundables en épocas de invierno generalmente contiene zona pantanosa.

**Fuente:** Agroprecisión-PDOTCLA, 2011.

**b) Aspectos económicos**

El sistema productivo de Nueva Loja –Lago Agrio, ha tenido un desarrollo diferenciado en función de las cualidades naturales del territorio. Considerando que el uso del suelo que está cubierto de bosque nativo el 38,08% pertenece a zonas intervenidas correspondientes a asociación de pasto cultivado (70%) y arboricultura tropical (30%) abarcando un 18,16% del cantón. Igualmente, la palma africana ocupa un área de 669,68 ha.

Hay sectores de mayor desarrollo económico, provistos de zonas comerciales consolidadas, las cuales se han desarrollado a partir de las ganancias de la explotación petrolera que han permitido elevar en cierto sentido la calidad de vida de la población.

- **Actividades económicas y productivas**

El comercio se ha convertido en una de las principales fuentes de trabajo y la ganadería es un factor importante en la económica la cual ha cobrado un alto costo ambiental por el modelo de desarrollo implementado en esta zona urbana.

Las principales actividades están relacionadas con la agricultura, ganadería, explotación de madera, y trabajo en compañías y/o empresas. Al ser considerada la capital de la Provincia de Sucumbíos, puesto a las ocupaciones las que están inmersos los pobladores de Nueva Loja – Lago Agrio son varias, muchos están empleados en la Industria Petrolera, en la parte pública como lo son; el Consejo Provincial, Municipal, Fuerzas Armadas, en las diferentes Direcciones Provinciales de los Ministerios etc., como también en las empresas privadas, tales como; Telecomunicaciones, Transporte, Finanzas, Turismo, destrezas artesanales etc. A pesar de todas las empresas que existen en la ciudad, pues un gran número de desempleados coexiste.

**Cuadro 11.** Actividades económicamente productivas de Lago Agrio.

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>CARACTERISTICAS</b>
<b>Ganadería</b>	La producción es destinada para el autoconsumo y comercialización a vecinos e intermediarios, se elabora quesos, yogurt y otros productos lácteos. Los espacios de cultivos de café actualmente son pastizales para mantenimiento de ganado.
<b>Agricultura</b>	Actualmente el producto estrella en la producción del sector es el Cacao, pues su valor del mercado supera los 100 dólares por quintal. El café también es un producto importante aunque no tan significativo, el maíz se cultiva especialmente para autoconsumo (familiar y animal).
<b>Explotación forestal</b>	Está relacionada con la sobrevivencia de la población, ante la baja productividad agrícola, la explotación de madera es una alternativa para complementar los ingresos en los hogares, los tablones se comercializan en las vías y caminos por medio de intermediarios.
<b>Piscicultura</b>	Actividad que gana terreno y presencia con mayor frecuencia en la zona, la producción de tilapias (roja, negra) y cachama (roja, negra, blanca) en piscinas superficiales alcanza una utilidad mensual de 100 dólares aprox.

... Continuación

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>CARACTERISTICAS</b>
<b>Turismo</b>	Nueva Loja – Lago Agrio cuenta con atractivos importantes como; ríos, lagunas, parques ecológicos y zonas boscosas, sin embargo la actividad turística no es muy elevada pues habría que potencializar más un turismo diferente que logre captar más demanda y que eleve el nivel de interés cultural, comunitario, científico y etnoturismo.

Fuente: Agroprecisión-PDOTCLA, 2011.

### **c) Aspectos socio- cultural**

#### **•Educación**

La situación educativa, tiene marcada diferencias en cuanto a su calidad, uno de los problemas fundamentales es el mobiliario y la infraestructura, este problema se presenta de manera general. Las instalaciones no cuentan con materiales pedagógicos adecuados para el desarrollo de las diversas actividades educativas.

En cuanto al nivel de analfabetismo es representado con el 7,8% y el de alfabetismo 92,2%. Originando diversa variedad en cuanto al nivel primario con el 23.35% seguido del secundario con el 38,16%, la educación superior como el nivel más alto de instrucción con el 20,47% y el bachillerato-educación media con el 18.02% entre los más representativos.

El último censo reveló que Nueva Loja – Lago Agrio, mantiene 78 centros educativos con aproximadamente 22.822 estudiantes y personal profesional en la x 941 en la docencia.

#### **•Salud**

Las nuevas políticas del gobierno en el sector han marcado un mejor acceso a este servicio, especialmente en las medicinas y la cobertura médica. Los subcentros de salud cuentan con mejor infraestructura, sin embargo, mantiene poca atención especializada puestos que cubren con médicos; general, odontólogos y obstetras.

El sistema de salud cuenta con el Hospital Público Marco Vinicio Iza y además con uno particular Hospital Gonzales, con casas de salud; como sub-centros y dispensarios ubicados por sectores barriales, con Instituciones públicas como el Patronato cantonal. Aunque tengan infraestructura pues carece de profesionales y especialistas lo que hace que las víctimas con mayor gravedad se trasladen inmediatamente en ambulancia a la capital del País – Quito.

#### • Población

Según el censo del 2010 realizada por el INEC, Nueva Loja representa el 63% del total del Cantón Lago Agrio, su población alcanza los 57.727 habitantes entre 53% (29.017) hombres y 47% (28.710) mujeres. Segmento a la población de acuerdo a grupos de edad, el 60,6% de la población se encuentra en edad de trabajo, en el rango de 15 a 64 años de edad.

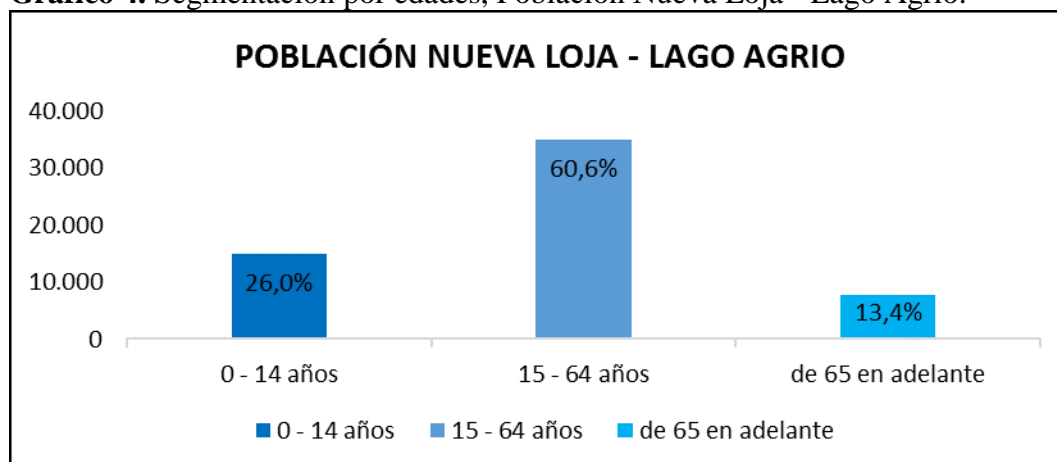
**Tabla 4.** Población por Segmentación de edades, Nueva Loja - Lago Agrio.

RANGO DE EDAD	POBLACIÓN	PORCENTAJE
0 - 14 años	15.012	26,0%
15 - 64 años	35.000	60,6%
de 65 en adelante	7.715	13,4%
<b>TOTAL</b>	<b>57.727</b>	<b>100%</b>

Fuente: INEC, 2010.

Elaborado por: la autora.

**Gráfico 4.** Segmentación por edades, Población Nueva Loja - Lago Agrio.



Fuente: INEC, 2010.

Elaborado por: la autora.

Describiendo la población Económicamente Activa (PEA) en relación con la población los datos nos revelan que el 54,41% se mantiene activa, 25,62% población inactiva y el 19,97% no se considera.

**Tabla 5.** PEA según Población Involucrada, Nueva Loja - Lago Agrio.

<b>ACTIVIDAD ECONOMICA</b>	<b>POBLACION INVOLUCRADA</b>
Agricultura, ganadería, piscicultura y pesca	8%
Explotación de minas y canteras	11%
Industrias Manufacturera	4%
Construcción	3%
Comercio al por mayor y menor	7%
Transporte y almacenamiento	3%
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	6%
Información y comunicación	3%
Actividades financieras y de seguros	3%
Actividades inmobiliarias	1%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	2%
Actividades de servicio administrativo y de apoyo	4%
Administración pública y defensa	10%
Enseñanza	4%
Atención Salud Humana	4%
Artes, entretenimiento y recreación	5%
Turismo	8%
Otras actividades	8%
No declaradas	6%

**Fuente:** PDOTCLA, 2011.

**Elaborado por:** la autora.

Las prácticas de comportamiento cultural y lingüístico demuestran asentamientos de grupos humanos de nacionalidades étnicas nativas de la Amazonía, resaltando la Nacionalidad Kichwa y mestizos con el 75,30%, seguido por los Cofanes con un 14,62% y los Shuar con un 10,08%.

- **Ambiental**

Las fases de exploración, explotación, transporte, industrialización, comercialización y abandono de infraestructura petrolera, si no se ejecuta considerando parámetros ambientales de contaminación, las consecuencias son catastróficas para los seres vivos.

En Sucumbíos este proceso, ha traído inestabilidad social, antes que desarrollo equitativo

La contaminación y destrucción del ambiente por la actividad petrolera es alarmante; la serie de derrames petroleros, producidos por diferentes causas es una de las muestras más representativas de contaminación ambiental, seguido de la deforestación para la apertura de pozos y establecimiento de plataformas, la apertura de vías, transporte de maquinaria pesada, establecimiento de campamentos, ruido de motores, mecheros, etc. Estas actividades afectan directamente al suelo, agua, vegetación, animales y al hombre.

- **Turístico**

El turismo en la Provincia de Sucumbíos – parroquia nueva Loja gira alrededor de las áreas protegidas y grupos étnicos, promocionado por agencias turísticas locales, nacionales y extranjeras. Esta actividad también es apoyada y promocionada por los Gobiernos Autónomos Descentralizados de la Provincia, a través de sus departamentos respectivos.

Por la importancia que reviste esta actividad y para complementar el desarrollo de la Provincia existen centros educativos que forman profesionales en esta rama como el Colegio Segundo Orellana, y Universidad Particular de Loja.

**Tabla 6.** Atractivos culturales.

N <sup>a</sup>	NOMBRE	ANEXO
1	Ficha Técnica Cultural de la etnia Cofán.	Ver anexo N <sup>a</sup> 5
2	Ficha Técnica Cultural de la etnia Kichwas	Ver anexo N <sup>a</sup> 6
3	Ficha Técnica Cultural de la etnia Siona	Ver anexo N <sup>a</sup> 7
4	Ficha Técnica Cultural de la etnia Secoya	Ver anexo N <sup>a</sup> 8

Continúa...

... Continuación

<b>N<sup>a</sup></b>	<b>NOMBRE</b>	<b>ANEXO</b>
5	Ficha Técnica Cultural de la etnia Shuar	Ver anexo N <sup>a</sup> 9
6	Ficha Técnica Cultural de la etnia Ahusar	Ver anexo N <sup>a</sup> 10
7	Ficha Técnica Cultural de la etnia Huaorani	Ver anexo N <sup>a</sup> 11
8	Ficha Técnica Cultural de la etnia Tagaeri	Ver anexo N <sup>a</sup> 12

Elaborado por: la autora.

**Tabla 7.** Atractivos culturales –Gastronomía.

<b>N<sup>a</sup></b>	<b>NOMBRE</b>	<b>ANEXO</b>
1	Ficha Técnica Maito de pescado.	Ver anexo N <sup>a</sup> 13
2	Ficha Técnica pincho de mayones	Ver anexo N <sup>a</sup> 14
3	Ficha Técnica Gastronómica - Chicha de Yuca	Ver anexo N <sup>a</sup> 15

Elaborado por: la autora.

**Tabla 8.** Atractivos Naturales de Nueva Loja - Lago Agrio.

<b>N<sup>a</sup></b>	<b>NOMBRE</b>	<b>ANEXO</b>
1	Laguna Julio Marín	Ver anexo N <sup>a</sup> 16
2	Playas de Arena Chiparo	Ver anexo N <sup>a</sup> 17
3	Rio Aguarico	Ver anexo N <sup>a</sup> 18

## 6.2. Realizar el Plan de Negocios mediante la aplicación del estudio de mercado

### 6.2.1. Elaboración e Interpretación de encuestas

$$n = \frac{z^2 \cdot N \cdot PQ}{e^2(N-1) + z^2 \cdot PQ}$$

$$n = \frac{1.654^2 \cdot 158.537 \cdot (0.70)(0.30)}{(0.07)^2(158.537 - 1) + (1.654)^2 \cdot (0.70)(0.30)}$$

$$n = \frac{33987.45}{(4.9)(50.827) + 2.735 \cdot 0.21}$$

$$n = \frac{91079.56}{776.40}$$

$$n = 117$$

#### 1. Conoce usted lo que es Museo etnográfico.

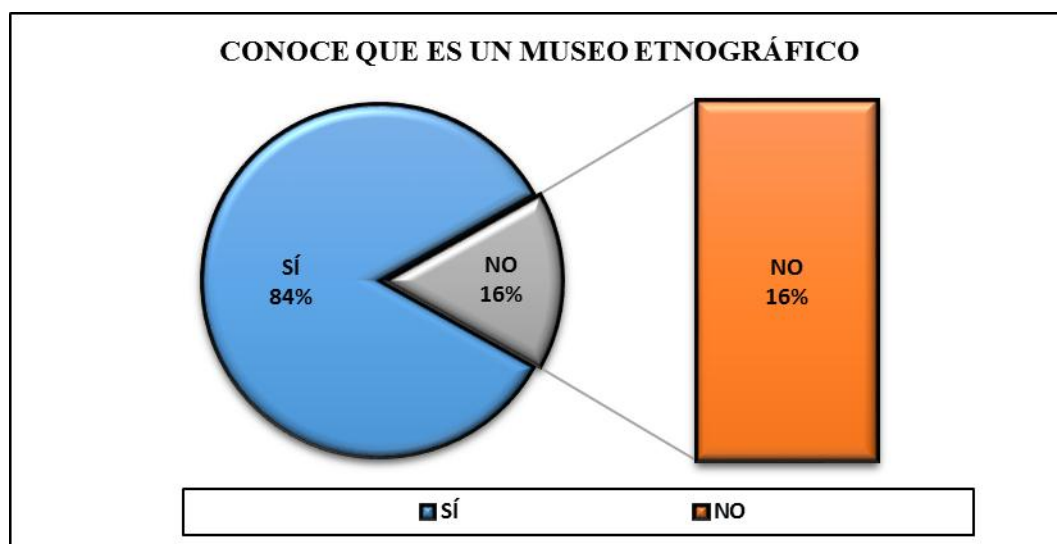
SÍ..... NO.....

**Tabla 9.** Conoce Ud., que es un Museo etnográfico.

INTERPRETACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	98	84%
NO	19	16%
<b>TOTAL</b>	<b>117</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: la autora

**Gráfico 5.**



Elaborado por: la autora.

**Interpretación.** - De acuerdo al Gráfico 5, el 100% de personas encuestadas, se determinó que el 84% conoce lo que es un Museo etnográfico y a que se relaciona y 16% desconoce el significado y por ende su contexto, lo que nos permite obtener el nivel de conocimiento de la población en cuanto al ámbito cultural.



**2. Estaría Ud., de acuerdo con la creación de un Museo etnográfico “Amazónico del Ecuador” en Nueva Loja - Lago Agrio.**

DE ACUERDO.....

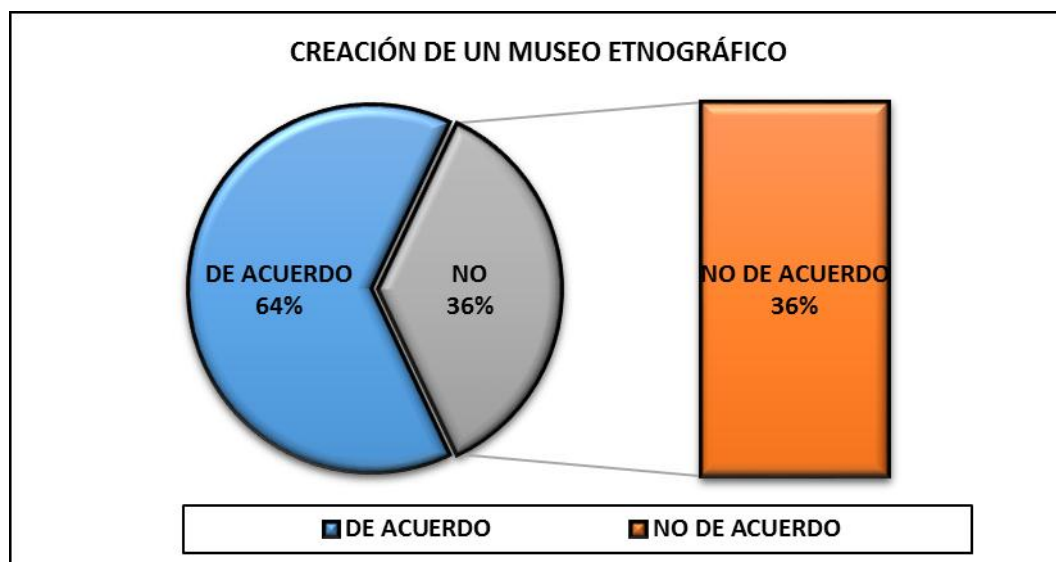
NO DE ACUERDO.....

**Tabla 10.** Creación de un Museo etnográfico.

INTERPRETACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DE ACUERDO	75	64%
NO DE ACUERDO	42	36%
<b>TOTAL</b>	<b>117</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: la autora.

**Gráfico 6.**



Elaborado por: la autora.

**Interpretación.** - Mediante la representación del Gráfico 6, el 100% de las encuestas realizadas, el 64% manifiesta que está de acuerdo con la Creación de un Museo etnográfico en el sector y 36% menciona que no está de acuerdo. Investigación que fue fundamental para obtener orientación, criterios y afirmaciones, sobre la posible viabilidad u aprobación del proyecto.

3. Cree Ud., que con la creación del Museo etnográfico “Amazónico del Ecuador”, beneficiaría al crecimiento económico en la población de Nueva Loja – Lago Agrio.

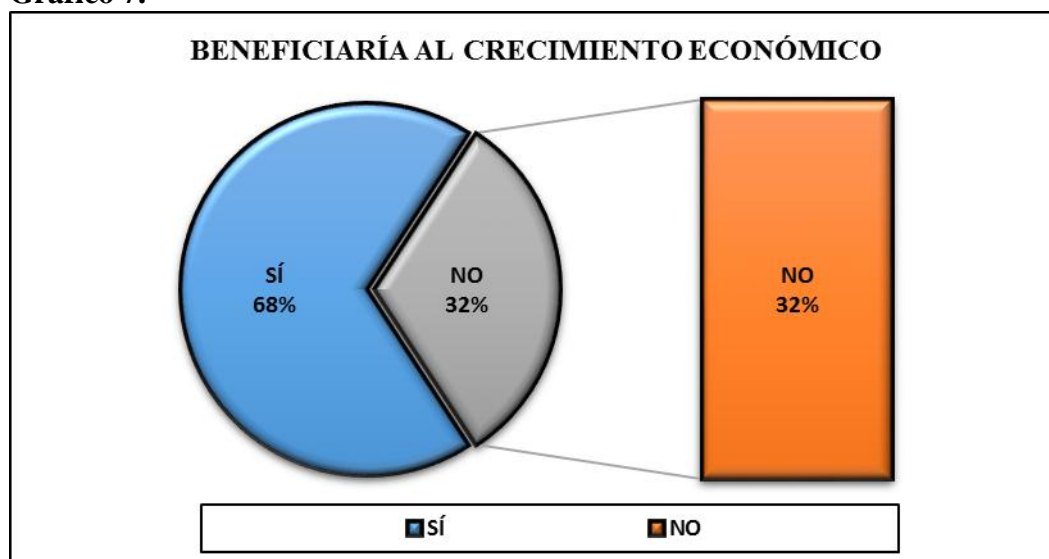
SÍ..... NO.....

**Tabla 11.** Beneficio al crecimiento económico con la creación del Museo.

INTERPRETACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	80	68%
NO	37	32%
<b>TOTAL</b>	<b>117</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: la autora.

**Gráfico 7.**



Elaborado por: la autora.

**Interpretación.-** En referencia al Gráfico 7, de la población encuestada, se obtuvo que el 68% cree que sí beneficiaría al crecimiento económico la Creación del Museo etnográfico en el sector, porque actuaría como un nuevo e innovador atractivo en la zona logrando captar la atención del turista/visitante generando comercio de acuerdo a los consumos que realice para su satisfacción y el 32% manifiesta que no. Resultados que nos refleja, la contribución que se haría no solo a nivel turístico la Creación de un Museo etnográfico sino también a nivel socio-económico que se demandaría, generando ingresos y crecimiento económico a la población del sector.

4. Considera Ud., que el diseño del Museo etnográfico se debe distribuir por diferentes áreas de exhibición o debe ser de diseño expandido (tipo explanada) para su observación entorno a su contexto.

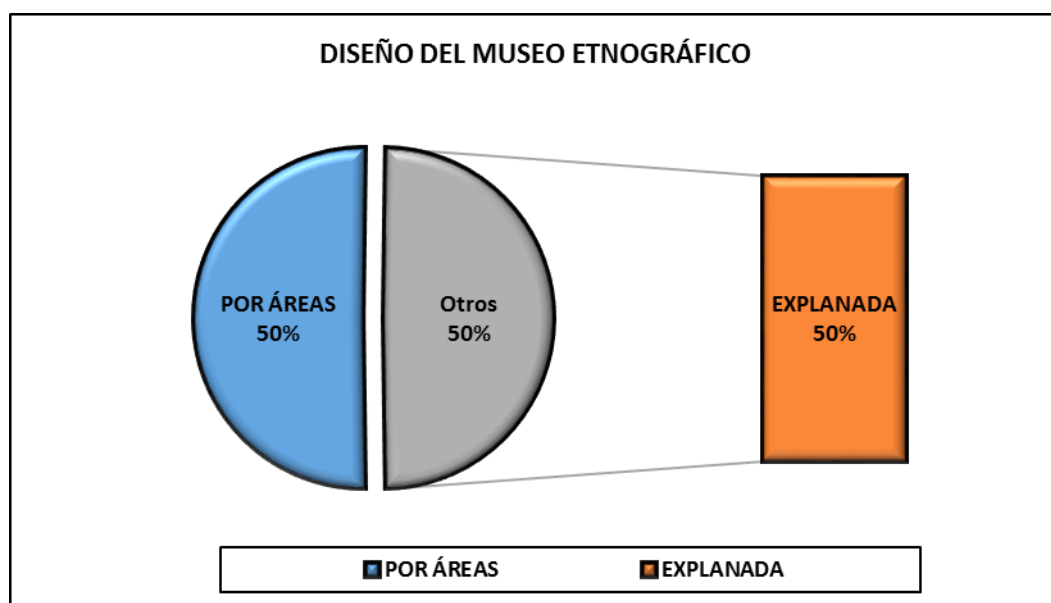
POR ÁREAS..... EXPLANADA.....

**Tabla 12.** Diseño del Museo etnográfico por áreas o explanada.

INTERPRETACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
POR ÁREAS	59	50%
EXPLANADA	58	50%
<b>TOTAL</b>	<b>117</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: la autora.

Gráfico 8.



Elaborado por: la autora.

**Interpretación.** - Analizando el Gráfico 8, el 100% de las personas encuestadas, se determinó que el 50% cree conveniente el diseño del Museo etnográfico por áreas de exhibición en referente al contorno que trate cada una de las etnias, y el otro 50% menciona que es preferible que sea de tipo explanada para una mejor visualización y observación de lo que se presentará bajo exposición. Datos que permite referenciar y estructurar el diseño de la creación del Museo etnográfico para una infraestructura cómoda y acogedora para el turista/visitante.

**5. Estaría Ud., de acuerdo que se cancele un valor monetario por el ingreso al Museo etnográfico.**

DE ACUERDO.....

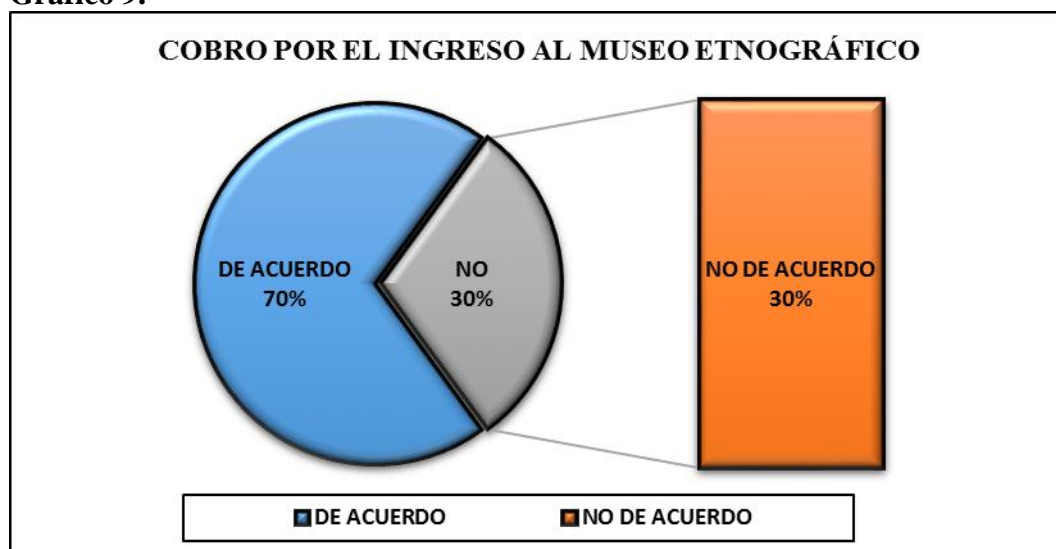
NO DE ACUERDO.....

**Tabla 13.** De acuerdo o no por el cobro del ingreso al Museo etnográfico.

INTERPRETACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DE ACUERDO	82	70%
NO DE ACUERDO	35	30%
<b>TOTAL</b>	<b>117</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: la autora.

**Gráfico 9.**



Elaborado por: la autora.

**Interpretación.** - De acuerdo Gráfico 9, el 100% de las encuestas realizadas, se obtuvo que el 70% estaría de acuerdo con un cierto monto para la cancelación del ingreso al Museo etnográfico, ya que manifiestan que serviría como ingresos para el mantenimiento y ejecución del mismo, mientras que el 30% menciona que no está de acuerdo que mejor sería que sea gratuito. Lo que nos revelan los resultados es el positivismo para fijar un determinado precio, en cuanto al cobro para el ingreso al Museo etnográfico.

**6. Estaría de acuerdo que en el Museo etnográfico participen directamente personajes que sean de la misma etnia amazónica que represente en toda su plenitud.**

DE ACUERDO.....

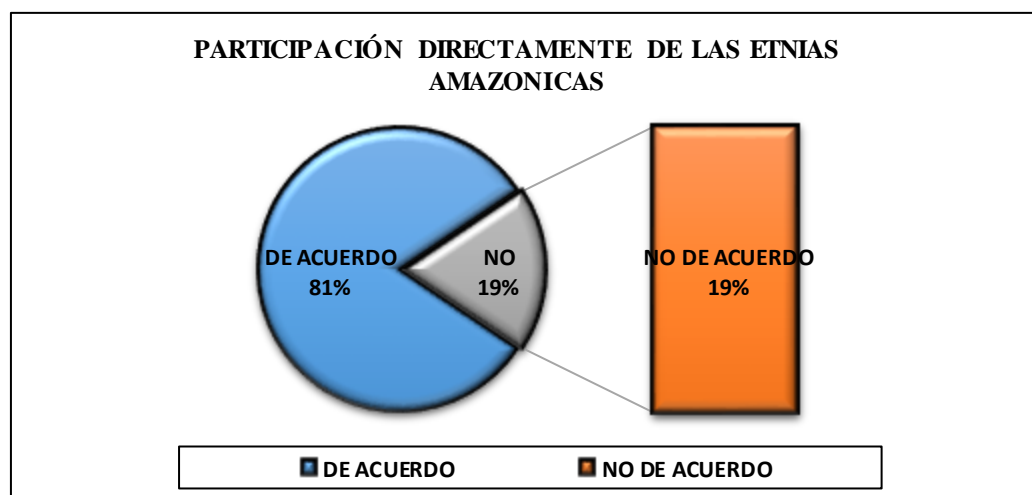
NO DE ACUERDO.....

**Tabla 14.** Estaría de acuerdo con la participación de los integrantes de las mismas etnias amazónicas.

INTERPRETACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DE ACUERDO	95	81%
NO DE ACUERDO	22	19%
<b>TOTAL</b>	<b>117</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: la autora.

**Gráfico 10.**



Elaborado por: la autora.

**Interpretación.-** Mediante la representación del Gráfico 10, de la población encuestada se dedujo, que el 81% está de acuerdo con la participación de integrantes de la misma etnia amazónica que represente este en la explosión de cada una de sus costumbres, labores, procesos, rituales a las cuales ellos(as) se someten bajo su contexto como comunidad y el 19% menciona que no está de acuerdo, porque se estaría pretendiendo aprovechar de personas de cultura ancestral como material de exposición para fines lucrativos. Resultados que revela que la mayor población se encuentra de acuerdo con la participación de personas de la misma etnia amazónica que represente entorno a la exhibición de sus culturas en el Museo etnográfico, ya que esto daría cierto nivel de originalidad y temática para captar la atención del turista /visitante e impartir conocimientos culturales y de conservación ancestral.

7.- Para Ud., cuál sería el sector apropiado para la implementación y creación del Museo etnográfico “Amazónico del Ecuador” en Nueva Loja – Lago Agrio.

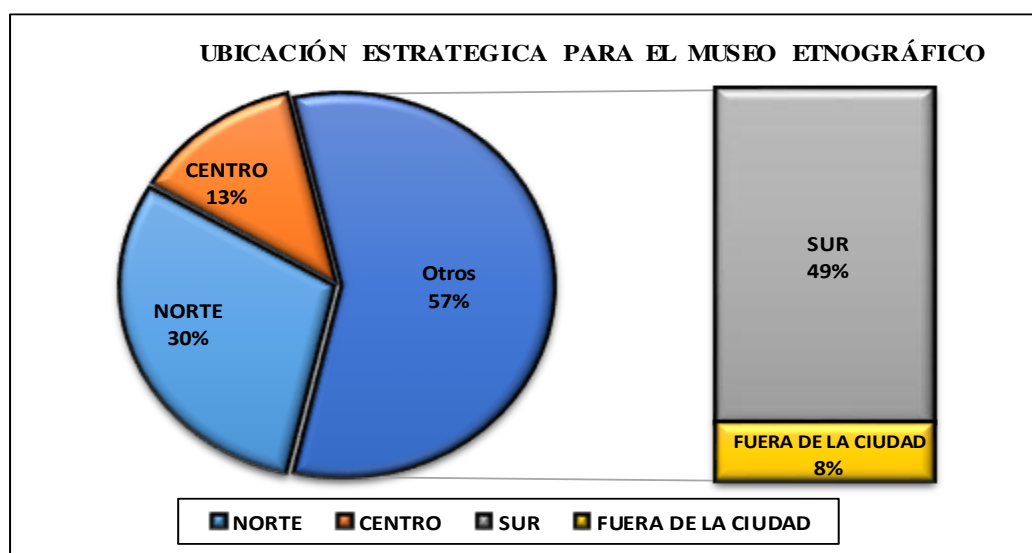
NORTE.....      CENTRO.....      SUR.....      FUERA.....

**Tabla 15.** Del sector apropiado para la Creación del Museo etnográfico.

INTERPRETACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NORTE	35	30%
CENTRO	15	13%
SUR	57	49%
FUERA DE LA CIUDAD	10	8%
<b>TOTAL</b>	<b>117</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: la autora.

**Gráfico 11.**



Elaborado por: la autora.

**Interpretación.** - De acuerdo al Gráfico 11, de las encuestas realizadas, se obtuvo que el 30% prescribe que sería apropiada la ubicación en el sector Norte de la ciudad, el 13% menciona que en el sector Centro, mientras que el 49% manifiesta que sería factible en el sector Sur del área de estudio y un 8% señala que sea a fueras de la ciudad. Lo que permite determinar la ubicación apropiada para incorporar al área de estudio, Nueva Loja – Lago Agrio la creación de un Museo etnográfico, la cual quedaría como favorable el sector sur de la ciudad como ubicación estratégica para la acogida apropiada en el mercado turístico y cultural.

**8.- Le gustaría a Ud., que las Instituciones tanto públicas como privadas participen y presten sus servicios económicos, sociales y comunitarios para la implementación y desarrollo del Museo etnográfico “Amazónico del Ecuador”**

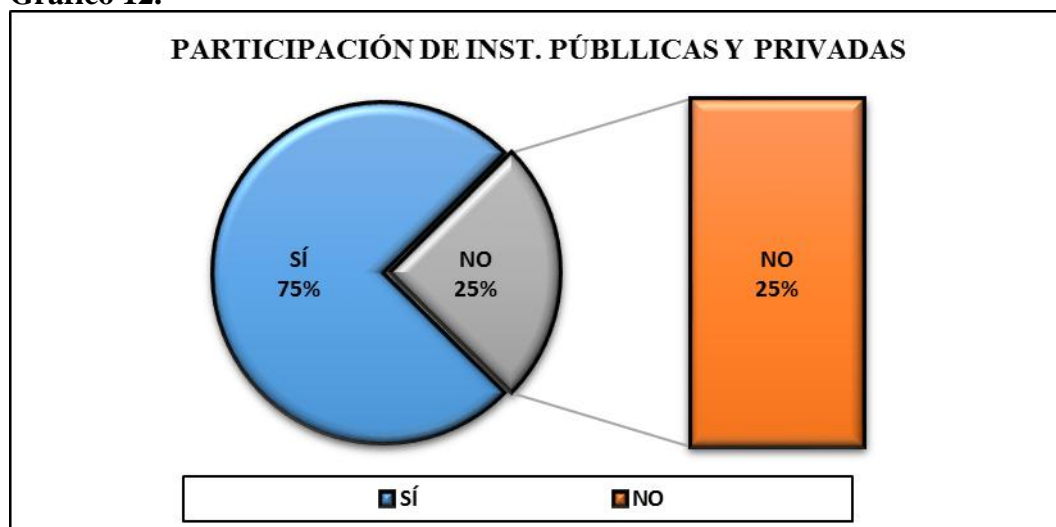
SÍ..... NO.....

**Tabla 16.** Le gustaría que las Instituciones públicas y privadas en la creación del Museo etnográfico.

INTERPRETACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	88	75%
NO	29	25%
<b>TOTAL</b>	<b>117</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: la autora.

**Gráfico 12.**



Elaborado por: la autora.

**Interpretación.** - Analizando el Gráfico 12, las encuestas realizadas a la población objeto, se señala que el 75% si le gustaría que las Instituciones tanto públicas como privadas participen con la ayuda necesaria para la creación del Museo etnográfico, ya que formaría parte esencial como atractivo fundamental turístico y cultural que reflejará las diferentes etnias amazónicas existentes en el sector, y el 25% menciona que no le gustaría o que omiten su opinión al respecto. Logrando comentarios y criterios favorables para poder gestionar actividades con Instituciones que tengan fines al ámbito tanto turístico, cultural como económico que estén en la posibilidad de colaborar y contribuir a la propuesta de esta Creación.

9.- Ud., cree que con la Creación de este Museo etnográfico “Amazónico del Ecuador” se contribuiría a la conservación, rescate y valor cultural de las diferentes etnias existentes en el sector.

SÍ.....

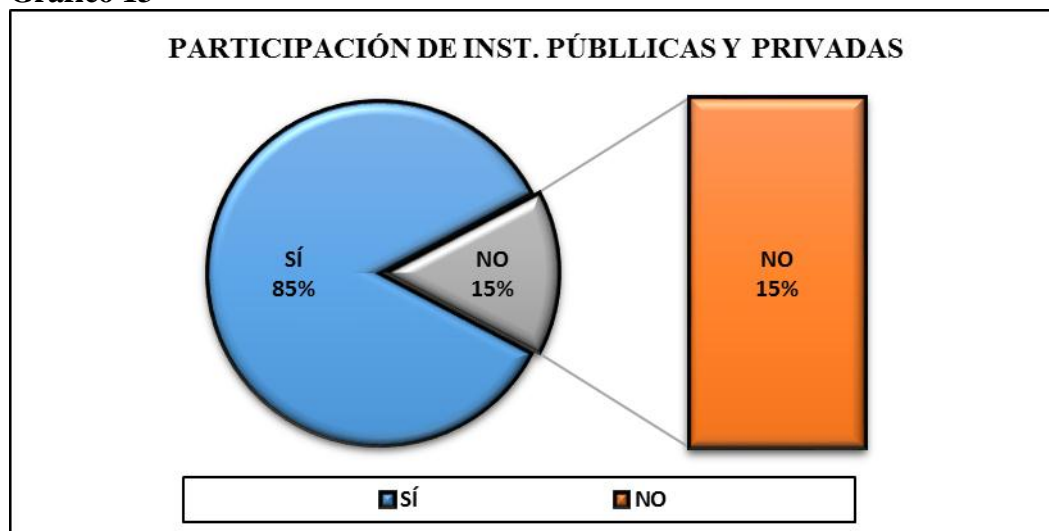
NO.....

**Tabla 17.** Cree que se contribuiría a la conservación, rescate y valor cultural con la Creación del Museo etnográfico.

INTERPRETACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	99	85%
NO	18	15%
<b>TOTAL</b>	<b>117</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: la autora.

**Gráfico 13**



Elaborado por: la autora.

**Interpretación.** - Mediante la representación del Gráfico 13, el 100% de las personas encuestadas se determinó que el 85% si cree que con la Creación de un Museo etnográfico se contribuiría al rescate, conservación y valor cultural de las etnias amazónicas aún existentes, y el 15% registra que no en su gran mayoría, ya que solo actuaría como difusión de las costumbres ancestrales de cada una de ellas. Sin embargo, la mayor parte de población cree conveniente y viable la Creación del Museo etnográfico para la conservación y rescate cultural de las etnias amazónicas, para fomentar el nivel turístico cultural de la zona y para contribuir al desarrollo socio-económico de la población, generando así más divisas de turistas/visitantes.



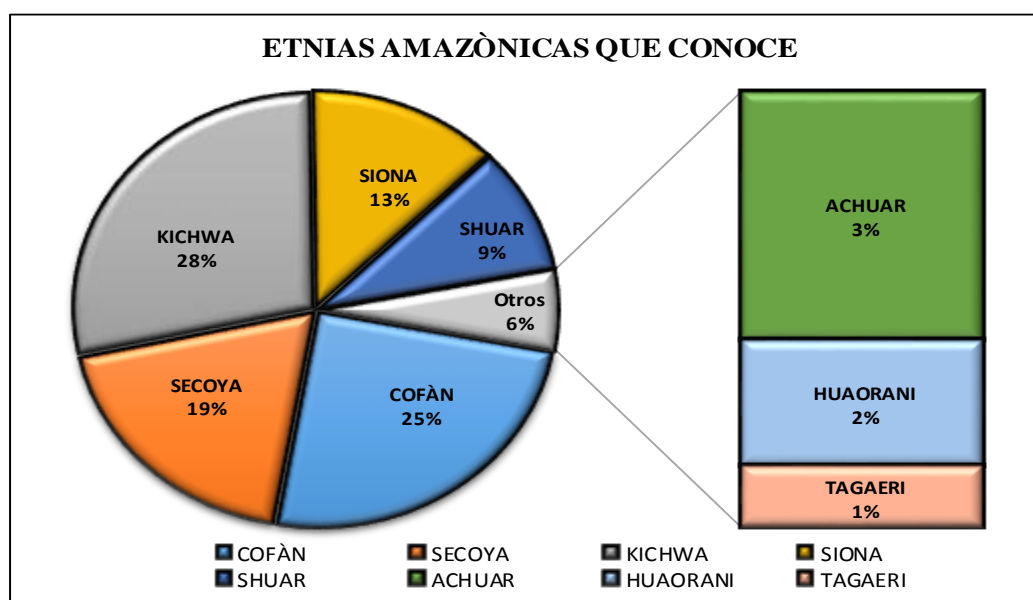
## 10.- Cuales de las siguientes etnias amazónicas Ud., conoce o identifica

**Tabla 18.** De estas etnias amazónicas cuales conoce o identifica Ud.

INTERPRETACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
COFÀN	29	25%
SECOYA	22	19%
KICHWA	33	28%
SIONA	15	13%
SHUAR	11	9%
ACHUAR	4	3%
HUAORANI	2	2%
TAGAERI	1	1%
<b>TOTAL</b>	<b>117</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: la autora.

**Gráfico 14.**



Elaborado por: la autora.

**Interpretación.** - Analizando el Gráfico 14, el 100% de la población encuestada, se obtuvo una gran diferenciación en cuanto al conocimiento sobre las etnias amazónicas, unos de los resultados más representativos fueron; el 28% Kichwa, el 25% Cofán, el 19% Secoya, el 13% Sionas mientras que los mínimos, están con la etnia Shuar con un 9%, Achuar con 3%, Huaorani 2% y Tagaeri 1%. Considerando los resultados podemos comprender que la población la mayoría identifica a las etnias amazónicas, pero no conocen en sí sobre cada una de ellas.

Una vez aplicada las encuestas se puede determinar e incurrir a la elaboración y descripción del Estudio de mercado, para establecer los perfiles relevantes e

importantes para la elaboración del Plan de Negocios, como es; la Demanda, la Oferta, la Competencia y el Tamaño de mercado a cuál estaremos direccionándonos como propuesta.

## **6.2.2. Estudio de Mercado**

### **a) Análisis de la Demanda**

El presente y futuro Turista/Visitante, al cual se dirige de manera particular y prioritaria este proyecto, detalla el siguiente perfil; de género Masculino (63%) como Femenino (37%) que están entre la edad Joven (42%) – Adulta (58%) de procedencia Local (41%), Nacional (27%) e Internacional (32%) quienes se encuentran y se encontrarían interesados en realizar un turismo cultural y ancestral, el estudio de vivencias ancestrales y observación de relatos, costumbres, danzas para la interpretación y escrito de libros, revistas que están sujetas al ámbito cultural y estudiantil.


Además, una gran parte de la demanda potencial encabezarían los turistas/visitantes que buscan salir de la cotidianidad de la vida mundana y busca un lugar donde ir en familia, grupos de amigos, compañeros, colegas que se involucren y formen parte de la conservación y rescate cultural de sus ancestros que les importe valorar la cultura y aprender más de cada una de ellas. Disfrutar de las diversas actividades, tales como; costumbres, rituales, danzas que pueden demostrar como también saborear su gastronomía típica y porque no llevarse unos bonitos recuerdos elaborados de sus propias manos y con sus propios recursos materiales como son sus artesanías y vestuarios.

Mediante la Investigación que se generó (encuesta) se concluyó que la población objeto, si estaría de acuerdo al cobro por el ingreso al Museo etnográfico considerando dichos resultados y tomando en cuenta el nivel económico de la misma se referencia que los valores monetarios estarían, por; Niños(as) USD 0.50, Adultos USD 2,50 y Estudiantes (Secundaria y Superior) USD 1,50. Valores mínimos que de seguro no se arrepentirán de

cancelar a cambio de las múltiples actividades que se generará dentro del Museo etnográfico y sobretodo del conocimiento que se llevarán logrando con ello valorar y apreciar de la cultura ancestral de la Amazonía ecuatoriana.

La Demanda investigada y encuestada, recomienda que para el disfrute y deguste de estos servicios y actividades turísticas culturales que se pretende desarrollar, en la Creación del Museo etnográfico; se tome en cuenta guías nativos y bilingües, para la atención apropiada de toda categoría de turista que acuda al atractivo cultural, así mismo manifiestan que la distribución de los stand de exhibición sean correctamente visuales y de espacio acogedor para poder disfrutar y esparcirse sin ningún inconveniente, que las áreas de mayor actividad como; la gastronómica, la cinematográfica y la de artesanías tenga la seguridad prudente para su observación y deguste de manera que pueda estar sin complicaciones u accidentes.

**Cuadro 12.** Perfil del Turista/Visitante - Demanda.

SEGMENTACIÓN	CLIENTE	PERFIL
<b>Género:</b>	Hombres y Mujeres.	
<b>Procedencia:</b>	Local, Nacional e Internacional.	
<b>Edad:</b>	14 – 65 años / JOVENES - ADULTOS	
<b>Preferencias:</b>	De convivencia con el medio cultural y ambiental, que busque expandir sus conocimientos en cuanto a la conservación y rescate cultural logrando valorar los diversos saberes que involucra cada una de las etnias, satisfacer emociones mediante las actividades; rituales, relatos, danza que mantenga el interés de aprender y apreciar lo cultural de la Amazonía ecuatoriana.	

**Elaborado por:** la autora.

## b) Análisis de la Oferta

La oferta en lo que se refiere al turismo cultural y ancestral de las etnias amazónicas del Ecuador, es dar a conocer los recursos naturales (sectores de ubicación, hábitos, sobrevivencia, caza, vivienda), históricos (costumbres, vestuario) y/u culturales (rituales, danzas, artesanías) que puedan interpretar e incentivar hacia la conservación y rescate cultural

logrando así una culturización general, logrando el respeto que se merecen cada una de ellas en la civilización actual.

Propuesta que se genera con el único interés de impartir conocimientos, saberes y costumbres ancestrales para el rescate, conservación y valor cultural que debe otorgárseles en el mundo actual (civilización) realizando así un turismo sostenible y sustentable para cada una de sus Comunidades a la cual pertenecen y el ser reconocidos como patrimonio turístico y cultural de gran potencial. Algunas de las etnias mediante sus comunidades generan un Turismo Comunitario.



**Mapa 4.** Ubicación por regiones de las etnias amazónicas del Ecuador.



Fuente: PDOTCLA, 2011.

Al identificar las etnias de la Amazonía ecuatoriana se procede a dar información concisa y concreta de cada una de ellas, para poder luego en el Plan de Negocios realizar la respectiva distribución técnica mediante la infraestructura adecuada y garantizar la correcta exhibición y funcionamiento de los stands expositores para a la acogida de los futuros turistas/visitantes.

Tabla 19. Etnias de la Amazonía Ecuatoriana.



GRUPOS ÉTNICOS	
<p style="text-align: center;">bvn</p> <div style="text-align: center; margin-top: 100px;">  <p style="font-size: 24px; font-weight: bold; color: #660066;">A'I COFÁN</p> </div>	<p>Este grupo étnico se encuentra ubicado en dos estados: Colombia y Ecuador. En nuestro país están ubicados en la Provincia de Sucumbíos, a lo largo de los ríos Aguarico, Guanúes y San Miguel, incluyendo el área que ocupa actualmente Lago Agrio, específicamente en cuatro cantones.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.-Cantón Lago Agrio, en las parroquias Dureno y Jambelí.</li> <li>2.-Cantón Cascales, en la parroquia El Dorado de Cascales.</li> <li>3.-Cantón Cuyabeno, en la parroquia Cuyabeno.</li> <li>4.-Cantón Sucumbíos, parroquia La Bonita.</li> </ol> <p>El Estado ha declarado varias áreas protegidas en espacios territoriales de la nacionalidad A'I Cofán, territorios de la comunidad Zábalo se encuentra en la zona de influencia de la Reserva Faunística Cuyabeno y algunas comunidades tienen sus espacios territoriales al interior de la Reserva Ecológica Cayambe-Coca, del Bosque Protector Alto Bermejo y del Parque Nacional Sumaco.</p> <p>Llevaron este nombre debido a que alrededor de donde estaban ubicados existía una clase de paja la cual ellos la denominaron cofaje con ella realizaban sus viviendas, como también denominaron al río cofanae de esta manera ellos se autodenominaron Cofán. La lengua de los cofanes es la a'inagae, con una posible vinculación del grupo lingüístico Chibcha.</p>
<div style="text-align: center; margin-top: 100px;">  <p style="font-size: 24px; font-weight: bold; color: #660066;">SIONA</p> </div>	<p>Tienen presencia en Colombia y Ecuador. En Ecuador se encuentran en la Provincia de Sucumbíos, cantón Putumayo, parroquia Puerto Bolívar; y en el cantón Shushufindi, Parroquia San Roque. La población aproximada es de 350 y 400 habitantes, asentados dispersamente, en tres comunidades Puerto Bolívar, Bi'aña y Orahueya.</p> <p>En la actualidad tienen su territorio delimitado en 40000 ha, en convenio de uso con el INEFAN, dentro de la Reserva Faunística Cuyabeno. Tienen legalizadas 7888 hectáreas en propiedad colectiva para los tres asentamientos, las mismas que constituyen una mínima parte de su territorio tradicional. Su idioma: Paicoca.</p> <p>Los Sionas, al igual que Cofanes y Secoyas, fueron objeto de maltrato y explotación tanto en la época cauchera como en la petrolera.</p> <p>Su proceso de sedentarización ha tenido que ver con los procesos de evangelización, influencia religiosa que sumada a la migración, cambió el patrón de asentamiento indígena, de forma dispersa a la nuclearización en aldeas.</p>



Continúa...

<p style="text-align: center;"><b>SECOYA</b></p> 	<p>Están presentes en los estados del Perú y el Ecuador. En el Ecuador están en la provincia de Sucumbíos, cantón Shushufindi, parroquia San Roque y en el cantón Cuyabeno, parroquia Tarapoa, en las riberas del río Aguarico.</p> <p>Su territorio legalizado es de 39414,5 ha, su idioma es el paicoca y el número aproximado de habitantes es 380; están organizados en tres comunidades: San Pablo de Catetsiaya y Sicoya Remolino Ñe'ñena, ubicadas en la parroquia San Roque, cantón Shushufindi y una comunidad, ubicada en la parroquia Tarapoa, cantón Cuyabeno. En sus territorios el Estado ha declarado la Reserva Faunística Cuyabeno.</p> <p>En la vida de los Secoyas, las fiestas tradicionales, son espacios de encuentro comunitario, donde siempre está presente la comida y bebida en gran cantidad, carne de monte y pescado, chichas de yuca, chicha de chonta y guarapo.</p> <p>La vestimenta de los Secoyas, la construye con material del medio: de fibra de un árbol llamado lanchama, llevan corona de plumas, elaboradas con el plumaje de las aves más grandes de la selva, se pintan la cara en forma de cruz.</p> <p>La arquitectura Secoya, se la realiza con madera de chonta, árboles, bejucos del monte, caña guadua, hojas de lizán, pambil, locata; construcciones que tienen una duración aproximada de 10 a 15 años de vida útil.</p>
<p style="text-align: center;"><b>KICHWA DE LA AMAZONIA</b></p> 	<p>Existe controversia en cuanto a sus orígenes. En cualquier caso, son el resultado de la amalgamación de diferentes grupos cuyos miembros hablan el quichua. Efectivamente los quichuas del Oriente tienen múltiples raíces, involucran a todos los grupos étnicos clasificados como quijos y como záparas, shuar y achuar, a los Siona-Secoya, a los Cofanes y otros grupos étnicos. Se asientan en las Provincias de Napo y Pastaza. Los del Napo se ubican en las bases del río Napo, Aguarico, San Miguel, y Putumayo, en áreas urbanas de la provincia de Napo y Sucumbíos y en el Perú.</p> <p>Los de Pastaza se localizan en los bancos de los ríos Curaray, Bonobonaza y Pastaza, también en áreas urbanas de la provincia. Su Idioma: existen dos dialectos diferentes, el quichua bajo (Runa Shimi) subdividido en quichua del Napo y de Pastaza; estos dialectos son distinguibles de aquellos dialectos denominados Quichua alto.</p> <p>La Población aproximadamente es 60 000 personas.</p> <p>En cuanto a la vestimenta, pues viste atuendos del medio actual; sólo los ancianos utilizan la vestimenta tradicional, con características de su cultura tradicional. Un vestido similar al de los quichuas de la Sierra, los hombres usan pantalón hasta la rodilla y las mujeres una cutuma, que es una camisa recogida</p>

Continúa...

Continúa...

<p>... Continuación</p>	<p>desde el cuello y un anaco-una tela que se envuelven a manera de falda.</p>
<p style="text-align: center;"><b>SHUAR</b></p>  <p style="text-align: center;"><b>SHUAR</b></p>	<p>La nacionalidad Shuar tiene presencia entre los dos estados: Ecuador y Perú. En nuestro país se encuentra ubicada en las provincias de Morona Santiago, Pastaza y Zamora Chinchipe, existiendo otros asentamientos en Sucumbíos y Orellana en la Amazonía y, en la Región Litoral, en Guayas y Esmeraldas.</p> <p>Actualmente los Shuar reivindican un territorio de 900 688 ha. La extensión legalizada hasta el momento es de 718 220 ha, mientras que 182 468 ha se encuentran aún sin reconocimiento legal. Según estimaciones de los Shuar, su población es de 110 000 habitantes, asentados en aproximadamente 668 comunidades.</p> <p>Actualmente el Estado ha declarado en una parte de su territorio, la creación del Parque Nacional Sangay, territorio que en cierta manera está protegido igual que los territorios ubicados también en la zona de influencia del Parque Nacional Podocarpus y de la Reserva Faunística del Cuyabeno. Son defensores y concedores de las bondades curativas de las plantas que existen en sus territorios, este conocimiento lo tiene todo el pueblo, se lo trasmite de generación a generación, ya sea de manera oral o cuando los jóvenes miran aplicar este conocimiento en la vida cotidiana de su nacionalidad.</p> <p>Así podemos conocer que el (mantze) escancel, (llandría) llantén, (seaatpat) caña, (maya) zanahoria.</p>
<p style="text-align: center;"><b>ACHUAR</b></p>  <p style="text-align: center;"><b>ACHUAR</b></p>	<p>La nacionalidad Achuar tiene presencia en los dos estados: Perú y Ecuador. En el Ecuador están ubicados en la provincia Pastaza, en el cantón Pastaza, en las parroquias Montalvo y Simón Bolívar. En la provincia de Morona Santiago, en el cantón Taisha, en la parroquia Huasaga.</p> <p>El territorio tradicional Achuar, ha legalizado parte de sus territorios, la cantidad de 884000 ha, quedando por legalizar 133014 ha correspondientes a tres comunidades: una en Morona Santiago y dos en Pastaza. Los títulos son colectivos por Centro o por dos Centros o más.</p> <p>El uso del suelo cuenta con su propio reglamento y es producto de decisiones comunitarias. Aproximadamente 5440 habitantes están ubicados los ríos Macuma y Huasaga, organizados en 56 centros con alrededor de 830 familias.</p> <p>En cuanto a sus costumbres, beber la chicha de yuca y la wayusa es continua, así como la pintura en la cara en las fiestas y presentaciones oficiales, celebraciones que la viven con la misma alegría con la que practican el trabajo comunitario.</p> <p>Tanto en las reuniones como en sus hogares son muy protocolarios. Se practica la poligamia y está permitido que un</p>

	<p>hombre tenga más de dos mujeres, de acuerdo con sus posibilidades de organización económica.</p>
<p style="text-align: center;"><b>HUAORANI</b></p> 	<p>Se encuentran ubicados en dos provincias de la Amazonía;  1.-Provincia de Orellana, cantón Orellana, parroquia Dayuma y cantón Aguarico, parroquias Tiputini, Yasuní y Sta. María de Huiririma.  2.-Provincia de Pastaza, cantón Arajuno, parroquia Curaray. Provincia de Napo, cantón Tena, parroquia Chontapunta.</p> <p>Su idioma es el Huao Tirar, estudios lingüísticos han demostrado que no hay congéneres para esta lengua. El territorio de esta nacionalidad, fue declarado por el Estado, Parque Nacional Yasuní en el cual se encuentran asentadas las comunidades de Dícaro, Garzacocha, Ahuamuro y Bahuanamo (Cononaco Bamen).</p> <p>No tienen título de propiedad sobre sus territorios, sino un convenio de uso firmado con el INEFAN (hoy Ministerio del Ambiente).</p> <p>Los huaorani demuestran profundo conocimiento de las bondades de la selva, un claro ejemplo de lo afirmado es el tener como promedio, cuatro usos distintos para cada planta; entablan conversación con el sol, el agua, los ríos y otros elementos de la selva que simbólicamente juegan un papel importante en el quehacer cotidiano de esta nacionalidad.</p>
<p style="text-align: center;"><b>TAGAERI</b></p> 	<p>Los Tagaeri (denominados también como aucas o patas coloradas) nombre alterno (gente de Taga) hacen referencia a un clan indígena aislado voluntariamente, bajo solicitud gubernamental del mundo moderno. Son un grupo no contactado y, por lo tanto, datos relacionados con esta etnia son severamente escasos.</p> <p>El jefe guerrero del clan Taga, perteneciente al pueblo huaorani, decidió ocultarse en la selva y mantener su forma de vida ancestral dentro del bosque y alejado de la “civilización”.</p> <p>La Lingüística es bajo el idioma Wao Terero, que no clasificado. En cuanto a su población, se estima que hay quizás solamente 20-30 el sobrevivir Tagaeri, aunque estos números son inciertos. Su ubicación Dentro del Parque Nacional Yasuní viven varios grupos indígenas: Kichwa o Naporuna, Waorani, Tagaeri y Taromenane.</p> <p>División del gran clan una etnia acostumbrada más a huir de los enemigos que a enfrentarlos, reducida numéricamente, sometida al desplazamiento y a la búsqueda constante de nuevos territorios lejos de los suyos tradicionales, muestran una cultura no precisamente guerrera.</p>

Elaborado por: la autora.



### c) Análisis de Mercado

Se mide y se segmenta la Demanda o Mercado meta a la cual se enfoca y acoge esta propuesta, buscando la oportunidad de llegar a captar la atención del turista/visitante (local, nacional e Internacional) en su totalidad mediante la representación física y visual del servicio/producto que se oferta (Turismo Cultural). El conocimiento de los escenarios naturales y culturales es indispensable para realizar una buena proyección de divisas.

- **Tamaño del mercado**

Para establecer el tamaño se consideró la población – turistas que ingresa a la Cabecera cantonal, que es Lago Agrio; y para calcular las futuras proyecciones se considera la media.

**Tabla 20.** Tamaño del mercado, Nueva Loja - Lago Agrio.

<b>AÑO</b>	<b>SEGMENTOS</b>			<b>TOTAL %</b>
<b>2015</b>	<b>DEMANDA LOCAL</b>	<b>DEMANDA NACIONAL</b>	<b>DEMANDA EXTRANJERA</b>	
<b>Total</b>	23 668	15 586	18 473	100%
<b>Media</b>	11 834	7 793	9 237	100%

**Fuente:** Ministerio de Turismo, 2010

**Elaborado por:** la autora.

Para continuar y determinar la demanda al sector de estudio en específico, se tomará el rango del porcentaje según la encuesta aplicada, que nos indica cuantitativamente la visita y/o posible.

**Tabla 21.** Tamaño de mercado, Lago Agrio - Sucumbíos.

<b>AÑO</b>	<b>SEGMENTOS</b>			<b>TOTAL</b>
<b>2015</b>	<b>DEMANDA LOCAL</b>	<b>DEMANDA NACIONAL</b>	<b>DEMANDA EXTRANJERA</b>	<b>100% anual</b>
	(41%)	(27%)	(32%)	
	4 852	2 104	2 956	9 912

**Fuente:** Ministerio de Turismo, 2010

**Elaborado por:** la autora.

**a) Proyección de la demanda potencial para los próximos 5 años.**

**Tabla 22.** Proyección de Demanda (5 años), Nueva Loja - Lago Agrio.

SEGMENTOS				
AÑOS	DEMANDA LOCAL	DEMANDA NACIONAL	DEMANDA EXTRANJERA	TOTAL DE DEMANDA ANUAL
2016 (1)	10 674	4 629	6 503	21 806
2017 (2)	11 644	5 050	7 094	23 788
2018 (3)	12 614	5 471	7 685	25 770
2019 (4)	13 584	5 892	8 276	27 752
2020 (5)	14 554	6 313	8 867	29 734

Elaborado por: la autora.

**Se dedujo mediante las fórmulas de cálculo lineal del tipo  $y = a + b(x)$  conocida como recta de tendencia.**



- 1.-  $\Sigma y = an$
- 2.-  $\Sigma ya / \Sigma xb$
- 3.-  $\Sigma = a + b(an)$

<b>Ejemplo;</b>	$4\ 852 / 5 \text{ años} = 970$
	$4\ 852 + 970 = 5\ 822$
	$4\ 852 + 5\ 822 (1) = 10\ 674_{R//}$

**b) Planta Turística del sector.**

La Planta turística con la que cuenta el sector de ubicación Nueva Loja – Lago Agrio, como oferta alternativa para deguste de los turistas/visitantes a parte de la valorable y fascinante propuesta de este proyecto de realizar un Turismo cultural, pues también existe un sin número de establecimiento, centros recreativos y atractivos turísticos de los cuales pueden visitar, como de igual manera hacer uso de los empresas que brindan los servicios de hospedaje, alimentación y transporte como complemento, para satisfacer todas las necesidades que presenten durante su estadía. Se conforma de la siguiente manera;

**Tabla 23.** Planta Turística de Nueva Loja -Lago Agrio.

 <b>ILUSTRE MUNICIPIO CANTÓN LAGO AGRIO</b> 		
<b>DEPARTAMENTO DE TURISMO</b>		
<b>ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS POR EL MINISTERIO DE TURISMO</b>		
<b>ACTIVIDAD : AGENCIA DE VIAJES</b>		
<b>No.</b>	<b>RAZÓN SOCIAL</b>	<b>CATEGORÍA</b>
1	MAGIC RIVER	OPERADORA
2	PIONEER TOURS	OPERADORA
3	AZUTUR CIA. LTDA.	OPERADORA
4	CHARAPATUR S.A.	OPERADORA
<b>ACTIVIDAD : ALOJAMIENTO</b>		
<b>TIPO DE ACTIVIDAD: HOTE</b>		
<b>No.</b>	<b>RAZÓN SOCIAL</b>	<b>CATEGORÍA</b>
1	GRAN HOTEL DEL LAGO	PRIMERA
2	ARAZA	PRIMERA
5	D` MARIO	SEGUNDA
6	GRAN COLOMBIA	SEGUNDA
<b>TIPO DE ACTIVIDAD: HOTEL-RESIDENCIA</b>		
1	MARCELLA	CUARTA
2	ORO NEGRO	CUARTA
3	GUACAMAYOS	CUARTA
<b>TIPO DE ACTIVIDAD: HOSTAL</b>		
1	LAGO IMPERIAL	SEGUNDA
2	SHALOM	TERCERA
3	ECUADOR	TERCERA
<b>TIPO DE ACTIVIDAD: HOSTAL-RESIDENCIA</b>		
1	PARIS	TERCERA
2	CASA BLANCA	TERCERA
3	SAN JORGE	TERCERA
4	SAYONARA	TERCERA
5	LA CABAÑA	TERCERA
6	ORIENTAL	TERCERA
7	LA POSADA	TERCERA
8	SAMARI	TERCERA
9	SAN CARLOS	TERCERA
10	SHADAI	TERCERA
11	SECOYA	TERCERA
12	AMERICANO	SEGUNDA
13	SELVA REAL	SEGUNDA
14	KING DAVID	TERCERA
15	ZUMAG	TERCERA
16	EL COSTEÑITO	TERCERA

...Continuación

17	CALIFORNIA	TERCERA
18	CUMANDA	TERCERA
19	CASTILLO REAL	TERCERA
20	CUYABENO	SEGUNDA
21	MARY	SEGUNDA
<b>TIPO DE ACTIVIDAD: MOTEL</b>		
1	CALIFORNIA SUIT	TERCERA
2	EL TREBOL	TERCERA
<b>TIPO DE ACTIVIDAD: PENSIÓN</b>		
1	SOL DE ORIENTE	TERCERA
2	DON JULIO	SEGUNDA
<b>ACTIVIDAD : COMIDAS, BEBIDAS, RECREACIÓN, INVERSIÓN Y ESPARCIMIENTO</b>		
<b>BAR</b>		
<b>No.</b>	<b>RAZÓN SOCIAL</b>	<b>CATEGORÍA</b>
1	CHOZA DE MAO	SEGUNDA
2	BARBUDO EL	TERCERA
3	IWISHIN CHOZA	SEGUNDA
<b>FUENTES DE SODA</b>		
1	CAFETERIA JACKELINE	TERCERA
2	FRUTILANDIA	TERCERA
<b>RESTAURANTE</b>		
1	CHE CARLITOS	CUARTA
2	MACHALA	TERCERA
3	MI CUCHITO	TERCERA
4	LA PIRAGUA	TERCERA
5	LAS DELICIAS	TERCERA
6	MI CUCHITO2	TERCERA
7	LA SIRENITA	TERCERA
8	ITALIANO	TERCERA
9	TIZON DEL LAGO	CUARTA
10	PEDACITO/ COLOMBIA	TERCERA
11	EL OCEANO	CUARTA
12	CHIFA DG	CUARTA
<b>DISCOTECA</b>		

Continúa...

...Continuación

No.	RAZÓN SOCIAL	CATEGORÍA
1	RICHARD	SEGUNDA
2	MILLENIUM	SEGUNDA
<b>BALNEARIOS</b>		
1	LAGUNA AZUL	TERCERA
2	LAGUNA BAY	TERCERA
3	SAN JOHN	SEGUNDA
<b>ATRATIVOS TURÍSTICOS</b>		
Parque Ecológico Recreativo Lago Agrio "PERLA"	<p>Denominado PERLA, por sus siglas, se considera que genera oportunidades de recreación, educación ambiental, servicios turísticos y recuperación de los ecosistemas naturales, boscosos y acuáticos. El área destinada del "PERLA" corresponde a 110 has., alrededor de la laguna, ubicada dentro del Bosque Protector Lago Agrio.</p> <p>El Perla ofrece a los visitantes locales, nacionales y extranjeros una variedad de servicios orientados la conservación y esparcimiento como una de las alternativas de educación, recreación y conservación, que aporta la belleza natural de la laguna. <b>Zonas Recreativas;</b> Sendero interpretativo, Centro de Interpretación, Mirador elevado, Juegos Infantiles, Ciclo vía.</p>	
Pesca Deportiva "La Sirenita"	<p>Se encuentra ubicada en la vía Colombia Km. 5 margen derecho, tiene una extensión de 48 hectáreas. Es un Centro Recreacional familiar con los servicios básicos, que sirve para la distracción y relax en armonía con la naturaleza donde cuenta con piscinas naturales de diferentes medidas adecuadas, para realizar pesca de cachama, tilapia, bocachicos, de hasta 4 kilos.</p> <p>Cuenta con 1 piscina para niños y una para adultos, cabo comando tiene una distancia de recorrido de 70 metros y una altura de 20 metros cuenta con un sistema de arnés lo que da una seguridad confiable, canchas deportivas, dispone de una cancha de voley ball y una de fútbol con piso de césped, juegos infantiles y pista de 4x4</p>	
Laguna Julio Marín	<p>Se encuentra en el barrio Julio Marín, tiene una dimensión de 80 metros de ancho x 200 de largo, su alrededor está cubierto por maní forrajero, además árboles nativos de la zona que en un futuro le darán a la laguna aires de selva tropical, cuenta también con senderos, empedrados, plataforma escénica, puerto y embarcadero, un puente que atraviesa el riachuelo que alimenta a la laguna y botes de remo y pedal que están al servicio de los visitantes.</p>	
<b>CALENDARIO FESTIVO</b>		
<b>DÍAS FESTIVOS</b>	<b>NOMBRE DE LA CELEBRACIÓN</b>	
<b>20 DE JUNIO</b>	ANIVERSARIO DE CANTONIZACIÓN LAGO AGRIO	
<b>12 DE FEBRERO</b>	ANIVERSARIO PROVINCIA SUCUMBÍOS	
<b>14 DE SEPTIEMBRE</b>	DÍA DE LA DIGNIDAD LAGOAGRENCE	
<b>27 Y 28 SEPTIEMBRE</b>	FERIA DE TURISMO DE SUCUMBÍOS	

Fuente: PDOTCLA, 2011.

Continúa...

### 6.2.3. FODA

#### Análisis Situacional FODA

Se identificó los factores relevantes como; las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas que involucra la creación del Museo etnográfico “Amazónico del Ecuador”, en Nueva Loja – Lago Agrio.

**Cuadro 13.** FODA, Creación del Museo etnográfico "Amazónico del Ecuador" en Nueva Loja - Lago Agrio.

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Proyecto innovador en la zona.</li><li>• Fuente de empleo para los habitantes.</li><li>• Mayor ingreso de turistas al Sector.</li><li>• Objeto de crecimiento y desarrollo turístico y económico para la ciudad.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sociabilizar a las autoridades (públicas y privadas), empresas, instituciones y habitantes sobre el rescate, conservación y valor cultural sobre la identidad ancestral de la Amazonía.</li><li>• Fomentar más el aprendizaje cultural del Ecuador amazónico, por medio de este proyecto.</li><li>• Fortalecer las ansias de ser reconocidos en el mercado turístico y cultural las diversas comunidades que toman al turismo como una actividad sostenible y sustentable para el desarrollo de sus pueblos.</li></ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• No se cuenta con un terreno establecido.</li><li>• No hay suficiente apoyo de las instituciones públicas y privadas a fines del ámbito turístico y cultural.</li><li>• Posible Obstrucción al conseguir información y objetos a exponer.</li><li>• Poca participación de integrantes de las diferentes etnias de la Amazonía ecuatoriana.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Grupos étnicos que impidan la creación del museo, por temor a que no se visiten sus Centros Turísticos Comunitarios.</li></ul>

Elaborado por: la autora.

- **Análisis de P.C.P.C**

**a) Producto**

Creación de un Museo etnográfico “Amazónico del Ecuador”, en Nueva Loja – Lago Agrio, para fomentar, fortalecer y preservar la conservación, rescate y valor cultural de las diferentes etnias aún existentes en la región amazónica.

**b) Competencia**

En el sector de estudio, no se encuentra ningún establecimiento o museo que brinde esta información y logre cubrir la necesidad o falta de preservar y promocionar las diversas raíces culturales y ancestrales de la región Amazónica del Ecuador, como son sus; costumbres, rituales, hábitos, danzas, artesanías, gastronomía entre otras.

Mediante la Investigación que se generó, se protagonizó un proyecto casi de igual similitud a la propuesta de este el cual no se ha generado, ni se está ejecutando como Museo etnográfico, sino más bien como un Centro de interpretación visual por medio de afiches y gigantografías (que no dan la completa información ni interacción apropiada), como es en el recientemente creado Parque Ecológico y Recreativo Nueva Loja.

Sin embargo, al carecer de competencia Directa de acuerdo al ámbito y/o actividad a la cual se enfoca esta propuesta, se deduce por la investigación realizada que existe competencia Indirecta, denomina así porque no se encuentra en área de estudio pero que, si se está direccionando a la interpretación y exhibición similar de la misma, como es el Museo etnográfico de la Ciudad Mitad del Mundo, en la ciudad de Quito – Provincia de Pichincha.

### c) Proveedores

Se considera tanto a las entidades públicas como privadas y ciertos grupos de poblaciones quienes formarían parte de la ejecución de este proyecto, sea de forma directa o indirecta como voluntaria, comunitaria u obligatoria. De la siguiente manera;

**Cuadro 14.** Matriz de Proveedores, Nueva Loja - Lago Agrio.

<b>PROVEEDORES</b>	<b>INSUMOS</b>
<b>Ministerio de Turismo</b> <b>Ministerio de Cultura</b> <b>Ministerio de Ambiente</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Licencia, Permiso de funcionamiento, Leyes normas y reglamentos.</li></ul>
<b>Comunidades étnicas</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Grupo humano, como participantes de los Stands.</li><li>• Objetos; Historias, Leyendas, Rituales, Vestimenta, Artesanías, Gastronomía entre otros.</li></ul>
<b>Gobierno Provincial</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Información, Afiches, Videos, Mapas, Publicidad.</li></ul>
<b>Municipio Cantonal</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Seguridad Municipal y propaganda.</li></ul>
<b>Otros</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Materiales de Construcción, de limpieza, vidriería, equipamiento de suministros y talento humano.</li></ul>

**Elaborado por:** la autora.

### d) Clientes

Se Consideró a turistas tanto locales, nacionales como también internacionales, niños, jóvenes y adultos, es decir no se encuentra enfocado a un solo tipo de persona, clase social, ni mucho menos se considera la edad del visitante - mientras que se encuentre en capacidad física de hacerlo.



#### **6.2.4. Plan de Negocios, Modelo según Longenecker, Moore y Petty.**

Para elaborar el Plan de Negocios, se estructuró el procedimiento a seguir para lograr un diseño e implementación adecuada, basándome al Modelo de Plan de Negocios según Longenecker, Moore y Petty el cual conlleva 7 etapas.

- Etapa I : Resumen ejecutivo
  - Etapa II : Introducción
  - Etapa III : La empresa
  - Etapa IV : Producto / servicio
  - Etapa V : Plan operatividad técnica
  - Etapa VI : Estrategias de marketing
  - Etapa VII : Plan económico y financiero
- 
- **ETAPA I: Resumen Ejecutivo**

Proyecto Turístico/cultural que plantea la oportunidad de ofertar, no solo un Turismo ecológico-natural, diversión-aventura, comunitario que emana el sector de estudio, sino también crecer e incurrir con un Turismo cultural logrando con ello nuevas divisas y crecimiento socio-económico del mismo.

El objetivo del Plan de Negocios es contribuir e incorporar un atractivo cultural para fortalecer y fomentar el patrimonio ancestral de las etnias amazónicas del Ecuador, y así lograr enfatizar en la población sobre la conservación, rescate y valor cultural de nuestros pueblos amazónicos. Para lograr ello se propone la creación de un Museo etnográfico “Amazónico del Ecuador” en Nueva Loja – Lago Agrio.

- **ETAPA II: Introducción**

Los destinos y atractivos turísticos, como; los centros de interpretación y comunidades indígenas existentes en las diferentes provincias amazónicas del Ecuador, hábitat de las diferentes etnias amazónicas existentes forman parte de las áreas propicias para el desarrollo social, comunitario y cultural; sin

embargo, surge la necesidad de la materialización de un nuevo espacio para el acrecentamiento del conocimiento en el contexto cultural de estos pueblos, a través de un Museo etnográfico que complemente y promueva la recuperación, el fortalecimiento y la transmisión de valores históricos ancestrales como identidad cultural que emane patrimonio cultural y contribuya al crecimiento turístico/cultural.

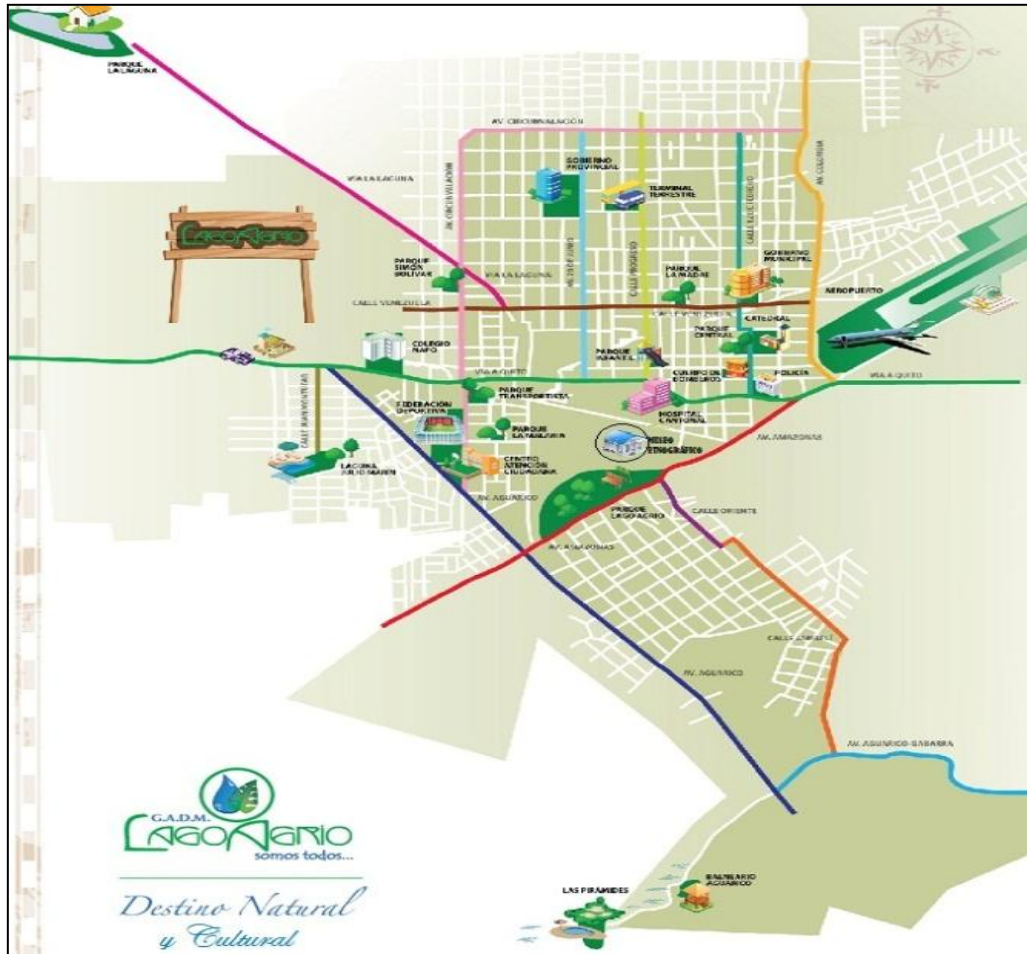
- **ETAPA III: La empresa**

- a) **Presentación de la empresa**

**Cuadro 15.** Datos de la empresa - Museo etnográfico.

<b>NOMBRE EMPRESARIAL:</b>	Museo etnográfico “Amazónico del Ecuador”.
<b>ÁMBITO A DESARROLLAR:</b>	Cultura ancestral.
<b>ACTIVIDAD QUE OFRECE:</b>	Turismo Cultural.
<b>LOCALIZACIÓN:</b>	Nueva Loja, Lago Agrio – Provincia de Sucumbíos.
<b>UBICACIÓN:</b>	Entre la Av. Amazonas s/n y calle oriente, junto al Parque Ecológico y Recreativo Nueva Loja.
<b>LOGOTIPO:</b>	
<b>ESLOGAN:</b>	

Elaborado por: la autora.



**Mapa 5.** Ubicación del Museo Etnográfico Amazónico.

**Elaborado por:** la autora.

## b) Misión

Fomentar el patrimonio cultural de la Amazonía ecuatoriana, fortaleciendo los conocimientos culturales y ancestrales de las etnias amazónicas aún existentes, logrando conservar, rescatar, valorar y promover cada una de las culturas étnicas.

## c) Visión

Ser un Museo líder al 2020, moderno y acogedor con impacto positivo en la sociedad a nivel Nacional y porque no Internacional.

#### **d) Objetivos**

Obtener la aceptación y captación de los turistas/visitantes, para incrementar el desarrollo turístico/cultural y socio-económico del sector.

Consolidar el Museo etnográfico como una Institución de carácter turístico/cultural, que ofrece al público productos y/u servicios de información, conocimiento y deguste escénico, acerca del patrimonio cultural de la Amazonía ecuatoriana.

Mejorar las medidas de conservación y valoración del patrimonio etnográfico y cultural, incentivando el respeto por las raíces ancestrales de nuestros pueblos.

- Incrementar el ingreso de turistas nacionales e internacionales al sector (Sucumbíos), en un 10% por cada año, haciendo énfasis de la conservación del valor cultural Amazónico, para lograr el debido reconocimiento en el mercado turístico/cultural del Ecuador.

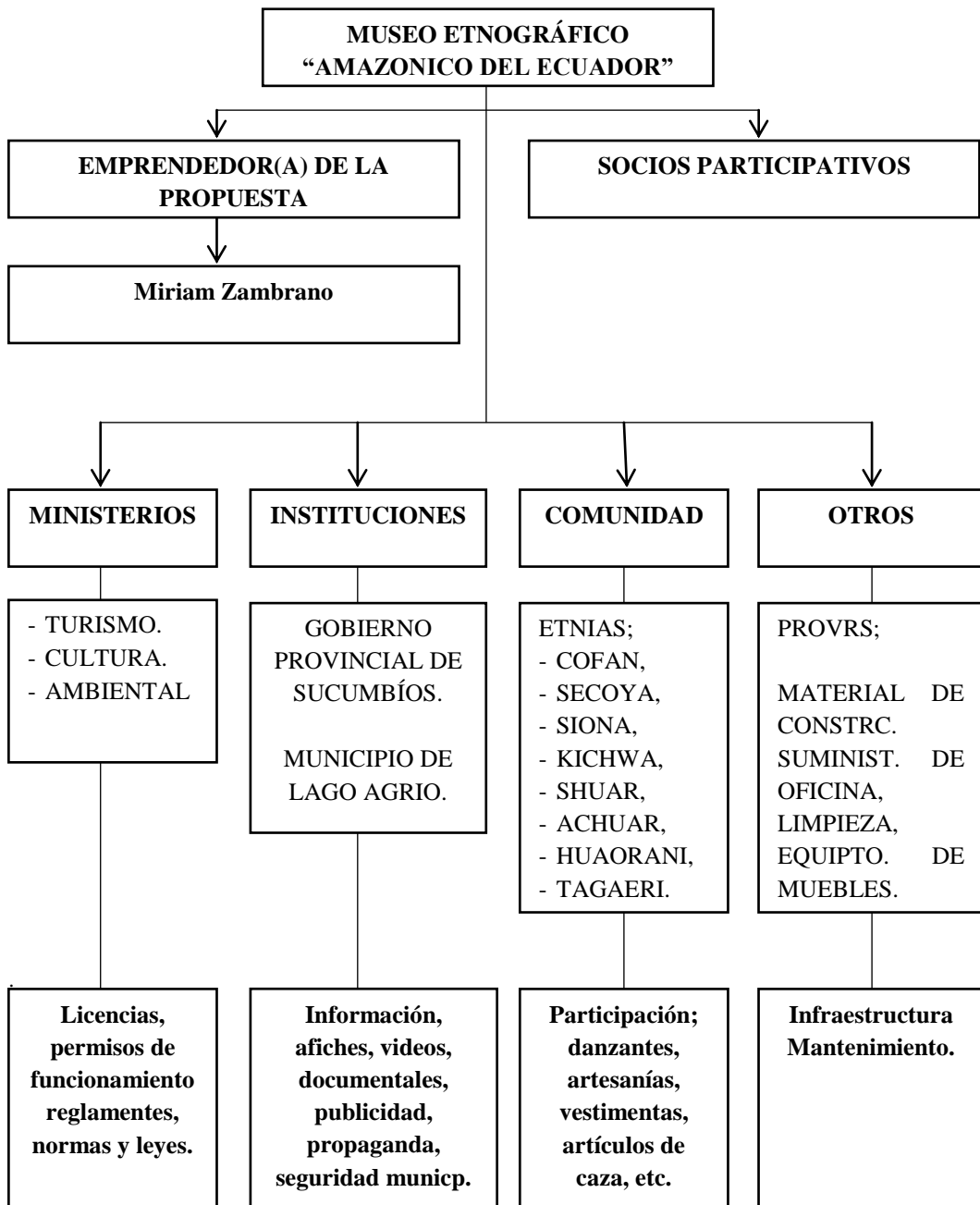
#### **e) Políticas**

- Preservar el entorno natural del museo, haciendo buen uso de los artículos y materiales donados y extraídos de las comunidades étnicas.
- No captar videos, sin consentimientos de la dirección administrativa del establecimiento.
- No ingresar con armas (de ningún tipo), ni mascotas.

## f) Organigramas

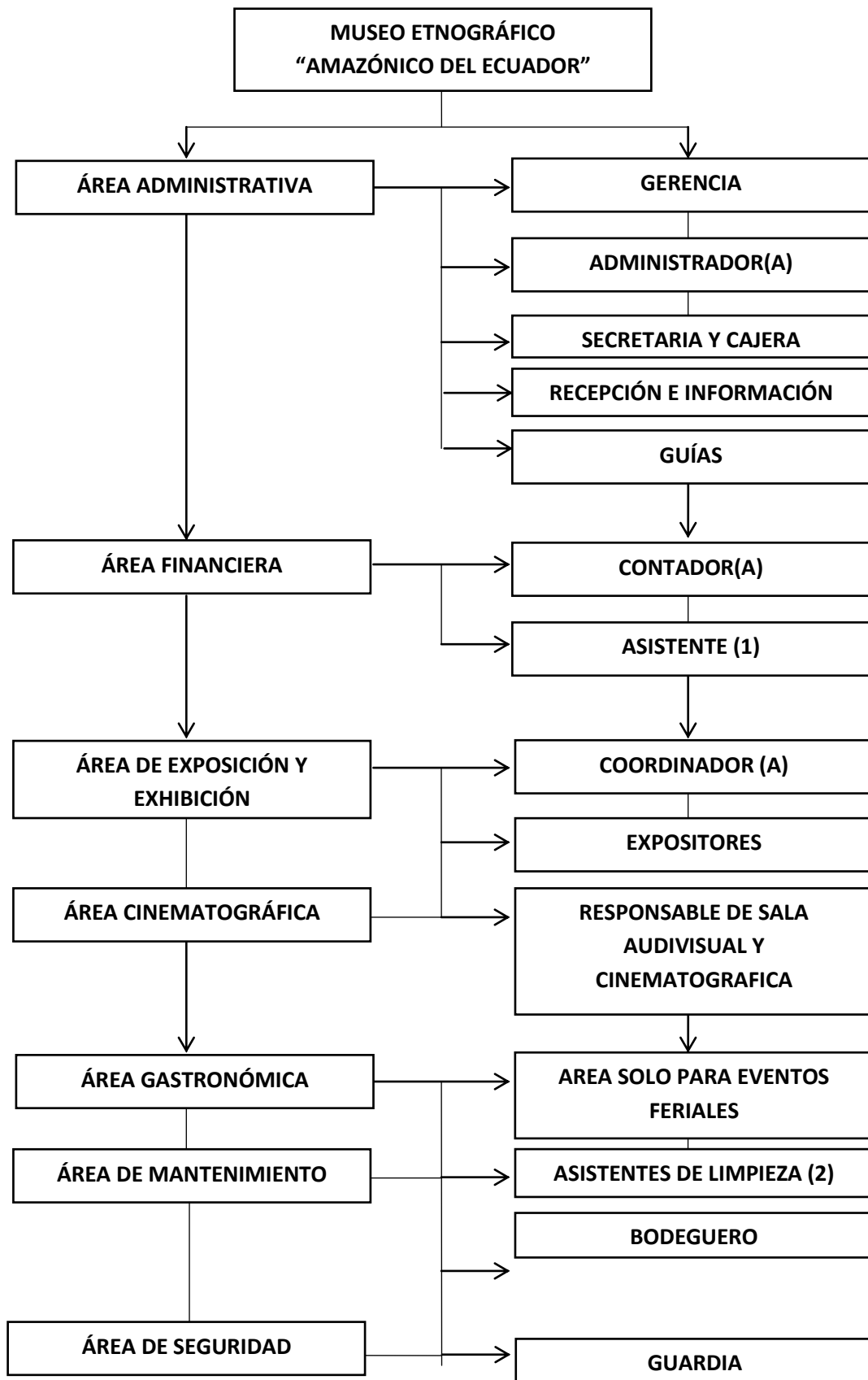
### Socios participativos

**Diagrama 1.** Socios Participativos, Creación del Museo etnográfico "Amazónico del Ecuador".



Elaborado por: la autora.

**Diagrama 2.** Talento humano, Museo etnográfico "Amazónico del Ecuador".



Elaborado por: la autora.

**Descripción de los puestos de trabajo del talento humano, Museo etnográfico "Amazónico del Ecuador".**

**a. Administración**

**Tabla 24.** Descripción del cargo de Gerente.

<b>Puesto:</b>	Administrador	<b>Categoría:</b> Gerencia General
<b>Salario bruto anual:</b>	10.200,00	
<b>Salario bruto mensual:</b>	850,00	<b>No. De pagas:</b> 12
<b>Puesto del que depende</b>	Junta de accionistas	
<b>REFERENCIA DE ESTUDIOS O CONOCIMIENTOS:</b>		
Tercer nivel Administración de empresas y la experiencia necesaria.		
<b>FUNCIONES</b>	Planificación, organización y control del desarrollo de las actividades de las áreas operativas.	
	Supervisión y dirección del desarrollo de las actividades	
	Manejo y control de recursos	
	Representación legal de la institución	
	Selección y contratación de personal	
<b>TAREAS</b>	Diseñar el plan operativo anual	
	Revisar y aprobar los informes de las distintas áreas	
	Aprobar contratos de adquisiciones de bienes y servicios	
<b>RESPONSABILIDADES</b>	Garantizar el buen uso y mantenimiento de las instalaciones	
	Identificar y resolver problemas que surjan en el trabajo	
	Promover la consecución de objetivos propuestos	
	Fomentar una cultura organizacional óptima	
<b>ATRIBUCIONES</b>	Eliminar o crear nuevos puestos de trabajo	
	Asignar tareas ocasionales de apoyo a otras áreas	
	Disposición inmediata de recursos	

**Elaborado por:** la autora.

**Tabla 25.** Descripción del cargo de administrador.

<b>Puesto:</b>	Administrador	<b>Categoría:</b>
<b>Salario bruto anual:</b>	8.640,00	Gerencia
<b>Salario bruto mensual:</b>	720,00	<b>No. De pagas:</b>
<b>Puesto del que depende</b>	Gerente	12
<b>REFERENCIA DE ESTUDIOS O CONOCIMIENTOS:</b>		
Tercer nivel Administración de empresas y la experiencia necesaria.		
<b>FUNCIONES</b>	Planificación, organización y control del desarrollo de las actividades de las áreas operativas.	
	Supervisión y dirección del desarrollo de las actividades	
	Manejo y control de recursos	
	Representación legal de la institución	
	Selección y contratación de personal	
<b>TAREAS</b>	Diseñar el plan operativo anual	
	Revisar y aprobar los informes de las distintas áreas	
	Aprobar contratos de adquisiciones de bienes y servicios	
<b>RESPONSABILIDADES</b>	Garantizar el buen uso y mantenimiento de las instalaciones	
	Identificar y resolver problemas que surjan en el trabajo	
	Promover la consecución de objetivos propuestos	
	Fomentar una cultura organizacional óptima	
<b>ATRIBUCIONES</b>	Eliminar o crear nuevos puestos de trabajo	
	Asignar tareas ocasionales de apoyo a otras áreas	
	Disposición inmediata de recursos	

Elaborado por: la autora.



**Tabla 26.** Descripción del cargo de Contador.

<b>Puesto:</b>	Contador	<b>Categoría:</b>
<b>Salario bruto anual:</b>	6.600,00	Administrador
<b>Salario bruto mensual:</b>	550,00	<b>No. De pagas:</b>
<b>Puesto del que depende</b>	Administrador	12
<b>REFERENCIA DE ESTUDIOS O CONOCIMIENTOS:</b>		
Tercer nivel en Comercio y administración la experiencia necesaria.		
<b>FUNCIONES</b>	Ordenar, clasificar y archivar comprobantes de ingresos y egresos.	
	Administrar la información financiera	
	Realizar pagos por adquisiciones y sueldos	
<b>TAREAS</b>	Recepción, organización y archivo de documentos	
	Realizar reportes periódicos de la contabilidad e informar oportunamente al administrador y a los socios. Realizar la declaración al fisco	
	Receptar los valores monetarios por concepto de uso de las instalaciones	
<b>RESPONSABILIDADES</b>	Asegura un manejo contable eficaz	
	Brindar apoyo en facturación y ventas	
	Mantener al corriente pagos al fisco, proveedores y empleados	
<b>ATRIBUCIONES</b>	Tomar decisiones financieras referidas a la operación del complejo	

**Elaborado por:** la autora.

**Tabla 27.** Descripción del cargo de secretaria

<b>Puesto:</b>	Secretaria	<b>Categoría:</b>
<b>Salario bruto anual:</b>	375,00	Apoyo gerencial
<b>Salario bruto mensual:</b>	4.500,00	<b>No. De pagas:</b>
<b>Puesto del que depende</b>	Administrador	12
<b>REFERENCIA DE ESTUDIOS O CONOCIMIENTOS:</b>		
Tercer nivel en Secretaria o afines y la experiencia necesaria.		
<b>FUNCIONES</b>	Brindar soporte de secretaría y contabilidad al Complejo Turístico.	
	Administrar la información financiera.	
	Realizar pagos por adquisiciones y sueldos.	
<b>TAREAS</b>	Recepción, organización y archivo de documentos.	
	Toma dictados, redacción y despacho de documentos.	
	Proporcionar estadísticas financieras.	
	Realizar la declaración de impuestos al fisco.	
<b>RESPONSABILIDADES</b>	Asegurar un manejo contable eficaz.	
	Brindar apoyo en facturación y ventas.	
	Mantener al corriente pagos al fisco, proveedores y empleados.	
<b>ATRIBUCIONES</b>	Tomar decisiones financieras referidas a la operación del complejo.	

**Elaborado por:** la autora.

**Tabla 28.** Descripción del cargo de Recepcionista.

<b>Puesto:</b>	Recepcionista	<b>Categoría:</b> Restaurante
<b>Salario bruto anual:</b>	4.500,00	
<b>Salario bruto mensual:</b>	375,00	<b>No. De pagas:</b> 12
<b>Puesto del que depende</b>	Administración	
<b>REFERENCIA DE ESTUDIOS O CONOCIMIENTOS:</b>		
Conocimientos en el área y la experiencia necesaria.		
<b>FUNCIONES</b>	Supervisar el cumplimiento de las actividades del personal del restaurante.	
	Organizar y controlar los recursos materiales del restaurante.	
	Manejar y controlar la caja.	
	Reportar sobre la gestión del restaurante a la administración.	
<b>TAREAS</b>	Vigilar el desarrollo de las actividades del personal.	
	Ordenar y controlar los movimientos de muebles y enseres.	
	Registrar los ingresos y egresos de caja.	
	Elaborar reportes e informes de la actividad del restaurante.	
<b>RESPONSABILIDADES</b>	Garantizar el cumplimiento de las actividades y metas establecidas.	
	Seguridad y mantenimiento de los muebles y enseres.	
	Custodia del dinero en efectivo y especies.	
	Disponer de la información oportuna y adecuada sobre su gestión.	
<b>ATRIBUCIONES</b>	Disponer de los recursos materiales y humanos en casos emergentes.	
	Proponer procedimientos de mejoramiento.	
	Participar en las reuniones de trabajo con la administración.	

**Elaborado por:** la autora.

**Tabla 29.** Descripción del cargo de Guardia.

<b>Puesto:</b>	Guardia	<b>Categoría:</b> Administrador
<b>Salario bruto anual:</b>	8760.00	
<b>Salario bruto mensual:</b>	730.00	<b>No. De pagas:</b> 12
<b>Puesto del que depende</b>	Administración	
<b>REFERENCIA DE ESTUDIOS O CONOCIMIENTOS:</b>		
Nivel de educación - Especialización - Conocimientos adicionales - Experiencia		
<b>FUNCIONES</b>	Tratar al cliente con respeto y cortesía.	
	Direccionar a los clientes al área de recepción.	
<b>TAREAS</b>	Coordinar las actividades de seguridad con la Gerencia del Centro.	
	Informar a la empresa de monitoreo cualquier novedad que se presente	
<b>RESPONSABILIDADES</b>	Proporcionar apoyo al personal del Centro.	
	Informar el mal uso de las instalaciones y de equipos de la empresa.	
	Responsabilidades a él encomendadas.	
<b>ATRIBUCIONES</b>	Utilización de armas en caso de emergencia.	

**Elaborado por:** la autora.

**Tabla 30.** Descripción del personal de mantenimiento.

<b>Puesto:</b>	limpieza	<b>Categoría:</b> Administrador
<b>Salario bruto anual:</b>	9.600,00	
<b>Salario bruto mensual:</b>	800,00	<b>No. De pagas:</b> 12
<b>Puesto del que depende</b>	Administración	
<b>REFERENCIA DE ESTUDIOS O CONOCIMIENTOS:</b> Conocimientos y la experiencia		
<b>FUNCIONES</b>	Mantener en perfecto estado de aseo y limpieza las instalaciones del Centro.	
	Retirar/Enviar las encomiendas requeridas.	
<b>TAREAS</b>	Recibir y ordenar el inventario de Suministros.	
	Elaborar una bitácora de los enseres de limpieza del Centro.	
<b>RESPONSABILIDADES</b>	Dar mantenimiento a los bienes del Centro.	
	Informar del uso indebido de las instalaciones.	
	Y las demás responsabilidades a él encomendadas.	
<b>ATRIBUCIONES</b>	Ninguna	

Elaborado por: la autora.

#### • ETAPA IV: Producto / Servicio

El Museo etnográfico “Amazónico del Ecuador”, constará con un diseño de dos plantas (pisos), para una infraestructura adecuada y acogedora para el público. Se describe a continuación;

- ✓ En la 1<sup>era</sup>. planta estará constituida por las diversas áreas administrativas, incluyendo una sala de audiovisuales/ cinematográfica y el restaurante gastronómico y participativo. (Ver Anexo 20)

- ✓ En la 2<sup>da</sup>. planta se encontrará dividida por los diferentes stands, sala virtual con tablero electrónico, sala de venta de artesanías, sala de exposición particular (MULTIUSO) y baños de mujeres y hombres. (Ver Anexo 21)

**a) Características Tangibles**


**Tabla 31.** Características y distribución del Museo etnográfico.

<b>PLANTAS</b>	<b>ÁREAS</b>	<b>EQUIPAMIENTO</b>
<b>PRIMERA PLANTA</b>	<b>ADMINISTRACIÓN</b>	Oficinas; Gerencia – Secretaria. Administrador – Recepcionista. Cajera – Guías (bilingüe, nativo).
	<b>SALA AUDIOVISUAL &amp; CINEMATOGRAFICA</b>	Sala tipo cine; Constará con 120 asientos (distribuidos por 10 filas con 12 asientos cada una), con proyecto de película para documentales, y baño interno.
	<b>RESTAURANTE GASTRONOMICO</b>	Diseño apropiado para elaborar los platos típicos más relevantes de las culturas étnicas de la Amazonía ecuatoriana. Constituido por un Cocinero, Asistente y Mesero(a).
<b>SEGUNDA PLANTA</b>	<b>STANDS</b>	Divido en 8 espacios, representados por cada una de las etnias culturales de la Amazonía ecuatoriana. Incorporados con la información relevante, costumbres, relatos, música-danza, artesanías entre otros saberes ancestrales. Participando integrantes de las comunidades.
	<b>ESPACIO VIRTUAL</b>	Contendrá 1 un tablero electrónico representando el lugar y características de cada una de las etnias de la Amazonía ecuatoriana.
	<b>SALA DE EXPOSICIÓN O MULTIUSO</b>	Espacio libre para ser contratado.
	<b>BAÑOS</b>	Hombres y mujeres.

Elaborado por: la autora.

## b) Características Intangibles

**Tabla 32.** Información de las diferentes etnias culturales de la Amazónica ecuatoriana.

<b>A'I COFÁN</b>

<b>UBICACIÓN GEOGRÁFICA.</b>
<p>Tienen presencia en dos estados: Colombia y Ecuador. En nuestro país están ubicados en la Provincia de Sucumbíos, a lo largo de los ríos Aguarico, Guanúes y San Miguel, incluyendo el área que ocupa actualmente Lago Agrio, específicamente en cuatro cantones.</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1.-Cantón Lago Agrio, en las parroquias Dureno y Jambelí.</li><li>2.-Cantón Cascales, en la parroquia El Dorado de Cascales.</li><li>3.-Cantón Cuyabeno, en la parroquia Cuyabeno.</li><li>4.-Cantón Sucumbíos, parroquia La Bonita.</li></ol> <p>El Estado ha declarado varias áreas protegidas en espacios territoriales de la nacionalidad A'I Cofán, territorios de la comunidad Zábalo se encuentra en la zona de influencia de la Reserva Faunística Cuyabeno y algunas comunidades tienen sus espacios territoriales al interior de la Reserva Ecológica Cayambe-Coca, del Bosque Protector Alto Bermejo y del Parque Nacional Sumaco.</p> <p>En enero 2002 fue creada la Reserva Ecológica Cofán Bermejo, que comprende las áreas territoriales de dos comunidades A'I Cofán: Chandía Na'en y Tayosu Conque. Se encuentra bajo la administración de las comunidades locales y de la Fundación Supervivencia del Pueblo Cofán, en coordinación con la Dirección Nacional de Biodiversidad y Áreas Naturales Protegidas del Ministerio del Ambiente del Ecuador.</p> <p>Existen algunos acuerdos de conservación con el Ministerio del Ambiente: en la Reserva de Producción Faunística Cuyabeno, 35.000 ha de la comunidad Zábalo; en la Reserva Ecológica Cofán Bermejo, 55.000 has de las comunidades Chandía Na'en, Tayosu Conque y Alto Bermejo. Reservas ecológicas que contradictoriamente están cerca de bloques petroleros de Singeco y Gaps en territorio de las comunidades Dureno, Duvuno, Sinangüé y Chandía Na'en, razón por lo cual el territorio A'I Cofán se encuentra contaminado, debido a los frecuentes derrames de petróleo como producto de todas las actividades petroleras.</p> <p>Se denominan así mismo como A'i, que significa, la gente; 1000 habitante aproximadamente tiene esta nacionalidad, según resultados parciales del censo de la Federación Cofán (enero 2002), Se encuentran organizados en las siguientes comunidades: Sinangüé, Zábalo, Chandía Na'en, Tayosu Conque, Duvuno y Dureno. Su idioma: es el Cofán, muchos de sus integrantes también hablan español.</p>
<b>RELATO HISTÓRICOS.</b>
<p>Desde 1955 los misioneros del Instituto Lingüístico de Verano promovieron la nuclearización de los asentamientos Cofán, trastocando muchas prácticas tradicionales como el ritual del "yagé" que los relaciona con sus ancestros. Esta nueva forma de organización social, les permitió fortalecer sus vínculos como una estrategia para defender sus territorios.</p>

Continúa...

... Continuación

#### **ORGANIZACIÓN SOCIOPOLÍTICA.**

Se autodenominan A'i. La organización tradicional se basa en grupos de descendencia patrilineal o "antia", dirigida por el shamán, su líder político y religioso. Actualmente, su organización se basa en la comunidad.

La unión de las mismas constituyó la Organización Indígena de los Cofán del Ecuador, OINCE, que reformó sus estatutos para conformar la Federación Indígena de la Nacionalidad Cofán del Ecuador, FEINCE, son miembros de la CONFENIAE y de la CONAIE.

#### **PRÁCTICAS PRODUCTIVAS.**

Su subsistencia se basa en una agricultura itinerante complementada con caza, pesca y recolección de frutos; en la familia Cofán no existe división rígida del trabajo, la mujer participa en todas las actividades. En los huertos combinan productos como plátano, café, fríjol y maíz para la venta, en menor grado yuca, arroz y árboles frutales nativos como guaba, caimito, aguacate y maní de árbol, producción destinadas al auto consumo.

Los huertos familiares están al cuidado de las mujeres, actividad que es compartida con los hombres de igual manera; actividad agrícola que es complementada con la caza, la pesca, la recolección. Actividades que se la realiza en menor escala, debido a que los animales y las plantas escasean por la destrucción de su hábitat natural y por el tamaño relativamente pequeño del territorio A'i Cofán, territorio que se ha reducido por la invasión de los colonos. Para complementar la economía comunitaria, crían animales menores como los cerdos, gallinas y patos. También se extrae madera y algunos hombres trabajan como jornaleros en las fincas de los colonos.

Parte de sus ingresos depende de la artesanías, actividad que la realizan en sus tiempos libres las mujeres y hombres elaborando: bolsos de chambira, collares en base a semillas, huesos de animales, plumas, cuellos, alas, colas de aves disecadas, coleópteros, hamacas, arcos, flechas, cuchillos, etc., para estos últimos se utilizan especialmente pambil.

#### **PRÁCTICAS ALIMENTICIAS.**

Para su alimentación dependen de los cultivos de su chacra entre ellos esta: la yuca de algunas variedades, plátano, y orito, además de la recolección de frutos silvestres estacionales. La dieta Cofán se basa en la aplicación del conocimiento que poseen del medio, aprovechan todo lo que tienen a su alrededor y la visita a otras áreas aledañas a su reserva para la cacería.

Así tenemos la chucula que es una colada de plátano cocido, mezclada con agua fría, es una bebida infaltable, muchas veces cuando no hay cacería la chucula constituye el desayuno, almuerzo y merienda; de la misma manera la se cocina la chicha.

Estos dos alimentos que son hidratantes y dan energía para el trabajo a los miembros de esta nacionalidad. La yuca y el plátano les proveen de varias opciones para la elaboración de diversas comidas y bebidas como la chicha, chucula, sopas, tortillas, tamales y un pastel denominado casave, que siempre va acompañado con la carne de monte o pescado.

Para proveer de alimento a las comunidades los cofanes conocen muy bien la época de abundancia en la selva. Por ejemplo, en diciembre aprovechan los huevos de tortuga conocidas como podocnemis expanda, preparan huevos cocidos y mezclados con orito o plátano hervido.

Estos huevos recolectan en le Cuyabeno o en el río Zábalo. En los meses de febrero y marzo, dependen mucho de la pesca, carnes que son cocidas en varias formas, en sopas, ahumada, frita en aceites naturales o asados en hojas de plátano.

... Continuación

Cuando disponen abundante carne la ahuman, proceso que permite mantener en un buen estado

Continúa...



... Continuación

la carne por tres semanas. En los meses de febrero, marzo y abril dependen del chontaduro, en noviembre y diciembre aprovechan de las variadas especies de guaba y en el mes de mayo de las semillas de maní del monte.

#### **PRÁCTICAS MEDICINALES.**

En sus prácticas medicinales, se encuentran la práctica del shamanismo, práctica que está perdiéndose, porque solo se la utiliza cuando un enfermo de la comunidad esta grave, si no se encuentra respuesta en el interior de su territorio se busca en otras comunidades, como en los Siona, Secoya o Kichwas; junto a esta práctica esta los conocimientos del pueblo en relación a las bondades medicinales de la plantas que existe en sus territorios, conocimientos que son aplicados y enseñados a los más jóvenes de la comunidad, otra fuente de alivio es la medicina alopatía que también la usan.

#### **CREENCIAS, SÍMBOLOS Y COSTUMBRES.**

Acostumbran los shamanes en sus ceremonias beber el yage, bebida que le permite entender lo que pasa en la comunidad o en el enfermo.

La celebración del tiempo de la chonta duro celebrada en marzo; conservan sus vestidos tradicionales que son símbolos muy importantes de su identidad, aunque muchos utilizan el vestido occidental. Los jóvenes participan en las mingas familiares, los adultos proveen de alimentación a la familia, para lo cual salen a la pesca con redes, dinamita, barbasco y caña según las condiciones del momento; las mujeres cuidan la huerta, a los hijos, con quienes recolectan la leña para la cocina.

La arquitectura Cofán es una mezcla de construcción tradicional y moderna, en los dos casos hacen uso de considerables elementos de la floresta tropical, en el caso de la vivienda tradicional se ocupa mayor cantidad de palmas junto a otros elementos menos representativos. Este tipo de vivienda es apropiado para el clima húmedo tropical, no se altera la temperatura en el día manteniéndose un ambiente fresco.

La vivienda actual consiste en un conjunto de varias maderas finas y el uso de techo de zinc, se debe anotar que este tipo de vivienda si bien sirve para la recolección de agua de lluvia para la alimentación, en los días calurosos la temperatura es insoportable y en la noche absorbe mucha humedad, condiciones ideales para que las enfermedades se hagan presentes.

Hablando de la vestimenta, en esta nacionalidad existe en la actualidad diferencia entre el vestuario de adultos en relación al vestuario de los jóvenes cofanes.

Los jóvenes tienden a imitar prendas de moda de personas extranjeras que visitan la comunidad, en general visten pantalones, camisas manga larga, camisetas, zapatos deportivos o de taco, relojes en la muñeca tanto hombres como mujeres; los ancianos en particular, así como los adultos mantienen su tradicional vestimenta, aspecto que se refleja especialmente en las fiestas.

Los hombres visten un camión largo de colores, generalmente esta prenda es oscura ya sea azul o negro, denominado chusma, van descalzos con un pañuelo amarado en el cuello de color rojo, una corona en la frente confeccionada con un foliolo de las hojas.

El atuendo es complementado por una pluma de guacamayo, cruzado en el tabique nasal o en el pabellón del oído. Algunos cofanes adultos todavía se atavían con pinturas naturales, usan colores confeccionados por ellos mismos, y en la muñeca pulseras de piel de iguana.

Continúa...

## SIONA



### **UBICACIÓN GEOGRÁFICA.**

Tienen presencia en Colombia y Ecuador. En Ecuador se encuentran en la Provincia de Sucumbíos, cantón Putumayo, parroquia Puerto Bolívar; y en el cantón Shushufindi, Parroquia San Roque. La población aproximada es de 350 y 400 habitantes, asentados dispersamente, en tres comunidades Puerto Bolívar, Bi'aña y Orahue'aya. En la actualidad tienen su territorio delimitado en 40.000 ha, en convenio de uso con el INEFAN, dentro de la Reserva Faunística Cuyabeno.

Tienen legalizadas 7888 hectáreas en propiedad colectiva para los tres asentamientos, las mismas que constituyen una mínima parte de su territorio tradicional. Su idioma: Paicoca En su territorio se encuentran los bloques petroleros: 15 de Occidental, 27 de City y 21 de Kerr-McGee.

### **RELATO HISTÓRICO.**

Los Sionas, al igual que Cofanes y Secoyas, fueron objeto de maltrato y explotación tanto en la época cauchera como en la petrolera. Su proceso de sedentarización ha tenido que ver con los procesos de evangelización, influencia religiosas que sumada a la migración, cambió el patrón de asentamiento indígena, de forma dispersa a la nuclearización en aldeas.

### **ORGANIZACIÓN SOCIOPOLÍTICA.**

Los Sionas actualmente conformaron la Organización de la Nacionalidad Indígena Siona del Ecuador, ONISE, que agrupa a toda población y es miembro de la CONFENIAE y de la CONAIE.

La cohesión social y política es muy débil en el presente, por una tendencia a la dispersión poblacional, como resultado de la presión territorial ejercida por las petroleras y la colonización.

### **PRÁCTICAS PRODUCTIVAS.**


Las principales actividades económicas son de subsistencia, la horticultura itinerante de roza y quema que constituye su principal actividad productiva, la caza, pesca y recolección de frutos que cada día se ve disminuida por lo limitado del territorio legalizado, son complementadas con la venta de su fuerza de trabajo en actividades de desbroce de la selva, construcción de campamentos y apertura de trochas.

### **COSTUMBRES, SÍMBOLOS Y CREENCIAS.**

Las mujeres Sionas tienen como práctica levantarse a las 4 de la mañana, bajar al río para traer agua y comenzar a preparar los alimentos. Algunas mujeres toman el bejuco leguminoso para obtener más fuerza. Otras, cuando el esposo va de cacería, le acompañan y otras realizan trabajos en el huerto. En la Comunidad, se toma el desayuno a las 6 de la mañana, el almuerzo a las 10 u 11 y la cena a las 4 de la tarde.

Luego de esto, se realizan visitas y reuniones entre vecinos y amigos para conversar y descansar. Los hombres Sionas se despiertan a las 7 de la mañana, se movilizan a su trabajo en el campo, como profesores, otros a la cacería, a pescar. Ya en la tarde, se reúnen para regresar a sus casas y descansar. En relación a la vestimenta, las mujeres visten de color azul oscuro con franjas de color blanco, andan descalzos, cara pintada de color azul de huituk; los hombres en cambio se visten de color azul en forma de vestido que se llama pacha y curu balún, andan descalzos, utilizan corona de plumas de aves y collares de dientes de animales cruzados en forma de x.

... Continuación

<b>SECOYA</b>

<b>UBICACIÓN GEOGRÁFICA</b>
<p>Están presentes en los estados del Perú y el Ecuador. En el Ecuador están en la provincia de Sucumbíos, cantón Shushufindi, parroquia San Roque y en el cantón Cuyabeno, parroquia Tarapoa, en las riberas del río Aguarico.</p> <p>Su territorio legalizado es de 39.414,5 ha, su idioma es el paicoca y el número aproximado de habitantes es 380; están organizados en tres comunidades: San Pablo de Catetsiaya y Siecoya Remolino Ñe'ñena, ubicadas en la parroquia San Roque, cantón Shushufindi; una comunidad, Eno, ubicada en la parroquia Tarapoa, cantón Cuyabeno. En sus territorios el Estado ha declarado la Reserva Faunística Cuyabeno, territorios que también tienen la presencia del Bloque 15 de la Occidental Exploration and Production (OECF) quien mantiene un contrato con Petroecuador</p>
<b>ORGANIZACIÓN POLÍTICA</b>
<p>La forma organizativa básica es la familia ampliada; la unión de familias constituye las Comunidades o Centros. Su organización política es la Organización Indígena Secoya del Ecuador, OISE, que es miembro de la CONFENIAE y de la CONAIE. El presidente de la organización es elegido en el Congreso de la Nacionalidad Secoya cada dos años.</p>
<b>PRÁCTICAS PRODUCTIVAS</b>
<p>Los Secoya tienen una agricultura itinerante, realizan extracción de madera, ganadería artesanal; actividades económicas que son complementadas con la caza, pesca y recolección de frutos.</p> <p>Los principales productos que siembran son yuca, café, plátano, maíz, maní, frutas, arroz, fréjol y ají, piña, caña, etc. Otra actividad que realizan los Secoyas es la artesanía; los hombres elaboran, canoas, flechas, lanzas, flauta, collares de dientes de animal, coronas de plumas y las mujeres se dedican a elaborar ollas de barro, mocahuas, tinajas, tejer atarraya, collares, manillas, etc.</p>
<b>PRÁCTICAS ALIMENTICIAS Y MEDICINALES</b>
<p>Esta nacionalidad se alimenta de lo que produce, toma chicha, come yuca plátano, frutos que recolecta y carne que caza. Su práctica medicinal está relacionada a la naturaleza, aunque en la actualidad también utiliza medicina alopática. Practican el ritual de la bebida del yage, que les ayuda a alcanzar el poder y el conocimiento, es el medio para comunicarse con las bondades de la selva. Para ellos existen un mundo subterráneo, llamado la casa de la tierra, en donde viven los mortales y un mundo de los espíritus</p>
<b>COSTUMBRES, SÍMBOLOS Y CREENCIAS.</b>
<p>En la vida de los Secoyas, las fiestas tradicionales, son espacios de encuentro comunitario, donde siempre está presente la comida y bebida en gran cantidad, carne de monte y pescado, chichas de yuca, chicha de chonta y guarapo. La vestimenta de los Secoyas, la construye con material del medio: de fibra de un árbol llamado lanchama, llevan corona de plumas, elaboradas con el plumaje de las aves más grandes de la selva, se pintan la cara en forma de cruz. Vestimenta que, en la actualidad, está cambiando sobre todo en los jóvenes, quienes utilizan la ropa del mundo urbano.</p> <p>La arquitectura Secoya, se la realiza con madera de chonta, árboles, bejucos del monte, caña guadua, hojas de lizán, pambil, locata; construcciones que tienen una duración aproximada de 10 a 15 años de vida útil; dichas construcciones son elaboradas en mingas familiares o comunitarias. Los utensilios de cocina que acostumbran a utilizar en su quehacer diario son: la ichilia huas, es un tazón muy grande de madera (batea), que sirve para majar la yuca cocinada o para mezclar la yuca masticada; también utilizan majadores de yuca, algunos de ellos con mangos tallados, pequeño tazones para desgranar habas o cualquier leguminosa del medio.</p>

Continúa...

## SHUAR



### UBICACIÓN GEOGRÁFICA.

La nacionalidad Shuar tiene presencia entre los dos estados: Ecuador y Perú. En nuestro país se encuentra ubicada en las provincias de Morona Santiago, Pastaza y Zamora Chinchipe, existiendo otros asentamientos en Sucumbíos y Orellana en la Amazonía y, en la Región Litoral, en Guayas y Esmeraldas. Actualmente los Shuar reivindican un territorio de 900688 ha.

La extensión legalizada hasta el momento es de 71.8220 ha, mientras que 182468 ha se encuentran aún sin reconocimiento legal. Según estimaciones de los Shuar, su población es de 110000 habitantes (1998), asentados en aproximadamente 668 comunidades. Actualmente el Estado ha declarado en una parte de su territorio, la creación del Parque Nacional Sangay, territorio que en cierta manera está protegido igual que los territorios ubicados también en la zona de influencia del Parque Nacional Podocarpus y de la Reserva Faunística del Cuyabeno.

### RELATO HISTÓRICO.

Los misioneros católicos que llegaron a los territorios de esta nacionalidad, constituyeron el cambio de una vida nómada en la selva por una vida sedentaria; la construcción de escuelas, almacenes y centros de salud, que financió la iglesia, ayudaron a que el asentamiento sea cada vez más estable, sin mencionar los vínculos que se crearon cuando estos misioneros llevaron a otros países algunos representantes de esta nacionalidad, a partir de estos sucesos se crearon nuevas instituciones que expresaban la identidad Shuar.

En tiempos pasados, los Shuar habitaban en la amazonía en caseríos dispersos, subsistiendo de la cacería y de la recolección de frutos. Esta nacionalidad entonces no tenía liderazgos centralizados, actualmente por la influencia misionera y por los colonos que también hacen parte de su territorio y de su historia, los Shuar están organizados en federaciones desde 1964. Fecha en que inicio también el vínculo político con el Estado y con otras organizaciones no estatales.

El sentido de pertenencia de esta nacionalidad es muy marcado, se auto reconocen como Shuar y están orgullosos de serlo. Con la firma del tratado de paz entre Ecuador y Perú, se han realizado encuentros de autoridades de ambos estados, para acercar a los miembros de la nacionalidad Shuar que fueron separados por el tratado de 1941.

### ORGANIZACIÓN SOCIO-POLÍTICA

Están agrupados en Centros comunitarios que están precedidas por un Síndico, Centros que se articulan en Federaciones donde la máxima autoridad es la Asamblea, la cual está dirigida por un directorio, electo cada tres años, presidido por un Presidente.

Existen tres federaciones en esta nacionalidad, FICSH, FIPSE y FINAE, organización que son articuladas por medio de una coordinadora interfederacional, organización que tiene como objetivo principal coordinar acciones en defensa de los derechos de LAS nacionalidades ante la presión de las compañías petroleras. ... Continuación

### PRÁCTICAS PRODUCTIVAS.

Se dedican a la agricultura, pesca, caza. La agricultura es de tipo extensiva, de ella extraen: maíz, yuca, plátano, poroto, papachina, camote, papaya y maní; la pesca y la caza actualmente está venida a menos, por la utilización inadecuada de instrumentos para estas actividades, porque se ha remplazado las flechas, cerbatana por dinamita y escopeta, instrumentos modernos que ahuyentan a los animales.

En los tiempos libres, en especial las mujeres se dedican la elaboración de artesanías, productos que elaboran con semillas y elementos propios de la selva.

Continúa...

<p>Dicha producción es colocada en los mercados provinciales o vendidos directamente en eventos regionales, nacionales o internacionales en que esta nacionalidad participa, teniendo así ingresos extras.</p>
<b>PRÁCTICAS MEDICINALES.</b>
<p>Utilizan la medicina natural, son defensores y conocedores de las bondades curativas de las plantas que existen en sus territorios, este conocimiento lo tiene todo el pueblo, se lo trasmite de generación a generación, ya sea de manera oral o cuando los jóvenes miran aplicar este conocimiento en la vida cotidiana de su nacionalidad.</p> <p>Así podemos conocer que el (mantze) escancel, (llandría) llantén, (seaatpat) caña, (maya) zanahoria; entre muchas más que son utilizadas para sanar y mantener la salud de su gente.</p> <p>Utilizan la bebida conocida como Natem como medicamento natural, que les permite ver el futuro y también curar las enfermedades, este medicamento lo pueden ingerir solo la persona a quien el Shaman haya recetado, la cura y certeza del diagnóstico a través de este método tiene un 98% de credibilidad. Según dicen, para tener mejor resultados es necesario ser mayor de edad, es decir creer con madurez. A estas prácticas, en la actualidad, se suma la utilización de la medicina alopática.</p>
<b>PRÁCTICAS ALIMENTICIAS.</b>
<p>Esta nacionalidad goza, en gran parte de su vida de la chicha de yuca, chonta y guineo, mismos que son complementados con carne de yamala, guatusa, yuca, plátano, camote, papachina, aves silvestres; el ayampaco, que contiene la tilapia que es el pescado favorito de su alimentación.</p>
<b>PRÁCTICAS LÚDICAS.</b>
<p>Muchas estructuras familiares de esta nacionalidad se recrean pescando y caminando en la selva o en el huerto, momentos en los cuales los niños, aprovechan para demostrar sus destrezas nadando o demostrando su creatividad, elaborando bolsas caseras, también juegan balanceándose en los bejucos que existen en los árboles y a la habilidad con la lanza.</p>
<b>PRÁCTICAS ARTÍSTICAS.</b>
<p>Esta nacionalidad tiene sus propios bailes, sus cantos e instrumentos musicales, (Tampur) tambor, (Pinkui) flauta, (Shacap) cascabel y (Nampet) música.</p>
<b>COSTUMBRES, SÍMBOLOS Y CREENCIAS.</b>
<p>Su estructura simbólica está orientada bajo principios muy claros, el respeto a las personas mayores, la honestidad, el trabajo y el respeto a lo que posee otra persona, principios que se los enseña con el ejemplo, con la planificación diaria del trabajo y con la sabiduría de escuchar a la selva.</p> <p>Por ejemplo: cuando un relámpago, suena, anuncia la llegada de un rayo y si un rayo cae en algún lugar del territorio, ese lugar no podrá resembrar un nuevo sembrío porque saben que en ese lugar caerá otro rayo de mayor proporción que destruirá lo que se haya trabajado allí.</p> <p>En el ámbito religioso respetan al Tsunki, la fiesta de la culebra, sin embargo, la introducción de la iglesia católica y evangélica ha provocado una suerte de dispersión simbólica ritual en relación a la naturaleza. Sus símbolos más importantes son: el tigre, en representación al ámbito masculino y la serpiente en representación al ámbito femenino.</p> <p>Este pueblo lucha por mantener costumbres como el canto y el adorno del rostro para sembrar la yuca con el objetivo de tener una buena cosecha, no utilizaban ninguna herramienta (katamuke), esta práctica lamentablemente se va perdiendo.</p>

## ACHUAR



### UBICACIÓN GEOGRÁFICA.

La nacionalidad Achuar tiene presencia en los dos estados: Perú y Ecuador. En el Ecuador están ubicados en la provincia Pastaza, en el cantón Pastaza, en las parroquias Montalvo y Simón Bolívar. En la provincia de Morona Santiago, en el cantón Taisha, en la parroquia Huasaga. El Centro tradicional Achuar, ha legalizado parte de sus territorios, la cantidad de 884000 ha, quedando por legalizar 133014 ha correspondientes a tres comunidades: una en Morona Santiago y dos en Pastaza. Los títulos son colectivos por Centro o por dos Centros o más.

El uso del suelo cuenta con su propio reglamento y es producto de decisiones comunitarias. Aproximadamente 5440 habitantes están ubicados los ríos Macuma y Huasaga, organizados en 56 centros con alrededor de 830 familias.

### RELATO HISTÓRICO.

Posterior a la firma de paz entre Ecuador y Perú, la nacionalidad ha realizado reuniones con las autoridades estatales a fin de facilitar el reencuentro de las familias Achuar que estuvieron separadas por el tratado de límites de 1941. Los dos primeros encuentros se realizaron en Sapapuenta (Ecuador) y en Uwigint (Perú). No se mantiene la totalidad de las costumbres tradicionales, debido a la influencia tanto de colonos como de la religión, ya sea esta católica o evangélica; sin embargo, mantienen su identidad bien cimentadas.

De allí que Arutam, representada hasta la actualidad como la "máxima energía" que cuida la selva, es respetada por adultos y jóvenes de esta nacionalidad. Actualmente, con el propósito de fortalecer la cultura, los Achuar han conformado un grupo cultural denominado Wayus; básicamente se dedican al rescate de la música tradicional.

### ORGANIZACIÓN SOCIOPOLÍTICA.

La unidad organizativa menor la constituyen los Centros, su máxima autoridad es el Síndico, los Centros conforman las Asociaciones, existiendo cuatro en Morona y cuatro en Pastaza. Con el fin de facilitar la dotación de servicios de infraestructura básica, los Achuar han adoptado como política general el no crear más Centros.

La unión de asociaciones conforma la Federación Interprovincial de la Nacionalidad Achuar del Ecuador, FINAE.

El organismo máximo de la FINAE es el Congreso que está integrado por cinco delegados por cada Centro, cuatro directivos y los dirigentes de cada Asociación. La segunda instancia es la Asamblea compuesta por los dirigentes de las Asociaciones y los Síndicos de cada Centro. La tercera es el Consejo Directivo integrado por el Presidente, el Vicepresidente y cuatro comisiones: Salud, Educación, Tierras y Promoción de la Organización.

### COSTUMBRE, SÍMBOLO Y CREENCIAS.

La costumbre de beber la chicha de yuca y la wayusa es continua, así como la pintura en la cara en las fiestas y presentaciones oficiales, celebraciones que la viven con la misma alegría con la que practican el trabajo comunitario. Su quehacer cotidiano está regulado por principios comunitarios de honradez, solidaridad, sinceridad, fortaleza y determinación. Tanto en las reuniones como en sus hogares son muy protocolarios.

... Continuación

Se practica la poligamia y está permitido que un hombre tenga más de dos mujeres, de acuerdo con sus posibilidades de organización económica, es decir de acuerdo a sus habilidades para ofrecer a la esposa huerto, casa, pesca, caza y educación para sus hijos. Casamientos que se lo hace dentro de un ritual especial; se niega la infidelidad, la misma que es castigada duramente. En relación a la persona acostumbran a llevar el pelo largo, hombres y mujeres, pintarse el rostro; en el caso de los hombres portan una lanza y la corona de plumas, parte fundamental de su vestimenta.

#### **PRÁCTICAS MEDICINALES.**

Nacionalidad se la realizan por medio de la medicina natural, podemos inclusive llegar a decir que la selva es su laboratorio y su farmacia, ya que es de ella que se proveen para sanar cualquier enfermedad, realidad que en la actualidad se entremezcla con cierta presencia de la medicina alopática.

#### **PRÁCTICAS ALIMENTICIAS.**

Su alimento gira alrededor de los que producen, pesca o cazan, un ejemplo es el conocido maito, pescado de agua dulce, la yuca, plátanos, el caldo de guanta y la carne asada de la selva. Alimentos que siempre están acompañados de la chicha, bebida fundamental en la dieta de esta nacionalidad.

#### **HUAORANI**



#### **UBICACIÓN GEOGRÁFICA**

Se encuentran ubicados en dos provincias de la Amazonía;

- 1.-Provincia de Orellana, cantón Orellana, parroquia Dayuma y cantón Aguarico, parroquias Tiputini, Yasuní y Sta. María de Huiririma.
- 2.-Provincia de Pastaza, cantón Arajuno, parroquia Curaray. Provincia de Napo, cantón Tena, parroquia Chontapunta.

Su idioma: Huao Tirar, estudios lingüísticos han demostrado que no hay congéneres para esta lengua. El territorio de esta nacionalidad, fue declarado por el Estado, Parque Nacional Yasuní en el cual se encuentran asentadas las comunidades de Dícaro, Garzacocha, Ahuamuro y Bahuanamo (Cononaco Bamenno).

No tienen título de propiedad sobre sus territorios, sino un convenio de uso firmado con el INEFAN (hoy Ministerio del Ambiente).

#### **RELATO HISTÓRICO.**

Su territorio tradicional se extendía sobre un área aproximada de 2000000 ha, entre la margen derecha del río Napo y la izquierda del Curaray. Mantuvieron la independencia y la defensa de su territorio por medio de acciones guerreras. A partir de 1958 con la presencia permanente del ILV (Instituto Lingüístico de Verano), se inicia la época de relación de esta nacionalidad con otros pueblos no amazónicos.

Desde 1990, 716000 ha corresponden parcialmente a su territorio tradicional, la legalización de las tierras es total para toda la nacionalidad. Para legalizarlo una parte de esta extensión fue desmembrada del Parque Nacional Yasuní.

Según el Diagnóstico de la Nacionalidad Wuaorani realizado en 1999, la población supera las 2200 personas. Existen grupos fuera de contacto como los Tagaeri, Taromenane y Oñamenane, que viven dentro del territorio legalizado de esta nacionalidad. Actualmente, se encuentran organizados en alrededor de 28 comunidades.

Continúa...

### **ORGANIZACIÓN SOCIOPOLÍTICA**

La unidad básica tradicional o grupo doméstico es el "nanicabo", constituido por familias ampliadas o múltiples, compuestas por un número de seis a diez familias que habitan bajo un mismo techo o "maloca"; estos grupos domésticos son autosuficientes, autónomos y están organizados alrededor de un anciano o anciana de cuyo nombre se deriva el nombre del grupo doméstico.

La unidad territorial o grupo local se denomina "huaomoni", que es la unión de varios "nanicabos"; los "huaomoni" son de carácter endógamo, al interior del cual deben darse los matrimonios entre primos cruzados y las relaciones de alianza.

Existe una combinación de formas tradicionales con criterios nuevos de asentamiento seminuclear. Gran parte de las comunidades están formadas por dos o tres "huaomoni" de diverso origen. Una minoría vive ya sea en "malocas agrupadas" o en "grupos domésticos aislados".

Su máximo organismo es el Consejo Byle Wuaorani, que es la Asamblea de toda la nacionalidad. La organización mayor de representación externa es la Organización de la Nacionalidad Wuaorani de la Amazonia Ecuatoriana, ONHAE, conformada a partir de los años 90.

La ONHAE es miembro de la CONFENIAE y de la CONAIE. Los nombres históricos que han quedado en la memoria colectiva de esta nacionalidad son Kempedy, Dayuma, Guikita, guerreros que han luchado por su pueblo y han demostrado destreza en la selva.

### **PRÁCTICAS PRODUCTIVAS.**

Tradicionalmente la nacionalidad Wuaorani era nómada, en la actualidad aún persisten las migraciones poblacionales temporales, con ello las prácticas productivas en relación a la agricultura son itinerantes y otras comunidades ya se han asentado en un lugar determinando dejando su nomadismo para convertirse en comunidades sedentarias. Su economía de subsistencia se basa en huertos temporales, además de la caza, la pesca y la recolección de frutos.

El medio natural les provee de recursos para la construcción de viviendas, artesanía y la alimentación. En relación a la agricultura, producen: cacao, yuca, plátano, maíz, etc.; de la pesca obtienen: carachama, bocachico, jándia y bagre; de la caza obtienen: mono sahino; de la actividad artesanal, se proveen de: hamaca, lanza y utensilios para uso domésticos.

Algunos tienen contacto directo con el mercado local y provincial, ya sea a través de la venta de fuerza de trabajo con las petroleras o con la venta de sus artesanías. Para la resolución de problemas de índole comunitario, que exija fuerza de trabajo colectiva, se practica la minga.

### **PRÁCTICAS ALIMENTICIAS**

En su dieta diaria, está siempre presente, la yuca, el plátano, complementado con mono, pescado, wangana, pétano, nankata y frutos silvestres de la selva.

### **PRÁCTICAS MEDICINALES.**

La gente de esta nacionalidad practica aun la medicina natural, su estrecha relación con la naturaleza le ha permitido obtener conocimientos sobre las propiedades curativas de la riqueza natural que posee, sabiduría que es el resultado de muchas generaciones atrás.

Utilizan del bagamo la raíz, hoja y tallo para dolor de muelas; el tentemo para picadura de



... Continuación

culebra, como suero antiofídico; ortiga y wento, para dolores musculares, prácticas que actualmente se entre mezclan con medicamentos alopáticos que también consume esta nacionalidad.

#### **CREENCIAS, SÍMBOLOS Y COSTUMBRES.**

Los Wuaorani demuestran profundo conocimiento de las bondades de la selva, un claro ejemplo de lo afirmado es el tener como promedio, cuatro usos distintos para cada planta; entablan conversación con el sol, el agua, los ríos y otros elementos de la selva que simbólicamente juegan un papel importante en el quehacer cotidiano de esta nacionalidad. Sus temores son exaltados cuando sus ojos alcanzan a observar un círculo alrededor de la luna, pues es el anuncio de guerra o de muerte de algún familiar.

En relación a sus instrumentos musicales, danzan y cantan al son de una flauta de guadua, que en su idioma se llama ña ñanka, acompañada de una especie de maracas construida con pepas silvestres. Los cambios que esta nacionalidad va viviendo, se lo puede mirar en la transformación de sus horarios, antes esta nacionalidad no tenía horario para alimentar, jugar, trabajar y descansar; vivían sintiendo las temporalidades de la naturaleza de su cuerpo y de la comunidad, tiempo que determinada en que momento debía realizarse cada uno de las actividades, ahora tienen su horario para toda actividad diaria.

#### **PRÁCTICAS LÚDICAS.**

En esta nacionalidad es vital el adquirir destrezas para vivir con la selva, por eso los juegos infantiles representan una práctica lúdica de adquisición de estas: la bodoquera, la lanza, la resistencia al nadar en los ríos; juegos que los niños practican y al mismo tiempo son espacios de formación. Junto a estos juegos esta también el indor fútbol, las cogidas y las bolichas.

#### **TAGAERI**



#### **DATOS GENERALES**

Nombre alterno El origen de los Tagaeri (gente de Taga) está relacionado a su rechazo al contacto forzado con el mundo cowuori impulsado por el Instituto Lingüístico de Verano en la década de 1960.

El jefe guerrero del clan Taga, perteneciente al pueblo huaorani, decidió ocultarse en la selva y mantener su forma de vida ancestral dentro del bosque y alejado de la “civilización”.

Nombre alterno Los tagaeri (también llamados aucas o patas coloradas). Su Idioma es el Wao Terero, es un idioma no clasificado

**Población:** Se estima que hay quizás solamente 20-30 el sobrevivir Tagaeri, aunque estos números son inciertos. Ubicación Dentro del Parque Nacional Yasuní viven varios grupos indígenas: Kichwa o Naporuna, Waorani, Tagaeri y Taromenane.

División del gran clan Una etnia acostumbrada más a huir de los enemigos que a enfrentarlos, reducida numéricamente, sometida al desplazamiento y a la búsqueda constante de nuevos territorios lejos de los suyos tradicionales, muestran una cultura no precisamente guerrera.

#### **RELATO HISTÓRICO**

Hasta el siglo XIX ninguno de los pueblos vecinos se refería a ellos como seres particularmente agresivos. Pero el nuevo siglo trajo consigo demasiados acontecimientos inentendibles para los habitantes amazónicos: la explotación del caucho, la llegada de los misioneros, las epidemias, la disputa por territorios, la apertura de caminos, la colonización y la fiebre petrolera.

... Continuación

Estos violentos acontecimientos pusieron serias presiones sobre la forma de vivir de los pueblos de la Amazonía, al extremo de acabar con los Tetetes y quebrantar las posibilidades de subsistencia de otros grupos cambiando por completo la geografía humana de la región y el ánimo de sus habitantes. Las disputas internas entre los Huaorani, que se habían agudizado durante los años cuarenta y cincuenta, en los sesenta hicieron inevitable su división.

El guerrero huaorani Babe, primo de Taga, recuerda así la división del gran clan: "Kimontare era hermano de mi papá. Cuando murió mi padre, Kimontare cogió el mando. Fue todavía más cruel que Nihua. Aumentaron las peleas en la familia.

Por la pena de la muerte de su papá, Dabo mató a Buganei, la preferida de las mujeres de Nihua, con cinco lanzas. También mató a Kimontare. Por eso su familia, liderada por su hijo mayor Taga, abandonó la región. Name y muchos otros, hasta unos quince, estaban con él; los Tagaeri corrieron hacia abajo, nosotros fuimos hacia arriba.

Los tagaeri pertenecen a una rama de la etnia huaorani que ha permanecido sin contacto con la civilización, y tras los hechos de noviembre, en enero de 2001 volvieron a mostrarse. Fueron vistos por un grupo de turistas a los que pretendieron atacar, cerca de la comunidad de Bataburo, aseguró Richard Ima, dirigente huaorani de la zona.

"Al principio los extranjeros trataron de fotografiarlos creyendo que se trataba de huaoranis civilizados, pero al notar la violencia con la que se acercaron, los guías realizaron disparos al aire para evitar que los turistas sean lanceados", señaló el líder indígena. Ima agregó que han podido identificar a dos grupos de tagaeri, uno que ha sido avistado en ocasiones anteriores, que tiene como líder a Taga, y otro, que es comandado por Tarmenalli; ambos grupos viven en bohíos que han sido ya localizados por los huaoranis de su comunidad, en las riberas de los ríos Cuchillacku, Tigüino y Bataburo, en la provincia de Pastaza.

"Están armados con lanzas de hasta dos metros y medio de largo y con pelo hasta las caderas, que andan completamente desnudos y son muy temidos por su violencia ya que matan sin piedad", dijo Ima. La intención de Richard Ima, de localizar y civilizar a la pata colorada, fue rechazada por la Organización de la Nacionalidad Huaorani de la Amazonia Ecuatoriana (Onhae), con sede en Puyo.

"No podemos prestarnos para que sean sometidos a la civilización del blanco, pues es el único grupo que conserva intactas nuestras tradiciones huaoranis ancestrales, que se perdieron con la evangelización del Instituto Lingüístico de Verano, entre 1957 y 1967", señaló Niwtza y culminó diciendo que los tagaeri se ven obligados a salir de su territorio ante el acoso de colonos, petroleras e indígenas de otras etnias.

El ritual de las lanzas El primer apareamiento fugaz de los tagaeri se remonta al 20 de enero de 1956, en el río Curaray, cuando fueron asesinados cinco estadounidenses. En 1971, en el río Tiputini murió lanceado un cocinero de la compañía Western. En 1977, en el río Tivacuno fueron lanceados tres trabajadores de una petrolera. El 21 de julio de 1987, cerca del río Tigüino fueron asesinados monseñor Alejandro Labaca y la hermana Inés Arango.

El caso que transformó a los tagaeri en noticia internacional y que luego el escritor y periodista colombiano Germán Castro Caycedo lo transformó en tema de un libro, fue el de 1987, cuando más de 100 lanzas acabaron con la vida del obispo de Coca, Alejandro Labaca, y la religiosa Inés Arango, que llegaron en helicóptero a territorio auca para conversar con ellos.

**Fuente:** Casa de la Cultura Ecuatoriana "Benjamín Carrión", Núcleo Sucumbíos, 2011.

**Elaborado por:** la autora.

Continúa...

**c) Valores que se incorporan para una adecuada atención.**

- ✓ **Transparencia.** - Información, clara, abierta y real para todos.
- ✓ **Compromiso.** - Identificación, responsabilidad e involucramiento para con la empresa, los clientes y compañeros.
- ✓ **Servicio.** - Actitud, presencia, vocablo asignado para la debida atención del público y estrategias aplicadas según el cliente.
- ✓ **Eficacia.** - Transmitir el mensaje de conservar, rescatar y valorar la identidad cultural ancestral de la Amazonía ecuatoriana hacia nuestros turistas/visitantes.

• **ETAPA V: Plan Operatividad Técnica**

**Cuadro 16.** Operatividad técnica del Museo Etnográfico "Amazónico del Ecuador".

<b>OPERATIVIDAD TÉCNICA MUSEO ETNOGRÁFICO “AMAZÓNICO DEL ECUADOR”</b>
<b>1. FILTRO DE SEGURIDAD</b>
Mantiene a su labor de prevención, detección y neutralización de cualquier tipo de riesgo que pueda presentarse en el museo, debe garantizar un adecuado control al ingreso y salida tanto del personal administrativa, de servicio como del público en general. <ul style="list-style-type: none"><li>• Ofrece seguridad y bienestar a los turistas/visitantes, custodiándolo para seguridad de sus bienes.</li><li>• Supervisa sistema de seguridad, monitoreo y control de cámaras de todo el museo.</li></ul>
<b>2. RECEPCIÓN E INFORMACIÓN</b>
Dará la Bienvenida y llevará un registro del turista/visitante, allí es donde se recibirá la información y orientación necesaria sobre los recorridos, actividades a desarrollar, horarios, reservaciones etc. <ul style="list-style-type: none"><li>• Recepción de artículos que no se permiten ingresar, ya sea el caso.</li><li>• Punto de referencia para cualquier pérdida de objeto – material.</li><li>• Punto de encuentro para extraviado de menores de edad (niños y niñas).</li></ul>
<b>3. ADMINISTRACIÓN</b>
Tendrá las siguientes funciones principales; planeación, organización, dirección y control; reflejadas mediante la representación legal del mismo, liderazgo del personal con compromiso y motivación, responsabilidad en la gestión económica, vinculación con otras instituciones y empresas, transmisora y propulsoras de la consecución de los objetos propuestos para el funcionamiento correcto.

Continúa...

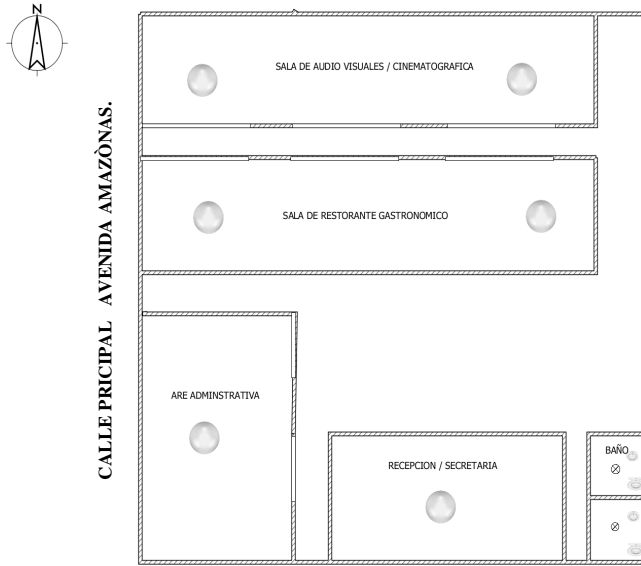
... Continuación

<b>4. PUNTO DE VENTA - CAJA</b>
Lugar destinado para el cobro de ingreso al Museo, como también de las diversas compras que pueda generar el turista/visitante como; artesanías, gastronomías, materiales (afiches, fotografías) documentales, etc. Como motivación y recuerdo para su próxima visita se dará; llaveros, gorras, carpetas, esferográficos.
<b>5. SALA CINEMATOGRAFICA</b>
Difundirá la exhibición permanente de películas, documentales, entrevistas que complementarán el producto/servicio que brinda el Museo en sus Stands, como parte adicional e innovadora de esta propuesta. Propicio para Investigaciones, estudios y/u escritos de libros, revistas ya sea en el ámbito cultural como estudiantil.
<b>6. SALA DE EXPOSICIONES Y EXIBIHCÓN CULTURAL</b>
Fomentará la conservación, rescate y valor cultural de las etnias amazónicas a través de las diferentes actividades creadas para manifestar y guiar a la población a conocer y aprender sobre las raíces ancestrales de nuestros pueblos amazónicos por medio de; leyendas, costumbres, rituales, música-danza, bailes, artesanías, vestimenta entre otras., que se podrá evidenciar en estos espacios cada uno representando a cada etnia amazónica y entre ellos algunos integrantes de las mismas.
<b>7. SALA MULTIUSO - RESERVACIONES</b>
Brindará el espacio acorde y propicio para la realización de charlas, conferencias, cursos, discursos, eventos-congresos etc., ya sea al ámbito turístico, económico o político.
<b>8. TABLERO ELECTRONICO</b>
Expondrá de formar virtual el área del museo tanto interior como exterior, así mismo impartirá la información más necesaria de cada una de las etnias, prevenciones y responsabilidades que se deben tomar a la hora de visitar cada Stand étnico cultural.
<b>9. RESTAURANTE</b>
Este espacio se encargará principalmente de satisfacer el gusto a través de comidas y bebidas típicas de las etnias amazónicas del ecuador, a los turistas/visitantes del museo como al personal que labora en él, si así fuese el caso.
<b>10. BODEGA</b>
Para el almacenaje de materiales de oficina, limpieza, material para el montaje de obras en exposiciones u otras actividades de mayor volumen o de uso ocasional; vitrinas, modulares etc.
<b>11. BAÑOS</b>
<b>12. SALIDA DE EMERGENCIA</b>
<b>13. PARQUEADERO</b>

Elaborado por: la autora.

- Planos técnicos del Museo etnográfico

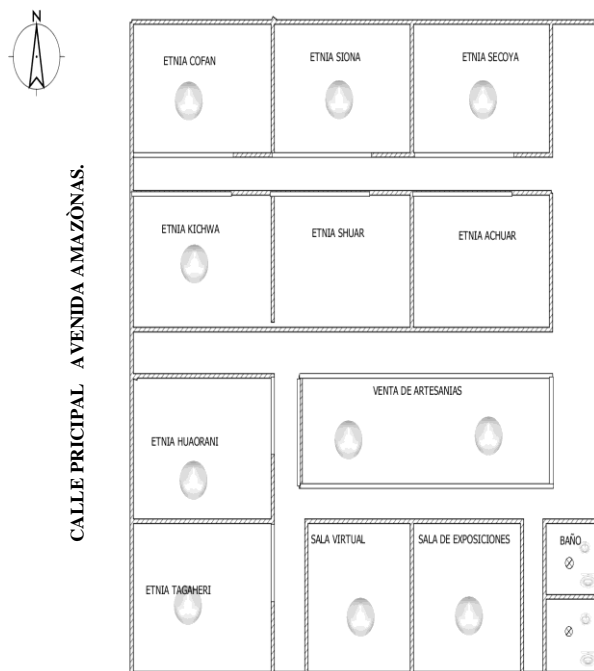
**Gráfico 15.** Diseño de la Planta baja del Museo etnográfico "Amazónico del Ecuador".



Elaborado por: la autora.

CA  
LLE  
SEC  
UN  
DA  
RIA  
AV  
ENI  
DA  
ORI  
ENT  
E.

**Gráfico 16.** Diseño de la Planta alta del Museo etnográfico "Amazónico del Ecuador".



Elaborado por: la autora.

CA  
LLE  
SEC  
UN  
DA  
RIA  
AV  
ENI  
DA  
ORI  
ENT  
E.

• **ETAPA VI: Estrategias de Marketing**

Es necesario que el Museo etnográfico “Amazónico del Ecuador” cuente con su propia publicidad y propaganda ya sea por medio particular, o comunitario por Municipios o Gobiernos Provinciales, es por esto que es conveniente diseñar: flyers (trípticos y hojas volantes), el diseño spots publicitarios (medios de comunicación ya sean televisivos o radiales), lo que permitirá al Museo ser difundido y conocido a nivel nacional y por qué no mundial, mediante la cadena de recomendaciones de los turistas ya visitantes.

Un acercamiento con el Ministerio de Turismo, Cultura y Ambiental permitirá fortalecer la promoción del mismo formando parte de los portales webs de sus Instituciones; la realización de estos medios, permitirán llamar la atención de la prensa especializada en turismo cultural, que podría convertirse en aliada fundamental del Museo para promover a su visita.

La participación en ferias nacionales e internacionales de turismo son una estrategia de promoción importante, donde el MINTUR, será quien en base a una propuesta comunitaria apoye éste proceso.

**Tabla 33.** Estrategias de Marketing, para promocionar y difundir el Museo etnográfico "Amazónico del Ecuador".

PRENSA RADIAL
Mediante cuñas publicitarias (3 veces por días al mes) para promover la visita a este atractivo turístico/cultural.
<p>Texto Modelo:</p> <p>Se invita a la población interesada en adquirir mayor conocimiento cultural de las etnias ancestrales amazónicas del Ecuador, que asistan al Museo Etnográfico Amazónico ubicado en la Av. Amazonas y calle oriente junto al Parque recreativo Nueva Loja en horarios de 09h00 – 16h00 de Martes a Domingo. ¡No te lo puedes perder, te esperamos!</p>
<p>Radios de mayor cobertura, a nivel de región amazónica:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sucumbíos</li> </ul>

... Continuación

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuyabeno</li> <li>• Canela</li> </ul>
<b>PRENSA ESCRITA</b>
Mediante trípticos y Hojas volantes que incorpore la información relevante y concisa del Museo etnográfico, lo que ofrece y las diferentes actividades que pueden desarrollar en él.
Lugares estratégicos para impartir esta publicidad: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eventos y Congresos Turísticos/Cultural</li> <li>• Fiestas de Cantonización y Provincialización</li> <li>• Planta Turística del sector (Agencias, Hoteles, Hostales, Restaurantes y Terminales/Aeropuerto).</li> <li>• Centro de la ciudad.</li> </ul>
Texto Modelo; Se invita a la población interesada en adquirir mayor conocimiento cultural de las etnias ancestrales amazónicas del Ecuador, que asistan al Museo Etnográfico Amazónico ubicado en la Av. Amazonas y calle oriente junto al Parque recreativo Nueva Loja en horarios de 09h00 – 16h00 de Martes a Domingo. No te lo puedes perder, te esperamos!!!


Elaborado por: la autora.

## • Diseño de Marketing empresarial

### a) Imagen Corporativa



**Cuadro 17.** Imagen Corporativa


IMAGEN	DEFINICIÓN
Museo Etnográfico Amazónico del Ecuador	La tipografía trata en denotar la seriedad de la empresa. La tipografía trata de denotar el dinamismo en lo relacionado a “Amazónico del Ecuador”
	Denota la riqueza y los colores vivos de la Amazonía apreciándose en forma de hojas.

Elaborado por: la autora.

### b) Eslogan



**Cuadro 18.** Eslogan.



IMAGEN	DEFINICIÓN
	La tipografía trata en denotar la seriedad de la empresa. La tipografía trata de denotar el dinamismo en lo relacionado a “Amazónico del Ecuador”

Elaborado por: la autora.

### c) Logotipo



**Cuadro 19.** Logotipo.



IMAGEN	DEFINICIÓN
Museo Etnográfico Amazónico del Ecuador	La tipografía trata en denotar la seriedad de la empresa. La tipografía trata de denotar el dinamismo en lo relacionado a “Amazónico del Ecuador”
	Denota la riqueza y los colores vivos de la Amazonía apreciándose en forma de hojas.
	Representa al símbolo patrio del país Ecuador (AMARILLO la riqueza del oro), (AZUL el cielo y mar) y (ROJO la sangre de nuestros héroes que derramaron por defender a nuestra patria)

Elaborado por: la autora.

### d) Tarjeta de presentación



**Cuadro 20.** Tarjeta de presentación.

IMAGEN	DEFINICIÓN
Museo Etnográfico Amazónico del Ecuador	La tipografía trata en denotar la seriedad de la empresa. La tipografía trata de denotar el dinamismo en lo relacionado a “Amazónico del Ecuador”
	Denota la riqueza y los colores vivos de la Amazonía apreciándose en forma de hojas.
	Representa al símbolo patrio del país Ecuador (AMRILLO la riqueza del oro), (AZUL el cielo y mar) y (ROJO la sangre de nuestros héroes que derramaron por defender a nuestra patria)

Elaborado por: la autora.





e) Hoja empresarial

Cuadro 21. Hoja empresarial.

IMAGEN	DEFINICIÓN
	La tipografía trata en denotar la seriedad de la empresa. La tipografía trata de denotar el dinamismo en lo relacionado a “Amazónico del Ecuador”
	Denota la riqueza y los colores vivos de la Amazonía apreciándose en forma de hojas.
	Representa al símbolo patrio del país Ecuador (AMARILLO la riqueza del oro), (AZUL el cielo y mar) y (ROJO la sangre de nuestros héroes que derramaron por defender a nuestra patria)

Elaborado por: la autora.



f) Carpetas distintivas de la empresa

Cuadro 22. Carpetas distintivas de la empresa.




IMAGEN	DEFINICIÓN
	La tipografía trata en denotar la seriedad de la empresa. La tipografía trata de denotar el dinamismo en lo relacionado a “Amazónico del Ecuador”
	Denota la riqueza y los colores vivos de la Amazonía apreciándose en forma de hojas.
	Representa al símbolo patrio del país Ecuador (AMARILLO la riqueza del oro), (AZUL el cielo y mar) y (ROJO la sangre de nuestros héroes que derramaron por defender a nuestra patria)

Elaborado por: la autora.

### g) Camisetas distintivas del personal



**Cuadro 23.** Camisetas distintivas del personal.

IMAGEN	DEFINICIÓN
	Se utiliza la imagen corporativa de la empresa a fin de dar más realce, elegancia y a su vez para que los turistas puedan distinguir al personal que labra en la empresa.
 	Se utiliza colores vivos denotando la naturaleza.


Elaborado por: la autora.

### h) Diseño de Marketing Publicitario

#### Gorras / recuerdos



**Cuadro 24.** Gorras / recuerdos.

IMAGEN	DEFINICIÓN
	Se utiliza la imagen corporativa de la empresa a fin de se genere publicidad mediante la visualización del mismo.

Elaborado por: la autora.

**i) Hoja volante**



**Cuadro 25.** Hoja volante.

IMAGEN	DEFINICIÓN
Museo Etnográfico Amazónico del Ecuador	La tipografía trata en denotar la seriedad de la empresa. La tipografía trata de denotar el dinamismo en lo relacionado a “Amazónico del Ecuador”
	Denota la riqueza y los colores vivos de la Amazonía apreciándose en forma de hojas.
	Representa al símbolo patrio del país Ecuador (AMARILLO la riqueza del oro), (AZUL el cielo y mar) y (ROJO la sangre de nuestros héroes que derramaron por defender a nuestra patria)

Elaborado por: la autora.

**j) Tríptico**



**Cuadro 26.** Tríptico.

IMAGEN	DEFINICIÓN
Museo Etnográfico Amazónico del Ecuador	La tipografía trata en denotar la seriedad de la empresa. La tipografía trata de denotar el dinamismo en lo relacionado a “Amazónico del Ecuador”
	Denota la riqueza y los colores vivos de la Amazonía apreciándose en forma de hojas.
	Representa al símbolo patrio del país Ecuador (AMRILLO la riqueza del oro), (AZUL el cielo y mar) y (ROJO la sangre de nuestros héroes que derramaron por defender a nuestra patria)

Elaborado por: la autora.

**ETAPA VII:****Análisis Financiero****Cuadro 27.** Presupuesto de Inversión, Creación del Museo etnográfico "Amazónico del Ecuador".

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DEL MUSEO ETNOGRÁFICO "AMAZONICO DEL ECUADOR"					
CONCEPTOS	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	MONTOS	TOTAL
<b>ACTIVO FIJO</b>					
<b>MUSEO ETNOGRÁFICO</b>	Terreno	1	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
Materia Prima	Materiales	1	\$ 55.000,00	\$ 55.000,00	\$ 55.000,00
Mano de Obra	Obra	1	\$ 12.500,00	\$ 12.500,00	\$ 12.500,00
<b>ÁREA ADMINISTRATIVA</b>			\$ -	\$ -	\$ -
Mobiliario	Equipos	2	\$ 1.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Suministro de Oficina	Suministros	1	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00
Equipo de Computación	Equipos	2	\$ 1.345,00	\$ 2.690,00	\$ 2.690,00
<b>ÁREA FINANCIERA</b>			\$ -	\$ -	\$ -
Mobiliario	Equipos	3	\$ 1.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
Suministro de Oficina	Suministros	1	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00
Equipo de Computación	Equipos	4	\$ 1.345,00	\$ 5.380,00	\$ 5.380,00
<b>ÁREA DE EXPOSICIÓN Y EXHIBICIÓN</b>			\$ -	\$ -	\$ -
Mobiliario	Equipos	8	\$ 1.300,00	\$ 10.400,00	\$ 10.400,00
Materiales (afiches, gigantografías, tripticos,etc)	Suministros	1	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00
Tv Plasma y DVD	Equipos	8	\$ 850,00	\$ 6.800,00	\$ 6.800,00
Grabadora	Equipos	8	\$ 175,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00
<b>ÁREA CINEMATOGRAFICA</b>			\$ -	\$ -	\$ -
Mobiliario	Equipos	1	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
Amplificador de audio y micrófono	Equipos	2	\$ 350,00	\$ 700,00	\$ 700,00

Proyector de cine	Equipos	1	\$ 890,00	\$ 890,00	\$ 890,00
<b>ÁREA DE MANTENIMIENTO Y BODEGA</b>			\$ -	\$ -	\$ -
Mobiliario	Equipos	2	\$ 1.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Suministro de Oficina	Suministros	1	\$ 220,00	\$ 220,00	\$ 220,00
Suministros de Limpieza	Materiales	1	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00
Equipo de Computación	Equipos	2	\$ 1.345,00	\$ 2.690,00	\$ 2.690,00
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>					
Asistencia Técnica	Servicio	1	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 850,00
Asistencia Profesional	Servicio	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>					
Capital de Trabajo mensual	Presupuesto	1	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL</b>				\$ 144.470,00	\$ 144.470,00

Elaborado por: la autora.

**Nota.** Se consideró los costos y unidades a necesitar para la implementación y equipamiento de cada una de las áreas previstas en el diseño, no se detalla en Mobiliario cantidades altas ya que se considera un monto que genere un solo costo tomando en cuenta los valores reales de cada un mobiliario a incorporar, es decir, por ejemplo: en Mobiliario: un escritorio, silla ejecutiva, un armario ejecutivo para archivos, aire acondicionado. Y así mismo en los otros rubros como; Suministros de Oficina y Equipos.

**Cuadro 28.** Costo de Servicios.

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DEL MUSEO ETNOGRÁFICO "AMAZÓNICO DEL ECUADOR"**

Servicios	Cantidad	U. de Medida	x Persona	N. Aceptación	Anual	Mensual
			Precio	%	57.727	12
Stands	8	Exhibición	USD 3,50	25%	14.432	1.203
Artesanías	8	Materiales	USD 15,00	28%	16.164	1.347
Cinematográfica	1	Entretenimiento	USD 2,00	17%	9.814	818
<b>Totales</b>			<b>USD 20,50</b>	<b>70%</b>	<b>40.409</b>	<b>3.367</b>

Elaborado por: la autora.

**Cuadro 29.** Proyección de visitantes anual.

Servicio	U. de Medida	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Stands	Tiendas	1.203	1.203	1.203	1.203	1.203	1.203	1.203	1.203	1.203	1.203	1.203	1.203	14.432
Artesanías	Materiales	1.347	1.347	1.347	1.347	1.347	1.347	1.347	1.347	1.347	1.347	1.347	1.347	16.164
Cinematográfica	Equipo	818	818	818	818	818	818	818	818	818	818	818	818	9.814
<b>Total anual</b>													<b>40.409</b>	

Elaborado por: la autora.

**Cuadro 30.** Proyección de Ingresos por servicios 1año.

Servicio	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Stands	USD4.209,26	USD 4.209,26	USD 4.209,26	USD4.209,26	USD 4.209,26	4.209,26	USD 4.209,26	USD4.209,26	USD 4.209,26	USD4.209,26	USD4.209,26	USD4.209,26	<b>USD 50.511,13</b>
Artesanías	USD 20.204,45	USD 20.204,45	USD 20.204,45	USD 20.204,45	USD 20.204,45	USD 20.204,45	USD 20.204,45	USD 20.204,45	USD 20.204,45	USD 20.204,45	USD 20.204,45	USD 20.204,45	USD 20.204,45
Cinemat.	USD1.635,60	USD 1.635,60	USD 1.635,60	USD1.635,60	USD 1.635,60	1.635,60	USD 1.635,60	USD1.635,60	USD 1.635,60	USD1.635,60	USD1.635,60	USD1.635,60	<b>USD 19.627,18</b>
<b>Total</b>	<b>USD 26.049,31</b>	<b>USD 1.635,60</b>	<b>USD 1.635,60</b>	<b>USD 1.635,60</b>	<b>USD 1.635,60</b>	<b>USD 1.635,60</b>	<b>USD 1.635,60</b>	<b>USD 1.635,60</b>	<b>USD 1.635,60</b>	<b>USD 1.635,60</b>	<b>USD 1.635,60</b>	<b>USD 1.635,60</b>	<b>USD 44.040,89</b>

Elaborado por: la autora.

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DEL MUSEO ETNOGRÁFICO "AMAZÓNICO DEL ECUADOR"**

**Cuadro 31.** Presupuesto anual de Egresos - Proyección de costos

<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
<b>Gerente</b>	USD 10.200,00	USD 10.302,00	USD 10.405,02	USD 10.509,07	USD 10.614,16	USD 10.720,30	USD 10.827,51	USD 10.935,78	USD 11.045,14	USD 11.155,59
<b>Administrador(a)</b>	USD 8.640,00	USD 8.726,40	USD 8.813,66	USD 8.901,80	USD 8.990,82	USD 9.080,73	USD 9.171,53	USD 9.263,25	USD 9.355,88	USD 9.449,44
<b>Contador</b>	USD 6.600,00	USD 6.666,00	USD 6.732,66	USD 6.799,99	USD 6.867,99	USD 6.936,67	USD 7.006,03	USD 7.076,09	USD 7.146,85	USD 7.218,32
<b>Asistente contable</b>	USD 4.800,00	USD 4.848,00	USD 4.896,48	USD 4.945,44	USD 4.994,90	USD 5.044,85	USD 5.095,30	USD 5.146,25	USD 5.197,71	USD 5.249,69
<b>Secretaria</b>	USD 4.500,00	USD 4.545,00	USD 4.590,45	USD 4.636,35	USD 4.682,72	USD 4.729,55	USD 4.776,84	USD 4.824,61	USD 4.872,86	USD 4.921,58
<b>Recepcionista</b>	USD 4.500,00	USD 4.545,00	USD 4.590,45	USD 4.636,35	USD 4.682,72	USD 4.729,55	USD 4.776,84	USD 4.824,61	USD 4.872,86	USD 4.921,58
<b>Cajera</b>	USD 4.500,00	USD 4.545,00	USD 4.590,45	USD 4.636,35	USD 4.682,72	USD 4.729,55	USD 4.776,84	USD 4.824,61	USD 4.872,86	USD 4.921,58
<b>Guías</b>	USD 14.880,00	USD 15.028,80	USD 15.179,09	USD 15.330,88	USD 15.484,19	USD 15.639,03	USD 15.795,42	USD 15.953,37	USD 16.112,91	USD 16.274,04
<b>TOTAL</b>	USD 58.620,00	USD 59.206,20	USD 59.798,26	USD 60.396,24	USD 61.000,21	USD 61.610,21	USD 62.226,31	USD 62.848,57	USD 63.477,06	USD 64.111,83
<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
<b>Bodeguero</b>	USD 4.500,00	USD 4.545,00	USD 4.590,45	USD 4.636,35	USD 4.682,72	USD 4.729,55	USD 4.776,84	USD 4.824,61	USD 4.872,86	USD 4.921,58
<b>Guardiania</b>	USD 4.500,00	USD 4.545,00	USD 4.590,45	USD 4.636,35	USD 4.682,72	USD 4.729,55	USD 4.776,84	USD 4.824,61	USD 4.872,86	USD 4.921,58
<b>Personal mantenimiento</b>	USD 9.600,00	USD 9.696,00	USD 9.792,96	USD 9.890,89	USD 9.989,80	USD 10.089,70	USD 10.190,59	USD 10.292,50	USD 10.395,42	USD 10.499,38
<b>Publicidad y Mercadotecnia</b>	USD 18.000,00	USD 18.180,00	USD 18.361,80	USD 18.545,42	USD 18.730,87	USD 18.918,18	USD 19.107,36	USD 19.298,44	USD 19.491,42	USD 19.686,33
<b>TOTAL</b>	USD 36.600,00	USD 36.966,00	USD 37.335,66	USD 37.709,02	USD 38.086,11	USD 38.466,97	USD 38.851,64	USD 39.240,15	USD 39.632,56	USD 40.028,88
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
<b>COSTOS FIJOS</b>	USD 58.620,00	USD 59.206,20	USD 59.798,26	USD 60.396,24	USD 61.000,21	USD 61.610,21	USD 62.226,31	USD 62.848,57	USD 63.477,06	USD 64.111,83
<b>COSTOS VARIABLES</b>	USD 36.600,00	USD 36.966,00	USD 37.335,66	USD 37.709,02	USD 38.086,11	USD 38.466,97	USD 38.851,64	USD 39.240,15	USD 39.632,56	USD 40.028,88
<b>COSTOS TOTALES</b>	USD 95.220,00	USD 96.172,20	USD 97.133,92	USD 98.105,26	USD 99.086,31	USD 100.077,18	USD 101.077,95	USD 102.088,73	USD 103.109,62	USD 104.140,71

Elaborado por: la autora.

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DEL MUSEO ETNOGRÁFICO "AMAZÓNICO DEL ECUADOR"**

**Cuadro 32.** Memorias de Cálculo de Costos. - Costos de Administración

Concepto	Unidades	Cantidad	P. Unitario	Frecuencia	Costo total mensual	Costo Año 1
Gerente	U	1	USD 850,00	1	USD 850,00	USD 10.200,00
Administrador(a)	U	1	USD 720,00	1	USD 720,00	USD 8.640,00
Contador	U	1	USD 550,00	1	USD 550,00	USD 6.600,00
Asistente contable	U	1	USD 400,00	1	USD 400,00	USD 4.800,00
Secretaria	U	1	USD 375,00	1	USD 375,00	USD 4.500,00
Recepcionista	U	1	USD 375,00	1	USD 375,00	USD 4.500,00
Cajera	U	1	USD 375,00	1	USD 375,00	USD 4.500,00
Guías	U	2	USD 620,00	1	USD 1.240,00	USD 14.880,00
Bodeguero	U	1	USD 450,00	1	USD 450,00	USD 5.400,00
Guardianía	U	1	USD 730,00	1	USD 730,00	USD 8.760,00
Agua	m <sup>3</sup>	870	USD 0,20	1	USD 174,00	USD 2.088,00
Energía eléctrica	voltios	1220	USD 0,08	1	USD 97,60	USD 1.171,20
Trámites varios	varios	1	USD 120,00	1	USD 120,00	USD 1.440,00
Suministros de Adm.	varios	1	USD 200,00	1	USD 200,00	USD 2.400,00
Suministros Limpieza	varios	1	USD 115,00	1	USD 115,00	USD 1.380,00
<b>Total</b>					<b>USD 6.771,60</b>	<b>USD 81.259,20</b>

Elaborado por: la autora.

**Cuadro 33.** Costos de publicidad.

Concepto	Cantidad	P. Unitario	Frecuencia	Costo total mensual	Costo Año 1
Publicidad y Mercadotécnica	1	USD 250,00	6	USD 1.500,00	USD 18.000,00
<b>Total</b>				<b>USD 1.500,00</b>	<b>USD 18.000,00</b>

Elaborado por: la autora.



**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DEL MUSEO ETNOGRÁFICO "AMAZÓNICO DEL ECUADOR"**

**Cuadro 34. Costos de Operación.**

Concepto	Cantidad	P. Unitario	Frecuencia	Costo total mensual	Costo Año 1
Personal mantenimiento	2	USD 400,00	1	USD 800,00	USD 9.600,00
<b>Total</b>				<b>USD 2.050,00</b>	<b>USD 24.600,00</b>

Elaborado por: la autora.

**Cuadro 35. Proyección de Costos del Personal.**

COSTOS DEL PROYECTO	COSTO MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Gerente	USD 850,00	USD 10.200,00	USD 10.302,00	USD 10.405,02	USD10.509,07	USD10.614,16	USD10.720,30	USD10.827,51	USD10.935,78	USD11.045,14	USD11.155,59
Administrador(a)	USD 720,00	USD 8.640,00	USD 8.726,40	USD 8.813,66	USD 8.901,80	USD 8.990,82	USD 9.080,73	USD 9.171,53	USD 9.263,25	USD 9.355,88	USD 9.449,44
Contador	USD 550,00	USD 6.600,00	USD 6.666,00	USD 6.732,66	USD 6.799,99	USD 6.867,99	USD 6.936,67	USD 7.006,03	USD 7.076,09	USD 7.146,85	USD 7.218,32
Asistente contable	USD 400,00	USD 4.800,00	USD 4.848,00	USD 4.896,48	USD 4.945,44	USD 4.994,90	USD 5.044,85	USD 5.095,30	USD 5.146,25	USD 5.197,71	USD 5.249,69
Secretaria	USD 375,00	USD 4.500,00	USD 4.545,00	USD 4.590,45	USD 4.636,35	USD 4.682,72	USD 4.729,55	USD 4.776,84	USD 4.824,61	USD 4.872,86	USD 4.921,58
Recepcionista	USD 375,00	USD 4.500,00	USD 4.545,00	USD 4.590,45	USD 4.636,35	USD 4.682,72	USD 4.729,55	USD 4.776,84	USD 4.824,61	USD 4.872,86	USD 4.921,58
Cajera	USD 375,00	USD 4.500,00	USD 4.545,00	USD 4.590,45	USD 4.636,35	USD 4.682,72	USD 4.729,55	USD 4.776,84	USD 4.824,61	USD 4.872,86	USD 4.921,58
Guías	USD 1.240,00	USD 14.880,00	USD 15.028,80	USD 15.179,09	USD15.330,88	USD15.484,19	USD15.639,03	USD15.795,42	USD15.953,37	USD16.112,91	USD16.274,04
Bodeguero	USD 450,00	USD 5.400,00	USD 5.454,00	USD 5.508,54	USD 5.563,63	USD 5.619,26	USD 5.675,45	USD 5.732,21	USD 5.789,53	USD 5.847,43	USD 5.905,90
Guardiana	USD 730,00	USD 8.760,00	USD 8.847,60	USD 8.936,08	USD 9.025,44	USD 9.115,69	USD 9.206,85	USD 9.298,92	USD 9.391,91	USD 9.485,82	USD 9.580,68
P. Mantenimiento	USD 800,00	USD 9.600,00	USD 9.696,00	USD 9.792,96	USD 9.890,89	USD 9.989,80	USD10.089,70	USD10.190,59	USD10.292,50	USD10.395,42	USD10.499,38
Publicidad	USD 1.500,00	USD 18.000,00	USD 18.180,00	USD 18.361,80	USD 18.545,42	USD 18.730,87	USD18.918,18	USD19.107,36	USD19.298,44	USD19.491,42	USD19.686,33
<b>TOTAL</b>	<b>USD 8.365,00</b>	<b>USD 100.380,00</b>	<b>USD 101.383,80</b>	<b>USD 102.397,64</b>	<b>USD 103.421,61</b>	<b>USD 104.455,83</b>	<b>USD 105.500,39</b>	<b>USD 106.555,39</b>	<b>USD 107.620,95</b>	<b>USD 108.697,16</b>	<b>USD 109.784,13</b>

Elaborado por: la autora.

**Cuadro 36. Costos Totales.**

**CREACIÓN DEL MUSEO ETNOGRÁFICO "AMAZÓNICO DEL ECUADOR"**

<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
Gerente	USD 10.200,00	USD 10.302,00	USD 10.405,02	USD 10.509,07	USD 10.614,16	USD 10.720,30	USD 10.827,51	USD 10.935,78	USD 11.045,14	USD 11.155,59
Administrador(a)	USD 8.640,00	USD 8.726,40	USD 8.813,66	USD 8.901,80	USD 8.990,82	USD 9.080,73	USD 9.171,53	USD 9.263,25	USD 9.355,88	USD 9.449,44
Contador	USD 6.600,00	USD 6.666,00	USD 6.732,66	USD 6.799,99	USD 6.867,99	USD 6.936,67	USD 7.006,03	USD 7.076,09	USD 7.146,85	USD 7.218,32
Asistente contable	USD 4.800,00	USD 4.848,00	USD 4.896,48	USD 4.945,44	USD 4.994,90	USD 5.044,85	USD 5.095,30	USD 5.146,25	USD 5.197,71	USD 5.249,69
Secretaria	USD 4.500,00	USD 4.545,00	USD 4.590,45	USD 4.636,35	USD 4.682,72	USD 4.729,55	USD 4.776,84	USD 4.824,61	USD 4.872,86	USD 4.921,58
Recepcionista	USD 4.500,00	USD 4.545,00	USD 4.590,45	USD 4.636,35	USD 4.682,72	USD 4.729,55	USD 4.776,84	USD 4.824,61	USD 4.872,86	USD 4.921,58
Cajera	USD 4.500,00	USD 4.545,00	USD 4.590,45	USD 4.636,35	USD 4.682,72	USD 4.729,55	USD 4.776,84	USD 4.824,61	USD 4.872,86	USD 4.921,58
Guías	USD 14.880,00	USD 15.028,80	USD 15.179,09	USD 15.330,88	USD 15.484,19	USD 15.639,03	USD 15.795,42	USD 15.953,37	USD 16.112,91	USD 16.274,04
<b>TOTAL</b>	<b>USD 58.620,00</b>	<b>USD 59.206,20</b>	<b>USD 59.798,26</b>	<b>USD 60.396,24</b>	<b>USD 61.000,21</b>	<b>USD 61.610,21</b>	<b>USD 62.226,31</b>	<b>USD 62.848,57</b>	<b>USD 63.477,06</b>	<b>USD 64.111,83</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
Bodeguero	USD 4.500,00	USD 4.545,00	USD 4.590,45	USD 4.636,35	USD 4.682,72	USD 4.729,55	USD 4.776,84	USD 4.824,61	USD 4.872,86	USD 4.921,58
Guardiania	USD 4.500,00	USD 4.545,00	USD 4.590,45	USD 4.636,35	USD 4.682,72	USD 4.729,55	USD 4.776,84	USD 4.824,61	USD 4.872,86	USD 4.921,58
P. Mantenimiento	USD 6.600,00	USD 6.666,00	USD 6.732,66	USD 6.799,99	USD 6.867,99	USD 6.936,67	USD 7.006,03	USD 7.076,09	USD 7.146,85	USD 7.218,32
Publicidad	USD 4.560,00	USD 4.605,60	USD 4.651,66	USD 4.698,17	USD 4.745,15	USD 4.792,61	USD 4.840,53	USD 4.888,94	USD 4.937,83	USD 4.987,20
<b>TOTAL</b>	<b>USD 36.600,00</b>	<b>USD 36.966,00</b>	<b>USD 37.335,66</b>	<b>USD 37.709,02</b>	<b>USD 38.086,11</b>	<b>USD 38.466,97</b>	<b>USD 38.851,64</b>	<b>USD 39.240,15</b>	<b>USD 39.632,56</b>	<b>USD 40.028,88</b>
<b>FIJOS</b>	USD 58.620,00	USD 59.206,20	USD 59.798,26	USD 60.396,24	USD 61.000,21	USD 61.610,21	USD 62.226,31	USD 62.848,57	USD 63.477,06	USD 64.111,83
<b>VARIABLES</b>	USD 36.600,00	USD 36.966,00	USD 37.335,66	USD 37.709,02	USD 38.086,11	USD 38.466,97	USD 38.851,64	USD 39.240,15	USD 39.632,56	USD 40.028,88
<b>C. TOTALES</b>	<b>USD 95.220,00</b>	<b>USD 96.172,20</b>	<b>USD 97.133,92</b>	<b>USD 98.105,26</b>	<b>USD 99.086,31</b>	<b>USD 100.077,18</b>	<b>USD 101.077,95</b>	<b>USD 102.088,73</b>	<b>USD 103.109,62</b>	<b>USD 104.140,71</b>

Elaborado por: la autora.

**Cuadro 37.** Presupuesto Anual de Ingresos, proyectados a 10 años.

**MUSEO ETNOGRÁFICO "AMAZÓNICO DEL ECUADOR"**

**Proyección de ventas 1,05**

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Stands	USD 50.511,13	USD 53.036,68	USD 55.688,52	USD 58.472,94	USD 61.396,59	USD 64.466,42	USD 67.689,74	USD 71.074,23	USD 74.627,94	USD 78.359,33
Artesanías	USD242.453,40	USD254.576,07	USD 267.304,87	USD 80.670,12	USD294.703,62	USD309.438,80	USD324.910,74	USD341.156,28	USD358.214,10	USD376.124,80
Cinematográfica	USD 19.627,18	USD 20.608,54	USD 21.638,97	USD 22.720,91	USD 23.856,96	USD 25.049,81	USD 26.302,30	USD 27.617,41	USD 28.998,28	USD 30.448,20
<b>Ingresos Totales</b>	USD 262.080,58	USD 275.184,61	USD 288.943,84	USD 303.391,03	USD 318.560,58	USD 334.488,61	USD 351.213,04	USD 368.773,69	USD 387.212,38	USD 406.573,00

Elaborado por: la autora.

**Cuadro 38.** Estado de Resultados.

**PLAN DE NEGOCIOS PARA PROPONER LA CREACIÓN DEL MUSEO ETNOGRÁFICO "AMAZÓNICO DEL ECUADOR"**

CONCEPTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
(+) VENTAS	USD262.080,58	USD275.184,61	USD288.943,84	USD303.391,03	USD318.560,58	USD334.488,61	USD351.213,04	USD368.773,69	USD387.212,38	USD406.573,00
COSTOS FIJOS	USD58.620,00	USD59.206,20	USD59.798,26	USD60.396,24	USD61.000,21	USD61.610,21	USD62.226,31	USD62.848,57	USD63.477,06	USD64.111,83
COSTOS VARIABLES	USD36.600,00	USD36.966,00	USD37.335,66	USD37.709,02	USD38.086,11	USD38.466,97	USD38.851,64	USD39.240,15	USD39.632,56	USD40.028,88
(-) COSTOS TOTALES	USD95.220,00	USD96.172,20	USD97.133,92	USD98.105,26	USD99.086,31	USD100.077,18	USD101.077,95	USD102.088,73	USD103.109,62	USD104.140,71
(=) UTILIDAD BRUTA	USD166.860,58	USD179.012,41	USD191.809,92	USD205.285,77	USD219.474,27	USD234.411,44	USD250.135,09	USD266.684,97	USD284.102,76	USD302.432,29
(-) DEPRECIACION	USD2.798,00	USD2.937,90	USD3.084,80	USD3.239,03	USD3.400,99	USD3.571,04	USD3.749,59	USD3.937,07	USD4.133,92	USD4.340,62
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	USD164.062,58	USD176.074,51	USD188.725,12	USD202.046,74	USD216.073,28	USD230.840,40	USD246.385,51	USD262.747,90	USD279.968,84	USD298.091,67
(-) IMPUESTOS	USD16.406,26	USD17.607,45	USD18.872,51	USD20.204,67	USD21.607,33	USD23.084,04	USD24.638,55	USD26.274,79	USD27.996,88	USD29.809,17
(=) UTILIDAD DEL EJERCICIO	USD147.656,32	USD158.467,06	USD169.852,61	USD181.842,06	USD194.465,95	USD207.756,36	USD221.746,96	USD236.473,11	USD251.971,96	USD268.282,50

Elaborado por: la autora.

**Cuadro 39. Flujo de efectivo.**

CONCEPTOS / AÑO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
(+) VENTAS	USD-	USD262.080,58	USD275.184,61	USD288.943,84	USD303.391,03	USD318.560,58	USD334.488,61	USD351.213,04	USD368.773,69	USD387.212,38	USD406.573,00
(+) VALOR DE RESCATE	USD-	USD-	USD-	USD-	USD-	USD-	USD-	USD-	USD-	USD-	USD-
(=) INGRESOS TOTALES	USD-	USD262.080,58	USD275.184,61	USD288.943,84	USD303.391,03	USD318.560,58	USD334.488,61	USD351.213,04	USD368.773,69	USD387.212,38	USD406.573,00
COSTOS FIJOS	USD-	USD58.620,00	USD59.206,20	USD59.798,26	USD60.396,24	USD61.000,21	USD61.610,21	USD62.226,31	USD62.848,57	USD63.477,06	USD64.111,83
COSTOS VARIABLES	USD-	USD36.600,00	USD36.966,00	USD37.335,66	USD37.709,02	USD38.086,11	USD38.466,97	USD38.851,64	USD39.240,15	USD39.632,56	USD40.028,88
(=) COSTOS TOTALES	USD-	USD95.220,00	USD96.172,20	USD97.133,92	USD98.105,26	USD99.086,31	USD100.077,18	USD101.077,95	USD102.088,73	USD103.109,62	USD104.140,71
COMPRA ACTIVO FIJO	USD67.620,00	USD-	USD-	USD-	USD-	USD-	USD-	USD-	USD-	USD-	USD-
COMPRA ACTIVO DIFERIDO	USD1.850,00	USD-	USD-	USD-	USD-	USD-	USD-	USD-	USD-	USD-	USD-
COMPRA CAPITAL DE TRABAJO	USD-	USD-	USD-	USD-	USD-	USD-	USD-	USD-	USD-	USD-	USD-
(=) SALDO FINAL	-USD69.470,00	USD166.860,58	USD179.012,41	USD191.809,92	USD205.285,77	USD219.474,27	USD234.411,44	USD250.135,09	USD266.684,97	USD284.102,76	USD302.432,29

Elaborado por: la autora.

**Cuadro 40. Punto de Equilibrio**

CONCEPTOS / AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTOS TOTALES	USD95.220,00	USD96.172,20	USD97.133,92	USD98.105,26	USD99.086,31	USD100.077,18	USD101.077,95	USD102.088,73	USD103.109,62	USD104.140,71
PUNTO DE EQUILIBRIO USD	USD68.135,20	USD68.393,63	USD68.671,61	USD68.968,46	USD69.283,53	USD69.616,24	USD69.966,04	USD70.332,45	USD70.714,99	USD71.113,24
PUNTO DE EQUILIBRIO %	26%	25%	24%	23%	22%	21%	20%	19%	18%	17%

Elaborado por: la autora.

**Cuadro 41. Análisis de Rentabilidad (VAN, TIR, B/C)**

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DEL MUSEO ETNOGRÁFICO "AMAZÓNICO DEL ECUADOR"						
TASA DE ACTUALIZACION		10%			VAN	USD 1.481.412,18
					TIR 33%	25%
					B/C	2,96
AÑOS	INGRESOS	COSTOS	FLUJO DE EFECTIVO	TASA (1+t)-n	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
AÑO 0	USD-	USD69.470,00	-USD69.470,00	1,00000	USD-	USD69.470,00
AÑO 1	USD262.080,58	USD95.220,00	USD166.860,58	0,90909	USD238.255,07	USD86.563,64
AÑO 2	USD275.184,61	USD96.172,20	USD179.012,41	0,82645	USD227.425,30	USD79.481,16
AÑO 3	USD288.943,84	USD97.133,92	USD191.809,92	0,75131	USD217.087,78	USD72.978,15
AÑO 4	USD303.391,03	USD98.105,26	USD205.285,77	0,68301	USD207.220,16	USD67.007,21
AÑO 5	USD318.560,58	USD99.086,31	USD219.474,27	0,62092	USD197.801,06	USD61.524,81
AÑO 6	USD334.488,61	USD100.077,18	USD234.411,44	0,62092	USD207.691,11	USD62.140,05
AÑO 7	USD351.213,04	USD101.077,95	USD250.135,09	0,62092	USD218.075,67	USD62.761,45
AÑO 8	USD368.773,69	USD102.088,73	USD266.684,97	0,62092	USD228.979,45	USD63.389,07
AÑO 9	USD387.212,38	USD103.109,62	USD284.102,76	0,62092	USD240.428,42	USD64.022,96
AÑO 10	USD406.573,00	USD104.140,71	USD302.432,29	0,62092	USD252.449,84	USD64.663,19
<b>TOTAL</b>	USD-	USD69.470,00	-USD69.470,00	1,00000	USD-	USD69.470,00

Elaborado por: la autora.

**CRITERIO DE DECISIÓN:**

El VAN es mayor a 0 por lo tanto el proyecto es rentable.


La tasa de interés bancaria es al 10% y el TIR al alcanzar el 25% es decir hasta este interés se puede pagar sin problema en el financiamiento siendo el 25% el TIR la inversión rentable B/C al ser el valor mayor de 1, siendo 2,96 el proyecto es rentable

- **Financiamiento**

El Financiamiento, como parte primordial de la propuesta para la Creación del Museo etnográfico “Amazónico del Ecuador”, es el recurso económico clave que se requiere para su posible implementación.

Por lo que se ha considerado que a través de entidades financieras se logre un préstamo para el desarrollo turístico y socio-económico de la ciudad, Nueva Loja – Lago Agrio con una propuesta innovadora que fomente la conservación, rescate y valor del patrimonio cultural del sector Amazónico, según investigación de campo se puede asociar o brinda esta propuesta para que las autoridades pertinente de la ciudad (Alcalde o Prefecto) le de estudio y análisis para incorporar dicho proyecto y hacerlo realidad con el presupuesto del estado que mantienen como Directores de la ciudad, sin embargo existe la opción de generar mencionada propuesta de manera particular para ello se puede generar un préstamo en la entidad financiera más recomendable para este rubro, como es el Banco Nacional del Fomento BNF, que oferta préstamos de categoría de servicios y para crecimiento socio-económico con trámites de poco papeleo y tasa cómodas para su cancelación.

**Gráfico 17.** Simulador de crédito BNF.



**Simulador de crédito**

\* **Tipo de Crédito:** Crédito

\* **Destino:** Productivo

\* **Forma de Pago:** Semestral

**Monto Desde:** \$500.00  
**Monto Hasta:** \$300000.00  
**Taza:** 10.00%  
**Taza Efectiva:** 10.25%  
**Plazo Hasta:** 15 años

\* **Monto Deseado:** 150300.00 Ej: 1234.20

\* **Plazo:** 10 años

\* **Sistema de Amortización:** Capital Fijo

\*Todos los campos con (\*)asterisco son obligatorios

**Cuadro 42.** Amortización de Préstamo financiero, para la Creación del Museo etnográfico "Amazónico del Ecuador".

<b>BANCO NACIONAL DE FOMENTO</b>					
Cuota	Saldo Capital	Capital	Interés	Seguro Desgravamen	Valor a Pagar
1	150,300.00	7,515.00	7,515.00	246.19	15,276.19
2	142,785.00	7,515.00	7,139.25	233.88	14,888.13
3	135,270.00	7,515.00	6,763.50	221.57	14,500.07
4	127,755.00	7,515.00	6,387.75	209.26	14,112.01
5	120,240.00	7,515.00	6,012.00	196.95	13,723.95
6	112,725.00	7,515.00	5,636.25	184.64	13,335.89
7	105,210.00	7,515.00	5,260.50	172.33	12,947.83
8	97,695.00	7,515.00	4,884.75	160.02	12,559.77
9	90,180.00	7,515.00	4,509.00	147.71	12,171.71
10	82,665.00	7,515.00	4,133.25	135.41	11,783.66
11	75,150.00	7,515.00	3,757.50	123.10	11,395.60
12	67,635.00	7,515.00	3,381.75	110.79	11,007.54
13	60,120.00	7,515.00	3,006.00	98.48	10,619.48
14	52,605.00	7,515.00	2,630.25	86.17	10,231.42
15	45,090.00	7,515.00	2,254.50	73.86	9,843.36
16	37,575.00	7,515.00	1,878.75	61.55	9,455.30
17	30,060.00	7,515.00	1,503.00	49.24	9,067.24
18	22,545.00	7,515.00	1,127.25	36.93	8,679.18
19	15,030.00	7,515.00	751.50	24.62	8,291.12
20	7,515.00	7,515.00	375.75	12.31	7,903.06

**SON PAGOS SEMESTRALES POR 10 AÑOS.**

\*Nota: Los montos reflejados en la tabla, son referenciales y se ajustan a las condiciones y capacidad de pago de cada ciudadano.

**Fuente:** <https://www.bnf.fin.ec>

**Elaborado por:** la autora.

Para la elaboración de esta propuesta, fue necesario recursos de tipo: humano, financiero, materiales entre otros, tales como; Director de tesis, Investigadora, computador, impresora, teléfono celular, cámara-filmadora, mobiliario, GPS, libros etc., participantes y gestiones que tornaron de importancia para el desarrollo de esta propuesta PLAN DE NEGOCIOS.

### **6.3. Socializar el Plan de Negocios a las autoridades pertinentes.**

Como parte secuencial del proceso de investigación, se realizó la socialización de la propuesta con el objetivo de dar a conocer su viabilidad para el desarrollo socio-económico y turístico/cultural de la ciudad de Nueva Loja – Lago Agrio.

El día 09:00 am del día 13 de Julio del presente año en curso (2015), en la Sala de Reuniones de la Municipalidad del Cantón Lago Agrio, se suscitó la Socialización del Proyecto de Investigación: PLAN DE NEGOCIOS, MEDIANTE UN ESTUDIO DE MERCADO PARA PROPONER LA CREACIÓN DEL MUSEO ETNOGRÁFICO “AMAZÓNICO DEL ECUADOR” EN LA PARROQUIA NUEVA LOJA, CANTÓN LAGO AGRIO.

De conformidad con la solicitud de invitación que se emitió, se constató con la participación de las autoridades pertinentes, donde se realizó la socialización de la investigación/propuesta que se ha venido ejecutando en un determinado tiempo.

Autoridades presentes; Vinicio Vega (Alcalde del Cantón Lago Agrio), Guido Vargas (Prefecto de la Provincia de Sucumbíos), Esther Castro (Concejal), Evelyn Ormaza (Concejal),

Se expuso la propuesta del proyecto, los diversos rubros significativos que contemplaban el mismo, para la correcta implementación del trativo cultural en la ciudad, mediante varios minutos en una extensa y participativa reunión con criterios, dudas, discusiones y aportaciones hacia el mismo, se concluyó que tomarían el documento legal de Investigación y Propuesta para estudios, análisis y mejoras si fuese el caso, y poder contemplar el proyecto a nivel de gobierno que tan conveniente, factible u sustentable podría llegar a ser para cumplir los



objetivos propuestos en él, como es; Fomentar y Promover la conservación, rescate y el valor cultural de las etnias Amazónicas del Ecuador, logrando mantener el patrimonio cultural y ancestral de nuestros pueblos, generando el fortalecimiento del turismo/cultural e indirectamente al crecimiento socio-económico del sector.

Se concluyó con un resultado favorable, ya que manifiestan que el interés de generar proyectos de esta índole y el correcto desarrollo considerando cada uno de los aspectos que involucra el mismo, pues les agrada ya que mediante esta socialización se logró captar la propuesta de tal modo que les resultada innovador e interesante para la ciudad de Nueva Loja – Lago Agrio, es decir la aceptación de la misma.

Posterior a la reunión, se brindó un coffe break, y a la vez las palabras de agradecimiento, por la acogida, entusiasmo, interés al trabajo expuesto, por la apertura al cambio, y por contribuir las ideas que se propusieron como herramientas y pilares para un desarrollo y crecimiento turístico/cultural, encaminado al Turismo Sostenible y Sustentable para la ciudad.

Se brindó agua mineral con gas, bizcotelas y empanaditas rellenas de carne molida con té. (Adjunto al presente los documentos que respaldan actividad ejecutada de la socialización)

**Cuadro 43.** Gastos del coffe break de la reunión de Socialización del Proyecto.

<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>
<b>2</b>	Caja de Bizcotela	USD 4,50
<b>1</b>	Agua mineral con gas	USD 3,00
<b>10</b>	Empanadas rellenas	USD 0,75
<b>1</b>	Cartón de té	USD 1,00
<b>1</b>	Funda de servilletas	USD 1,00
<b>1</b>	Funda de cucharitas	USD 0,65
<b>1</b>	Funda de platillos pequeños	USD 1,25
<b>1</b>	Funda de vasos plásticos	USD 0,75
<b>TOTAL</b>		<b>USD 19,65</b>

**Elaborado por:** la autora.

## G. DISCUSION

### 7.1. Realizar el diagnóstico situacional del área de estudio.

Para plantear una discusión, es necesario acentuar otras investigaciones, documentos que tengan estudios diferentes o similares al que se está proponiendo en el área y/o sector de estudio, ya que con ello se evidenciara el progreso o situación que se encontraba el área en años anteriores, reflejando en la actualidad el efecto u causa que se ha originado.

Según Milán Kurb, 2005.- La expresión considerada y la más apropiada al realizar o adoptar una investigación, es el de Diagnóstico Situacional por considerarse el aspecto más abarcador, ya que toma en cuenta el ambiente interno, el entorno inmediato y ambiente externo del área de estudio. El principal objetivo es la de proporcionar información específica y fidedigna del sector para así poder aplicar las medidas preventivas o correctivas, según sea el caso del proyecto.

Con respecto al desarrollo situacional se logró investigar por fuentes directas y estudios relevantes que reflejan e identifican la situación actual del sector y área de estudio Nueva Loja – Lago Agrio, tomando datos significativos e idóneos del PDOT del Cantón Lago para el desarrollo del contexto de este proyecto de investigación. Cuyos datos son respaldados y comparados con la investigación de campo actual que se originó, 2015.

Acorde a lo expuesto por el autor, se logró el desarrollo del diagnóstico situacional, utilizándolo como una herramienta para identificar aspectos físicos, climatológicos y servicios básicos con los que cuenta el sector de estudio, mismos que son evaluados y valorados en su condición real y actual para identificar o prever acontecimientos/accidentes futuros.

En cuanto al resultado del Diagnóstico realizado se identificó, que la ciudad Nueva Loja – Lago Agrio, se encuentra ubicada a 297 msnm cuenta con una superficie de 379,8km<sup>2</sup> acompañada de una temperatura promedio de 25°C con

fuertes precipitaciones a lo largo del año, que va desde 2000 a 3000mm., entre los meses de; (marzo, abril, mayo) son lluvias intensas, (enero y febrero) son meses de sequía y los meses de (junio, julio agosto y septiembre) clima variado “sol y lluvia”. La humedad relativa fluctúa entre 77% al 85%, horas promedio del sol es de 3,58 y la nubosidad es de 23,6%. Dotada de servicios básicos, tales como; energía eléctrica, alcantarillado, agua potable, telefonía fija y móvil, sistema vial/transporte, seguridad social calificada como buena, pues casi toda la población tiene acceso a ella. Las principales actividades económicas están relacionadas con la agricultura, ganadería, turismo, explotación de madera, y trabajo en compañías y/o empresas. Su población alcanza los 57.727 habitantes entre 53% (29.017) hombres y 47% (28.710) mujeres. La misma que se distribuye en Población Económicamente Activa (PEA) el 54,41% se mantiene activa, 25,62% población inactiva y el 19,97% no se considera.

No se haya discusión alguna con el autor en cuanto al Diagnóstico situacional, ya que se contempla en la investigación realizada lo expuesto, tampoco se haya inquietud alguna en cuanto a los datos proporcionados por las Instituciones que realizan los adecuados estudios sectoriales periódicamente.

## **7.2. Realizar el Plan de Negocios mediante la aplicación del estudio de mercado.**

Para diseñar un Plan de Negocios; se analiza, se estudia y se interpreta el mercado al cual se va a dirigir (Mercado meta) desarrollando un estudio de mercado óptimo para identificar los aspectos, sectores, ámbitos al cual se necesita abarcar para contemplar y obtener la dirección correcta a la que se quiere llegar “el éxito” y prevenir “el fracaso” del proyecto/propuesta, se determina; la Demanda, Oferta, Competencia, Planta Turística, mismos que contribuyen de forma directa e indirecta al proyecto/propuesta, originando así un entorno viable y factible para la creación.

Según el autor, es una investigación descriptiva (tipo de investigación concluyente que tiene como objetivo principal la descripción de algo,

generalmente las características o funciones del mercado). Describiendo el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor. (MALHOTRA K, 2010 /6ta. Edición).

Tomando como referencia lo suscrito por el autor (MALHOTRA K, 2010 /6ta. Edición), el proceso que se realizó para el desarrollo y modelo de estudio/propuesta para el plan de negocios, se adaptó a lo mencionado en su totalidad, ya que demuestra que en la aplicación son los aspecto más determinantes para visualizar lo cuan factible puede ser el proyecto, describiendo cada uno con sus respectivas especificaciones que conlleve a su desarrollo y aplicación, estableciendo rubros para la toma de decisiones conforme al mercado que se proyecta (turístico/cultural).

Al identificar la Demanda potencial se logró determinar el perfil del turista/visitante (usuario/consumidor), al cual se dirigirá la Oferta de esta propuesta cubriendo la necesidad y logrando la satisfacción, de expandir los conocimientos de ámbito cultural o estudios de cultura ancestral, formando así el desarrollo de un turismo/cultural en el sector de estudio.

Sin embargo existe la posibilidad de obstrucción por parte de algunas comunidades étnicas, ya que manifiestan no estar de acuerdo con la creación de un Museo que trate sobre sus costumbres ancestrales y sus valores; uno porque no se consideran que podrían intermediar en un ambiente fuera del de ello y la otra porque estarían interfiriendo con el crecimiento económico y turístico de sus comunidades ya que mantienen proyectos de Turismo Comunitario en su lugar residencial.

Una vez analizando estos diferentes sectores, ámbitos y aspectos representativos e identificados por medio del estudio de mercado que se originó, se direcciona hacia la construcción o planeación del Plan de Negocios.

Que según (PÉREZ, 2010), es un documento escrito que establece la idea básica que subyace de un negocio determinando aspectos o condiciones que tiene

que ver con su inicio; administración, mercadotecnia, operación y finanzas, con metas identificadas que se convierten en objetivos.

Considerando la definición del autor ya mencionado, se procede a identificar el modelo a aplicar para la debida estructuración del Plan, escogiendo uno que involucre lo expuesto para conllevar una favorable realización como es el Modelo de (LONGENECKER, 2010).

Al considerar y adoptar este modelo al proceso de investigación se tornó significativo y bastante explícito en el contexto de cada una de las áreas que señala, pues siendo así una manera amplia de afrontar cada aspecto para la creación de Museo etnográfico generando complicitad entre cada una de ellas y concluyendo con la dinamización del mismo.

A pesar que el modelo escogido determine, indique e interprete cada área para proponer un Plan de Negocios viable y factible, pues este no obstante no integra un marco legal o formación jurídica al cual pueda recurrir la empresa u organización en casos no favorables, a lo que pueda enfrentar en el transcurso de sus actividades. Sin embargo, es el modelo que plantea muchos proyectos, que hoy en día se han ejecutado con toda probabilidad de éxito.

### **7.3. Socializar el Plan de Negocios a las autoridades pertinentes.**

Conforme a lo realizado, pese a que la parroquia Nueva Loja sea considerada “ciudad en desarrollo turístico” y capital de la Provincia de Sucumbíos, NO consta con proyectos u estudios que determinen interés para ofertar u ofrecer un turismo/cultural, siendo uno de los sectores que mantiene prácticas de comportamiento cultural y lingüístico de grandes asentamientos de grupos humanos de nacionalidades étnicas nativas de la Amazonía, resaltando la Nacionalidad Kichwa con casi el 75.30%, seguido por los Cofánes con un 14.62% y los Shuar con un 10.08%.

Es por ello que se procede a socializar esta propuesta a las autoridades competentes que puedan llevar acabo su realización, ya sea con mejoras pero que involucre la idea emprendedora de desarrollar e incurrir sobre el patrimonio cultural de la Amazonía ecuatoriana, generando e involucrando incidir en un Turismo/cultural siendo el atractivo pionero de este ámbito en el sector.

La socialización del Plan de negocios, mediante el estudio de mercado, para proponer la creación del museo etnográfico “Amazónico del Ecuador”, parroquia nueva Loja del Cantón Lago Agrio, para cual ante la investigación de campo realizada anteriormente se valida toda información que nos proporcionaron al realizar la investigación para de esta forma proceder a la realización de la respectiva socialización, misma que se encuentra aplicada la cual se detalla a continuación:

- Gobierno Autónomo del Cantón Lago Agrio
- Consejo Provincial del Cantón Lago Agrio
- Representantes de los centros culturales
- Moradores en General
- Turistas
- Instituciones educativas
- Representantes de las instituciones públicas y privadas

## H. CONCLUSIONES

- Mediante el diagnóstico situacional que se originó como parte fundamental y primaria de la investigación del área de estudio Nueva Loja – Lago Agrio, determina que el sector se encuentra con las condiciones territoriales, físicas e infraestructura aptas para la implementación de la propuesta mencionada, como es la Creación de un Museo etnográfico “Amazónico del Ecuador”.
- Por medio de la investigación de campo se determina que la ciudad de Nueva Loja – Lago Agrio, aunque esta conforma por un entorno favorable y natural digno la Amazonía ecuatoriana, no mantiene proyectos ni atractivos netamente que involucren un turismo/cultural, excepto las comunidades que desarrollan el turismo comunitario, más solo se enfocan en generar un crecimiento turístico a nivel de atractivos naturales, lo que generó la visión de esta propuesta el proponer; conservar, rescatar y valorar el patrimonio cultural/ancestral de nuestras etnias amazónicas del Ecuador y dinamizar el hábitat en el que conviven, proyecto que asume un diseño participativo para su ejecución, para lo cual se realizó un análisis financiero El VAN es mayor a 0 por lo tanto el proyecto es rentable, siendo la tasa de interés bancaria es al 10% y el TIR al alcanzar el 25%.
- Se concluye que al ver escogido este sector/área como objeto de estudio, según lo expuesto por la socialización que se generó, las autoridades pertinentes se encuentran interesados y claramente acepta el documento del Proyecto/Propuesta, para analizar y determinar mejoras en cuanto a proceder a ejecutarlo lo podrían en consideración al frente de su jerarquía mayor el estado.

## I. RECOMENDACIONES

- Recomendar la actualización del área del diagnóstico situacional conjuntamente para determinar las condiciones actuales del sector, como; aspectos climáticos, económicos, turísticos, sociales y productivos mediante las técnicas de observación e interpretación.
- Implementar este Plan de Negocios para incorporar oferta turística/cultural en Nueva Loja – Lago Agrio y promover la conservación, rescate y valor cultural de las etnias amazónicas aún existentes, logrando así adentrarse en un mercado de patrimonio cultural con atractivo innovador y pionero en el sector para satisfacer necesidades u placeres de esparcimiento, conocimiento, estudios y deguste de la cultura de los pueblos de la Amazonía ecuatoriana, para lo cual se realizó un análisis financiero El VAN es mayor a 0 por lo tanto el proyecto es rentable, siendo la tasa de interés bancaria es al 10% y el TIR al alcanzar el 25%.
- Realizar contantemente socializaciones en referente al Plan de Negocios para incorporar oferta turística/cultural en Nueva Loja – Lago Agrio para fortalecer, conservar el patrimonio cultural del pueblo amazónico



## J. BIBLIOGRAFÍA

ARMSTRONG, K. (2012 /6ta Edición). *Fundamentos del Marketing*. Mexico: McGraw-Hill.

BALLOU, R. H. (2010). *Business Logistics Management*.

BLOOM, K. Y. (2010). *El Marketing de Servicios Profesionales*. España: Paidós Ibérica S.A.

BONTA, F. (2012). *199 Preguntas sobre Marketing y Publicidad*. Colombia: Norma.

CHISNALL. (2011). *La Esencia de la Investigación de Mercados*. Estados Unidos, Libros Castellano: Prentice Hall.

ESTRELLA, C. A. (2009). *Fundamentos del Plan de Negocios*. México: Insituto Tecnológico de Sonora.

FERREL, H. R. (2010 /4ta. Edición). *Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante*. Mexico: McGraw-Hill.

FISCHER LAURA, E. J. (2011 /3era. Edición). *Mercadotécnia*. Estados Unidos, Libros Castellano: Prentice Hall.

FLEITMAN, J. (2010). *Negocios Exitosos*. New York: McGraw-Hill.

GEOFFREY, R. (2011). *Principios de Marketing*. Madrid: Thomson Editores Sapin.

JACOBSON, G. (2010). *Redactando planes de negocios convincentes*. Catedra. Karen Steuer.

JOAQUÍN, R. V. (2010). *Admnsitración de la Pequeña y Mediana empresa*. México: Thomson Editores.

KOTLER PHILIP, B. P. (2010). *El Marketing de Sevicios Profesionales*. España: EDICIONES Paidós Ibérica S.A.

- KOTLER, A. C. (2012). *Marketing*. Mexico: PEARSON EDUCACIÓN.
- LONGENECKER, M. Y. (2010). *Administración de pequeñas empresas*. México: international Thomson Editores.
- MALHOTRA K, N. (2005 /6ta. Edición). *Investigación de Mercados un enfoque práctico*. México: Prentice-Hall Hispanoamericana.
- MANKIWI, G. (2012 /3ra Edición.). *Principios de Economía*. Mexico: McGraw-Hill.
- McCARTHY, P. (2011 /15a. Edición). *Marketing Planeacion Estrategica de la Teoria a la Practica,*. Bogotá: McGraw-Hill.
- NARESH, M. (2010, 6ta. Edición). *Investigación de Mercados Un enfoque práctico*. Mexico: Prentice-Hall Hispanoamericana.
- OSORIO, D. V. (2013). *Introducción a las Competencias*. Colombia: Artes Gráficas Tizan Ltda.
- PÉREZ, S. (2010). *DEL OCIO DEL NEGOCIO*. MÉXICO: PEARSON PRENTICE HALL.
- RICHARD, S. L. (2010). *Mercadotecnia*. Compañía Editorial Continental.
- ROMERO, R. (2011). *Marketing*. Mexico: Editora Palmir E.I.R.L.
- STANTON, E. Y. (2012 /13a. Edición). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana.
- SUSMAN, J. (2011 /5ta. Edición). *El Poder de la Promoción*. Mexico: Prentice Hall Hispanoamerica S.A.


#### **ENLACES:**

- <http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>
- <https://es.scribd.com/doc/50460532/Definicion-Estudio-de-mercado>
- [http://ucvvirtual.edu.pe/campus/HDVirtual/700426364/Teor%C3%ADa\\_Pdf/7000001834/Proyectos\\_03.pdf](http://ucvvirtual.edu.pe/campus/HDVirtual/700426364/Teor%C3%ADa_Pdf/7000001834/Proyectos_03.pdf)

- <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/publicidad-definicion-concepto.html>
- [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lad/varela\\_b\\_r/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/varela_b_r/capitulo2.pdf)
- [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lad/rosas\\_r\\_f/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/rosas_r_f/capitulo2.pdf)
- [http://biblioteca.itson.mx/oa/ciencias\\_administrativa/oa1/plan\\_negocios/index.htm](http://biblioteca.itson.mx/oa/ciencias_administrativa/oa1/plan_negocios/index.htm)
- <http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2015/01/guia-metodologica-turismo-cultural.pdf>
- <http://logisticarentable.blogspot.com/2012/07/top-15-definiciones-autores.html>
- <http://issuu.com/carbed/docs/lagoagrio>

## K. ANEXOS

### Anexo 1. Formato de encuesta aplicada.

 <i>Universidad Nacional de Loja</i> <small>En los tesoros de la sabiduría, está la glorificación de la vida.</small>	
<b>ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA</b> <b>CARRERA ADMINISTRACIÓN TURÍSTICAS</b>	
<p><b>OBJETIVO:</b> Determinar si es viable un Plan de Negocios, mediante un estudio de mercado para proponer la Creación del Museo etnográfico “Amazónico del Ecuador”, en Nueva Loja – Lago Agrio.</p> <p><b>INSTRUCCIONES:</b> Lea detenidamente las preguntas que se encuentran a continuación y ponga una (x) en la respuesta que usted considere de su elección.</p> <p><b>EDAD</b> _____ <b>SEXO</b> _____</p> <p><b>TURISTA NACIONAL</b> ( )</p> <p><b>TURISTA EXTRANJERO</b> ( )</p> <p><b>TURISTA LOCAL</b> ( )</p> <p><b>AUTORIDAD DEL PROYECTO:</b> Reciba un cordial saludo, somos estudiantes de la Universidad Nacional de Loja (UNL), Modalidad a Distancia de la carrera de Administración Turística, estamos realizando esta encuesta como parte de nuestro Proyecto de trabajo de Titulación, como requisito previo para optar por el TÍTULO de Ingeniería en Administración Turística.</p> <p>La información recolectada es estrictamente confidencial y será utilizada únicamente con fines académicos. Le agradeceremos brindarnos un minuto de su tiempo y responder las siguientes preguntas:</p> <p><b>1. ¿Conoce usted lo que es un Museo etnográfico?</b></p> <p>Si ( ) No ( )</p> <p><b>2. ¿Estaría usted de acuerdo con la creación de un Museo etnográfico “¿Amazónico del Ecuador”, en Nueva Loja – Lago Agrio?</b></p> <p>De acuerdo ( ) No de acuerdo ( )</p> <p><b>3. ¿Cree usted que con la creación del Museo etnográfico “¿Amazónico del Ecuador”, beneficiaría al crecimiento económico en la población de Nueva Loja – Lago agrio?</b></p> <p>Si ( ) No ( )</p> <p><b>4. ¿Considera usted que el diseño del Museo etnográfico se debe distribuir por áreas de exhibición o debe ser de diseño expandido (tipo explanada) para su observación entorno a su contexto?</b></p> <p>Por áreas ( ) Explanada ( )</p> <p><b>5. ¿Estaría usted de acuerdo que se cancele un valor monetario por el ingreso al Museo etnográfico?</b></p> <p>De acuerdo ( ) No de acuerdo ( )</p> <p><b>6. ¿Estaría de acuerdo que en el Museo etnográfico participen directamente personajes que sean de la misma etnia amazónica que represente en toda su plenitud?</b></p> <p>De acuerdo ( ) No de acuerdo ( )</p> <p><b>7. ¿Para usted cual sería el sector apropiado para la implementación y creación del Museo etnográfico “Amazónico del Ecuador” en Nueva Loja –Lago Agrio?</b></p>	

Norte ( )	Centro ( )	Sur ( )	Fuera ( )
<b>8. ¿Le gustaría a usted que las Instituciones tanto públicas como privadas participen y presten sus servicios económicos, sociales y comunitarios para la implementación y desarrollo del Museo etnográfico "Amazónico del Ecuador"?</b>			
Si ( )		No ( )	
<b>9. ¿Usted cree que con la creación de este Museo etnográfico "Amazónico del Ecuador" se contribuirá a la conservación, rescate y valor cultural de las diferentes etnias existentes en el sector amazónico?</b>			
Si ( )		No ( )	
<b>10. ¿Cuáles de las siguientes etnias amazónicas usted conoce o identifica?</b>			
a) Cofán	( )		
b) Secoya	( )		
c) Kichwas	( )		
d) Siona	( )		
e) Shuar	( )		
f) Achuar	( )		
g) Huaorani	( )		
h) Tagaeri	( )		
<b>11. ¿Cuánto usted consideraría cancelar por el ingreso al Museo etnográfico, una vez informado sobre el producto/servicio turístico a ofertar?</b>			
a) ADULTOS	2.00 ( )	2.50 ( )	3.00 ( )
b) NIÑOS	0.50 ( )	0.75 ( )	1.00 ( )
c) ESTUDIANTES	1.00 ( )	1.50 ( )	1.75 ( )
<b>12. ¿Usted cree conveniente socializar este Proyecto a las autoridades pertinentes para su aplicación?</b>			
Si ( )		No ( )	Tal vez ( )
<b>¡Gracias por su colaboración!</b>			
Att. Mirian Zambrano <b>LA INVESTIGADORA</b>			

**Elaborado por:** la autora.

## Anexo 2. Ficha técnica de identificación del proyecto/propuesta.

<b>Nombre:</b> Propuesta para proponer el Plan de Negocios para la Creación del Museo etnográfico "Amazónico del Ecuador"		<b>Código:</b> .....
		<b>Fecha:</b> 22 de Mayo del 2015
<b>Localización del Proyecto:</b>		
Provincia:	Sucumbíos	
Cantón:	Lago Agrio	
Parroquia:	Nueva Loja	
Comunidad:	_____	
<b>Auspiciado por:</b>		
Ministerio de Turismo		<input type="checkbox"/>
Gobierno Provincial:		<input type="checkbox"/>
Gobierno Municipal:		<input type="checkbox"/>
Proyecto de Investigación:		<input checked="" type="checkbox"/>
Otros:		<input type="checkbox"/>
<b>Tipo de Proyecto:</b>		
Abastecimiento de agua		<input type="checkbox"/>
Agricultura y ganadería		<input type="checkbox"/>
Protección Áreas Naturales		<input type="checkbox"/>
Educación		<input type="checkbox"/>
Redes de servicios básicos		<input type="checkbox"/>
Industria y comercio		<input type="checkbox"/>
Minería e Hidrocarburos		<input type="checkbox"/>
Salud		<input type="checkbox"/>
Ambiental / Turismo		<input checked="" type="checkbox"/>
Vialidad y Transporte		<input type="checkbox"/>
Otros:		<input type="checkbox"/>
<b>Descripción resumida del Proyecto:</b> El proyecto consiste en proponer la creación de un Museo etnográfico que promueva las etnias culturales y ancestrales de la Amazonía ecuatoriana, con el fin de fomentar y fortalecer el turismo/cultural dentro del sector de estudio, siendo una propuesta innovadora y pionera de este ámbito con el único objetivo de conservar, recatar y valora a los etnias amazónicas generando adentrarse a un mercado cultural.		
<b>Nivel de los estudios técnicos del Proyecto:</b>		
Emprendimiento		<input checked="" type="checkbox"/>
Factibilidad		<input type="checkbox"/>
Definitivo		<input type="checkbox"/>
<b>Característica de la Población:</b>		
Colonos		<input type="checkbox"/>
Indígenas		<input checked="" type="checkbox"/>
Negros		<input type="checkbox"/>
Mestizos		<input type="checkbox"/>
Otros		<input type="checkbox"/>
Especifique etnia: <u>Cofán, Kichwa, Shuar, Achuar, Siona, Secoya, Huaorani y Tagaeri.</u>		
<b>Categoría del Proyecto:</b>		
Construcción		<input checked="" type="checkbox"/>
Adecuación		<input type="checkbox"/>
Ampliación o mejoramiento		<input type="checkbox"/>
Mantenimiento		<input checked="" type="checkbox"/>
Equipamiento		<input checked="" type="checkbox"/>
Capacidad Apoyo		<input type="checkbox"/>
Otro		<input type="checkbox"/>

**Elaborado por:** la autora.

### Anexo 3. Características del área de estudio.

<b>LOCALIZACIÓN:</b>
<b>Región Geográfica:</b> <input type="checkbox"/> Costa <input type="checkbox"/> Sierra <input checked="" type="checkbox"/> Oriente <input type="checkbox"/> Insular
<b>Coordenadas:</b> <input checked="" type="checkbox"/> Geográficas <input type="checkbox"/> UTM Superficie del área de influencia directa
<b>ALTITUD Y CLIMA:</b>
<b>Altitud:</b> <input type="checkbox"/> A nivel del mar <input type="checkbox"/> Entre 0 y 500 msnm. <input type="checkbox"/> Entre 501 y 2300 msnm. <input type="checkbox"/> Entre 2301 y 3000 msnm. <input checked="" type="checkbox"/> Entre 3001 y 4000 msnm. <input type="checkbox"/> Más de 4000 msnm.
<b>Temperatura:</b> <input type="checkbox"/> Cálido Seco (0-500 msnm) <input checked="" type="checkbox"/> Cálido Húmedo (0-500 msnm) <input type="checkbox"/> Subtropical (500-2300 msnm) <input type="checkbox"/> Templado (2300-3000 msnm) <input type="checkbox"/> Frio (3000-4500 msnm) <input type="checkbox"/> Glaciar Menor a 0°C en altitud (>4500 msnm)
<b>OCUPACIÓN ACTUAL DEL ÁREA DE INFLUENCIA:</b>
<input checked="" type="checkbox"/> Asentamientos humanos <input type="checkbox"/> Área agrícola o ganadera <input type="checkbox"/> Área ecológica protegida <input checked="" type="checkbox"/> Bosques naturales <input type="checkbox"/> Manglares <input type="checkbox"/> Zonas Arqueológicas <input type="checkbox"/> Zonas con riqueza hidrocarburífera <input type="checkbox"/> Zonas con riqueza mineras <input checked="" type="checkbox"/> Zonas con potencial turístico <input checked="" type="checkbox"/> Zonas de Valor Históricas, culturas o religioso <input type="checkbox"/> Zonas escénicas únicas <input type="checkbox"/> Zonas inestables con riesgos sísmicos <input type="checkbox"/> Zonas reservadas por seguridad Nacional <input type="checkbox"/> Otra:
<b>PENDIENTE DEL SUELO:</b>
<input type="checkbox"/> <b>Llano:</b> El terreno es plano. Las pendientes son menores que el 30%. <input checked="" type="checkbox"/> <b>Ondulado:</b> El terreno es ondulado. Las pendientes son suaves (entre 30% y 100%) <input type="checkbox"/> <b>Montañoso:</b> El terreno es quebrado. Las pendientes son mayores al 100%.
<b>IPO DE SUELO:</b>
<input checked="" type="checkbox"/> Arcilloso <input checked="" type="checkbox"/> Lodoso <input checked="" type="checkbox"/> Areno <input checked="" type="checkbox"/> Rocoso <input type="checkbox"/> Saturado

CALIDAD DEL SUELO:		
<input type="checkbox"/> Fértil <input checked="" type="checkbox"/> Semi-Fértil <input type="checkbox"/> Erosionado <input checked="" type="checkbox"/> Saturado <input type="checkbox"/> Otro		
CATEGORIAS DE USO ACTUAL	SUPERFICIE (ha)	PORCENTAJE (%)
Bosque natural	173.885,49	55.32
Bosque secundario	11.541,16	13.67
Arboricultura tropical	322,15	0.15
Bosque intervenido	15.425,33	4.91
Zona Urbana	2.065,41	19.66
Vegetación arbustiva	372,19	1.12
Cuerpos de Agua	3.307,24	1.71
Pasto Cultivado	10.692,03	3.40
Arena	1.316,94	0.42
<b>TOTAL</b>	<b>218.927,94</b>	<b>100,00</b>
PERMEABILIDAD DEL SUELO:		
<input type="checkbox"/> <b>Altas:</b> El agua se infiltra fácilmente en el suelo. Los charcos de lluvia desaparecen rápidamente. <input checked="" type="checkbox"/> <b>Medias:</b> El agua tiene ciertos problemas para infiltrarse en el suelo. Los charcos permanecen algunas horas después que ha llovido <input type="checkbox"/> <b>Bajas:</b> El agua queda detenida en charcos por espacios de días. Aparecen aguas estancadas.		
CONDICIONES DRENAJE:		
<input type="checkbox"/> <b>Muy Buenas:</b> No existen estancamientos de agua, aún en época de lluvia. <input checked="" type="checkbox"/> <b>Buenas:</b> Existen estancamiento de agua que se forman durante las lluvias, pero que desaparecen a las pocas horas de cesar las precipitaciones <input type="checkbox"/> <b>Malas:</b> Las condiciones son malas. Existe estancamiento de agua, aún en épocas cuando no llueve.		
HIDROLOGÍA:		
<input type="checkbox"/> Agua Superficial <input checked="" type="checkbox"/> Agua Subterránea <input type="checkbox"/> Agua de mar <input checked="" type="checkbox"/> Agua de río <input type="checkbox"/> Ninguna		
PRECIPITACIONES:		
<input type="checkbox"/> <b>Altas:</b> Lluvias fuertes y constantes. <input checked="" type="checkbox"/> <b>Medias:</b> Lluvia en época invernal o esporádica. <input type="checkbox"/> <b>Bajas:</b> Casi no llueve en la zona.		
AIRE:		
<input type="checkbox"/> <b>Puro:</b> No existen fuentes contaminantes que lo alteren. <input checked="" type="checkbox"/> <b>Bueno:</b> El aire es respirable, presenta malos olores en forma esporádica o en alguna época del Año. Se presentan contaminaciones leves. <input type="checkbox"/> <b>Malo:</b> El aire ha sido poluído. Se presentan constantes enfermedades bronquio respiratorias. Se Verifica irritación en ojos, mucosas y garganta.		

Elaborado por: la autora.



#### Anexo 4. Características de ámbito social y Cultural.

<b>NIVEL DE CONSOLIDACIÓN DEL ÁREA DE INFLUENCIA:</b>
<input checked="" type="checkbox"/> Urbana <input type="checkbox"/> Periférica <input type="checkbox"/> Rural <input type="checkbox"/> Otra
<b>TAMAÑO DE POBLACIÓN:</b>
<input type="checkbox"/> Entre 0 y 1000 hab. <input checked="" type="checkbox"/> Entre 1001 y 10000 hab. <input type="checkbox"/> Entre 10001 y 100000 hab. <input type="checkbox"/> Más de 100001 hab.
<b>INFRAESTRUCTURA SOCIAL:</b>
<b>Abastecimiento de agua:</b> <input checked="" type="checkbox"/> Agua potable <input type="checkbox"/> Conexión domiciliaria <input type="checkbox"/> Agua Lluvia <input type="checkbox"/> Grifo publico <input type="checkbox"/> Servicio permanente <input type="checkbox"/> Racionado <input type="checkbox"/> Tanquero <input type="checkbox"/> Acarreo natural <input type="checkbox"/> Ninguno
<b>Evacuación de aguas servidas:</b> <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado sanitario <input type="checkbox"/> Alcantarillado pluvial <input type="checkbox"/> Fosas sépticas <input type="checkbox"/> Letrinas <input type="checkbox"/> Ninguno
<b>Electrificación:</b> <input checked="" type="checkbox"/> Red energía eléctrica <input checked="" type="checkbox"/> Plantas eléctricas <input type="checkbox"/> Ninguno
<b>Medio de Transporte:</b> <input checked="" type="checkbox"/> Terrestre <input type="checkbox"/> Fluvial <input type="checkbox"/> Marítimo <input checked="" type="checkbox"/> Aéreo <input type="checkbox"/> Otro
<b>CARACTERÍSTICAS SOCIO-CULTURAL</b>
<b>Lengua:</b> <input checked="" type="checkbox"/> Español <input checked="" type="checkbox"/> Nativa <input type="checkbox"/> Europea <input type="checkbox"/> Otra
<b>Tradiciones:</b> <input checked="" type="checkbox"/> Ancestrales <input checked="" type="checkbox"/> Religiosas <input checked="" type="checkbox"/> Populares <input type="checkbox"/> Otra

**Aprovechamiento y uso de la tierra:**

- Residencial
- Comercial
- Recreacional
- Baldío
- Otro

**Medio perceptual:**

- Zonas con valor paisajístico
- Zonas con atractivos turísticos
- Zonas Productivas
- Ninguna

**Tendencia de tierra:**


- Terreno privado
- Terreno municipal
- Terreno estatal
- Terreno comunal
- Otro

**Organización Social:**

- Primer grado:** Comunal y Barrial.
- Segundo grado:** Pre-cooperativas & Cooperativas.
- Tercer grado:** Asociaciones, Federaciones o Uniones.
- Otra

**Elaborado por:** la autora.

## Anexo 5. Ficha Técnica Cultural de la etnia Cofán.

INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL FICHA DE TÉCNICA CULTURAL A1 TRADICIONES Y EXPRESIONES ORALES		CÓDIGO
		IM-2101-50-005-15-000001
<b>1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>		
<b>Provincia:</b> Sucumbios	<b>Cantón:</b> Lago Agrio	
<b>Parroquia:</b> Dureno	<b>Urbana</b> <input type="checkbox"/>	<b>Rural</b> <input checked="" type="checkbox"/>
<b>Localidad:</b> Comunidad Cofán Dureno		
<b>Coordenadas WGS84 Z17S-UTM:</b> X (Este) 82° 45'49.919" Y (Norte) 0° 3'34.176" Z (Latitud)		
<b>2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>		
		
<b>Descripción de la fotografía:</b> Etnia Cofán <b>Foto:</b> GAD CANTÓN LAGO AGRIO. JPG, 2015.		
<b>Código fotográfico:</b> IM-01-0111-000-05-000009_1.jpg		
<b>3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>		
<b>Denominación</b>	<b>Otra (s) denominación (es)</b>	
A'Í COFÁN	D1	
	D2	
<b>Grupo social</b>	<b>Lengua (s)</b>	
INDIGENA	L1	A'ÍNGAE
	L2	ESPAÑOL
<b>Sub ámbito</b>	<b>Detalle del sub ámbito</b>	
ETNIA COFÁN	CULTURA ANCESTRAL	
<b>Breve reseña</b>		
<p>Los A'í son conocidos comúnmente como Cofanes, pero ellos no se identifican como tal denominación. A'í significa "Gente de Verdad"; fueron conocidos desde la conquista, frente a la invasión español, se mostraron indómitos, bélicos por lo cual no fue posible fijar en sus territorios un poblado español.</p> <p>Los A'í que actualmente viven en Ecuador proceden del poblado de Santana, lugar que se dividió en dos, después de la muerte del jefe y ante las discrepancias entre los hermanos Gregorio y Guillermo Quenamá. Un grupo se dirigió hacia arriba y formó Dovuno; el otro hacia abajo y formó Dureno, en este mismo tiempo existía el grupo A'í Sinangue, que se mantuvo fuera del alcance de la misión capuchina de Colombia.</p> <p>Durante el proceso de colonización los A'í tuvieron poco contacto con el mundo exterior, hasta la década de los 50, en la que ocurre la llegada de ILV y el arribo de las petroleras.</p>		
<b>4. DESCRIPCIÓN</b>		
<p><b>Mitos y Creencias:</b> Los A'í tienen como divinidad suprema a Chiga. El creador del mundo, pero también es su ordenador, es un dios civilizador y organizador del mundo social. Las normas, los tabúes, etc. Son implantados por Chiga. Es un dios omnipotente "no es hecho de nada".</p>		

El Cocoya es el que se opone a Chiga. En la mitología aì no se ha identificado el origen del hombre, pero si hay narraciones sobre el surgimiento de la mujer. Dicen que inicialmente solo había tres hombres pero que uno de ellos, después de acostarse con otro, se convirtió en mujer.

En las culturas amazónicas, la mitología cuenta que los animales eran inicialmente hombres, pero Chiga los fue convirtiendo, de acuerdo a sus características personales, en determinado tipo de animal. Por ejemplo, a un hombre que solía llevar un collar blanco y rojo le convirtió en tucán; a otro que hablaba gritando le convirtió en guacamaya; a otro que pintó su cushma lo convirtió en tigre; al que miraba mucho lo trasformo en venado etc.

Los Cofánes hablan de tres dioses o tres Chigas:

- Chiga, es el Creador (Dios)
- Cosesu Chiga, la Luna que alumbra de noche
- Coeje Chiga, es el Sol que ilumina durante el día.

Narración (versión 1)					
Estructura <input type="checkbox"/>		Prosa <input checked="" type="checkbox"/>		Otro <input type="checkbox"/>	
<b>FECHA O PERÍODO</b>		<b>Fecha o período</b>			
X	Anual	Reciben turistas/visitantes durante todos los días del año.			
	Continua				
	Ocasional				
	Otra				
<b>ALCANCE</b>		<b>Detalle del alcance</b>			
X	Local	Su alcance, aunque no es extremadamente en grandes cantidades pues posee y engloba todo, ya sea; Local, Regional, Nacional e Internacional... ya que son conocidos por su cultural ancestral y por sus costumbres que aun la mantiene intacta sin aculturizarse.			
X	Provincial				
X	Regional				
X	Nacional				
X	Internacional				
<b>USO SIMBÓLICO</b>		<b>Descripción del uso simbólico</b>			
X	Ritual	Rito del Yagué: Este rito, empieza a las seis de la tarde con la preparación y uso del yagé (ayahuasca sustancia alucinógena). La puntualidad es muy importante. El proceso de la cocción del yagé empieza a las seis de la mañana y ya a las seis de la tarde la bebida debe de estar lista.			
	Festivo	El Hilano es el curaca (Jefe) del grupo de Siona, é es el encargado de revolver este líquido café-coloreado. La persona que desee beber esto y encontrar la sabiduría debe tener la voluntad, además de mucho valor ya que se tiene que resistir un gran sufrimiento porque este alucinógeno causa demandas en el cuerpo y en algunos casos puede causar desórdenes fisiológicos.			
	Lúdico				
	Narrativo				
	Otro				
<b>5. PORTADORES/SOPORTES</b>					
<b>Tipo</b>	<b>Nombre</b>	<b>Edad/Tiempo de actividad</b>	<b>Cargo, función o actividad</b>	<b>Dirección</b>	<b>Localidad</b>
Individuos	Jose Criollo		Presidente	Comunidad	Dureno
Colectividades	Caiman		Proyecto	Nacional	Sucumbíos
Instituciones	Feince		Organización	Cantón	Lago Agrio
<b>Procedencia del saber</b>		<b>Detalle de la procedencia</b>			
X	Padres-hijos	Tradición ancestral.  Por lo regular el jefe es el Chamán y como el oficio de Chamán es transmitido de padres a hijos el poder político también.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro capacitación				
	Otro				
<b>Transmisión del saber</b>		<b>Detalle de la transmisión</b>			
X	Padres-hijos	Pasa como herencia ancestral, como puede aprender dependiendo del Chamán mayor para su aprobación y permiso.			
X	Maestro-aprendiz				
	Centro capacitación				
	Otro	El joven que tiene interés en adquirir este conocimiento y práctica debe pasar por una serie de pruebas muy duras como ayunos y abstinencias, además de observar una serie de tabúes.			
<b>6. VALORACIÓN</b>					

Importancia para la comunidad				
<p>Los A'l tienen una estructura clánica, cada unidad territorial está unida por lazos de parentesco, se toma en cuenta la línea paterna. Tradicionalmente eran polígamos, pero por la influencia de los misioneros se convirtieron en monógamos, son exógamos del clan y frecuentemente de etnia, en forma recurrente se casan con mujeres Sionas.</p> <p>Actualmente se están enfocando a incurrir al ámbito y crecimiento turístico, ya no solo cultural se organizan para proyectos de esparcimiento y recreación sin afectar su visión que es mantener, conservar y proteger el hábitat donde conviven.</p>				
Sensibilidad al cambio				
	Alta			
X	Media			
	Baja			
7. INTERLOCUTORES				
Apellidos y nombres	Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Información reservada				
8. ELEMENTOS RELACIONADOS				
Ámbito	Sub ámbito	Detalle del sub ámbito	Código/Nombre	
9. ANEXOS				
Textos		Fotografías	Video	Audio
10. OBSERVACIONES				
<p>Como artesanía utilitaria se encuentra la construcción de canoas y remos, que se hace de canelo, cedro o chuncho tallado.</p> <p>Como artesanía decorativa se encuentra coronas de plumas, collares, pulseras, abanicos; para su elaboración utilizan plumas de aves, colmillos de animales, chambira y algunos coleópteros (cachos) de colores.</p>				

Elaborado por: la autora.

## Anexo 6. Ficha Técnica Cultural de la etnia Kichwa.

INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL FICHA DE TÉCNICA CULTURAL A1 TRADICIONES Y EXPRESIONES ORALES		CÓDIGO
		IM-2201-50-005-15-000002
<b>1. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>		
Provincia:	ORELLANA	Cantón: JOYA DE LOS SACHAS
Parroquia:	LAGO SAN PEDRO	Urbana <input type="checkbox"/> Rural <input checked="" type="checkbox"/>
Localidad:	LAGO SAN PEDRO	
Coordenadas WGS84 Z17S-UTM: X (Este) 0° 18' 0" S. / 76° 51' 0" W Y (Norte) E283599 Z (Latitud)		
<b>2. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>		
		
Descripción de la fotografía: Etnia Kichwa Foto: GAD CANTÓN LAGO AGRIO. JPG, 2015		
Código fotográfico: IM-01-0111-000-05-000010_1.jpg		
<b>3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>		
Denominación	Otra (s) denominación (es)	
RUNAS	D1	
	D2	
Grupo social	Lengua (s)	
INDIGENA	L1	RUNA SHIMI
	L2	ESPAÑOL
Sub ámbito	Detalle del sub ámbito	
KICHWA DE LA AMAZONÍA	CULTURA ANCESTRAL	
<b>Breve reseña</b>		
<p>Ancestralmente estuvieron organizados en "ayllus", que son grupos residenciales basados en el parentesco; en Napo se los denominaba también "muntum". Entre los miembros de los distintos grupos locales de parentesco realizaban intercambios de bienes, servicios y conocimientos, así como procesos de ayuda mutua como expresión de formas de reciprocidad equilibrada. Por lo general, cada grupo local de parentesco tenía un "yachak" como autoridad política y ritual.</p> <p>Los Kichwas del Napo se asientan en las provincias de Napo, Orellana y Sucumbíos, en las cuencas de los ríos Napo, Aguarico, San Miguel, Putumayo y en zonas urbanas de sus capitales provinciales Tena, Puerto San Francisco de Orellana (Coca) y Nueva Loja, así como en territorio peruano y colombiano.</p> <p>En la margen izquierda del río Napo limitan con territorio de la nacionalidad Huaorani. Los Napo-Kichwa o Napo Runas, Provincia de Orellana, cantón Orellana, parroquias Puerto San Francisco de Orellana, Dayuma, Taracoa, El Edén, García Moreno, Nuevo Paraíso, San José de Guayusa, San Luis de Armenia; cantón Aguarico, parroquias Nuevo Rocafuerte, Capitán Augusto Rivadeneira, Santa María de Huiririma y Tiputini; cantón La Joya de los Sachas, parroquias Joya de los Sachas, Pompeya, San Carlos y San Sebastián del Coca; cantón Loreto, parroquias Loreto, Ávila, Puerto Murialdo, San José de Payamino, San José de Dahuano.</p> <p>En la actualidad, la base de su estructura socio-política es la familia. La unidad de familias constituye el "ayllu"</p>		

que es el máximo asentamiento territorial; la unión de ayllus conforma clanes territoriales. Tradicionalmente la base de los clanes era la descendencia desde un antepasado totémico, generalmente un animal sagrado como el puma o el jaguar y se encontraban adscritos a un tronco de parentesco fuertemente unido en relación con sus shamanes fundadores; hoy, esos lazos de parentesco se identifican con un apellido.

Por otra parte, el sistema de parentesco tiene que ver con el tipo de interacciones establecidas con otros pueblos. Los Kichwa que descienden de los Quijos tienen un sistema más parecido al de los Kichwa serranos, mientras que los Canelos tienen rasgos más parecidos a los de los Shuar y Achuar.

La norma culturalmente establecida en relación con el número de cónyuges es la monogamia. Está permitido además el matrimonio bilateral entre primos cruzados. En cuanto al tipo de alianza, es una práctica ancestral entre los Kichwa Amazónicos los matrimonios exógamos (fuera del grupo) con los Shuar, Achuar y miembros de otras nacionalidades. Esta estrategia les ha permitido extenderse por toda la Amazonía, a través de un proceso de Kichwización muy marcado.

La residencia es patrilocal, es decir, la esposa se traslada a vivir en la casa de los padres del esposo y es considerada parte de esa familia. Se acostumbra un período de prueba en el que el novio debe trabajar en la casa de su futuro suegro por un corto tiempo; una vez contraído el matrimonio la regla patriarcal se cumple.

La población fluctúa, según diversas fuentes, entre 60 000 y 100 000 personas que se encuentran en proceso expansivo, organizadas en alrededor de 438 comunidades. Según las estimaciones actuales del CODENPE son 80.000 habitantes en Ecuador.

#### 4. DESCRIPCIÓN

Los actuales Runa, Kichwa Amazónicos, son el resultado de un antiguo, complejo y paulatino proceso de relaciones interétnicas con los ancestrales habitantes de la región: Quijos, Záparas, Omaguas, Tucanos, Shuar, Achuar, Siona Secoya e inclusive Kichwa de la Sierra. Hoy se experimenta una expansión del proceso de Kichwización en la Amazonía, para el cual han utilizado como estrategias la migración voluntaria o forzada y las relaciones matrimoniales con los otros grupos.

La identidad Kichwa se presenta como un múltiple sistema de contrastes: por un lado, una identidad común cuya adscripción y pertenencia está en el espacio estrictamente interétnico solo de los Runas; por otro, una identidad que está más allá de las divisiones étnicas locales.

El concepto Runa pura define un conjunto de pueblos indígenas no Kichwa como los Zápara, los Shuar, los Achuar, con quienes afianza relaciones a través de lazos de parentesco, resultantes de las alianzas matrimoniales que establecen.

A pesar de los continuos intentos de asimilación y desestructuración de su cultura desde tiempos coloniales hasta el presente, los Runas Amazónicos, lejos de asimilarse o extinguirse, se han mantenido. Por el contrario, el proceso de Kichwización se extendió por otros espacios de la Región Amazónica, maduró la conciencia de la necesidad de luchar por la reafirmación y revitalización de su identidad y su cultura, abriendo un proceso de etnogénesis que los ha llevado a reivindicar su derecho a autoreconocerse como Nacionalidad Kichwa de la Amazonía.

Narración (versión 1)		
Estructura <input checked="" type="checkbox"/>		Prosa <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/>
<b>FECHA O PERÍODO</b>		<b>Fecha o período</b>
X	Anual	Reciben turistas/visitantes durante todos los días del año.
	Continua	
	Ocasional	
	Otra	
<b>ALCANCE</b>		<b>Detalle del alcance</b>
X	Local	Su alcance, aunque no es extremadamente en grandes cantidades pues posee y engloba todo, ya sea; Local, Regional, Nacional e Internacional... ya que son conocidos por su cultural ancestral y por sus costumbres que aun la mantienen
X	Provincial	
X	Regional	
X	Nacional	
X	Internacional	
<b>USO SIMBÓLICO</b>		<b>Descripción del uso simbólico</b>
X	Ritual	Los ritos funerarios son igualmente importantes, el temor que tienen al aya o alma del muerto, exige la realización de un ritual, a fin de
X	Festivo	

	Lúdico	espantarlo y alejarlo; así: después de que se saca al muerto del hogar donde habitó, la casa es ortigada, se barren los caminos también con ortiga, para que el alma se aleje y no haga daño.				
X	Narrativo					
X	Otro					
		<p>Para el matrimonio, los novios deben realizar un ritual de tres momentos: el de petición de mano; la pactachin o cumplimiento de las obligaciones; y la bura o la boda o matrimonio.</p> <p>El novio debe conversar con Amasanga, espíritu mayor de la selva tomando hunanduj y pedir que lo cure y proteja de los supay biruti, los dardos espirituales del mal, que envían los celosos pretendientes de la novia; ella debe visitar a Nunghui mujer de Amasanga para que le ofrezca sus piedras sagradas y el conocimiento para cultivar la yuca y trabajar la cerámica.</p> <p>Una de sus celebraciones rituales anuales más importante es la fiesta de la Jista mediante la cual agradecen a las fuerzas reproductivas de la selva.</p> <p>Esta fiesta contribuye a renovar lazos que unen a los Kichwa entre sí, los Runapura (los que hablamos runa shimi entre nosotros) de diferente origen étnico y de estos con los ahualecta (europeos) y los miembros de la iglesia católica.</p>				
<b>5. PORTADORES/SOPORTES</b>						
<b>Tipo</b>		<b>Nombre</b>	<b>Edad/Tiempo de actividad</b>	<b>Cargo, función o actividad</b>	<b>Dirección</b>	<b>Localidad</b>
Individuos		Manuel Tanguila		Presidente	Parroquia	Lago San Pedro
Colectividades		Fenakin		Confederación	Nacional	Amazonía
Instituciones		Confeniae		Organización	Regional	Orellana
<b>Procedencia del saber</b>		<b>Detalle de la procedencia</b>				
X	Padres-hijos	Tradición ancestral.				
	Maestro-aprendiz					
	Centro capacitación					
	Otro					
<b>Transmisión del saber</b>		<b>Detalle de la transmisión</b>				
X	Padres-hijos	Pasa como herencia ancestral, como puede aprender dependiendo del Yachag mayor para su aprobación y permiso.				
X	Maestro-aprendiz					
	Centro capacitación	El joven que tiene interés en adquirir este conocimiento y práctica debe pasar por una serie de pruebas muy duras y observar una serie de tabúes.				
	Otro					
<b>6. VALORACIÓN</b>						
<b>Importancia para la comunidad</b>						
Los Kichwas (runas) tienen una estructura clásica, cada unidad territorial está unida por lazos de parentesco.						
Actualmente se están enfocando a incurrir al ámbito y crecimiento eco turístico, ya no solo cultural se organizan para proyectos de esparcimiento y recreación sin afectar el hábitat donde conviven.						
<b>Sensibilidad al cambio</b>						
	Alta					
X	Media					
	Baja					
<b>7. INTERLOCUTORES</b>						
<b>Apellidos y nombres</b>		<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Sexo</b>	<b>Edad</b>	
Información reservada						
<b>8. ELEMENTOS RELACIONADOS</b>						
<b>Ámbito</b>		<b>Sub ámbito</b>	<b>Detalle del sub ámbito</b>	<b>Código/Nombre</b>		
<b>9. ANEXOS</b>						
<b>Textos</b>		<b>Fotografías</b>		<b>Videos</b>	<b>Audio</b>	



## 10. OBSERVACIONES

El trabajo comunitario está regido por formas de reciprocidad balanceada; se trabaja mediante el pago simbólico de igual trabajo, "randi randi", que obtienen cuando lo solicitan a un familiar o miembro de la comunidad; pedir la ayuda de otro establece un compromiso que solo puede ser devuelto mediante un trabajo que sea similar y en los momentos en que los otros lo pidan.


A nivel comunitario, la minga regula el trabajo colectivo intra e intercomunitario. La ritualidad de los Runas se sustenta en interacciones simbólicas de oposiciones binarias complementarias: lo femenino/masculino; río arriba/río abajo; norte/sur; rojo/amarillo; yuca/carne, etc., como se puede evidenciar en la fiesta de la Jista.

Los sueños juegan un papel importante en esta cultura. Todas las madrugadas los esposos hablan de sus sueños para ordenar, según lo que ellos les anuncien, las actividades diarias o futuras. Existen una serie de tabúes en relación a los sueños, así si se sueña con la boa, no habrá buena cacería y no se deben ir al río, pues podrían encontrarse con ella; no se puede perseguir al animal soñado, pues puede traer desgracias.

Existen ritos que son parte infaltable de su vida, sin ellos, la realización de sus actividades productivas, carecerían de eficacia. Entre los ritos de intensificación, encontramos, los ligados al trabajo de la huerta, o previos a la realización de la caza, la pesca o la recolección

**Elaborado por:** la autora.

## Anexo 7. Ficha Técnica Cultural de la etnia Siona.

INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL FICHA DE TÉCNICA CULTURAL A1 TRADICIONES Y EXPRESIONES ORALES		CÓDIGO
		IM-2101-50-005-15-000003
<b>11. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>		
<b>Provincia:</b> Sucumbíos	<b>Cantón:</b> Putumayo	
<b>Parroquia:</b> Puerto Bolívar	<b>Urbana</b> <input type="checkbox"/>	<b>Rural</b> <input checked="" type="checkbox"/>
<b>Localidad:</b> Puerto Bolívar		
<b>Coordenadas WGS84 Z17S-UTM:</b> X (Este) 0° 18' 0" S. / 76° 51' 0" W Y (Norte) E283599 Z (Latitud)		
<b>12. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>		
Siona		
		
<b>Descripción de la fotografía:</b> Etnia Siona <b>Foto:</b> GAD CANTÓN LAGO AGRIO.      JPG, 2015		
<b>Código fotográfico:</b> IM-01-0111-000-05-000011_1.jpg		
<b>13. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>		
<b>Denominación</b>	<b>Otra (s) denominación (es)</b>	
RUNAS	D1	
	D2	
<b>Grupo social</b>	<b>Lengua (s)</b>	
INDIGENA	L1	RUNA SHIMI
	L2	ESPAÑOL
<b>Sub ámbito</b>	<b>Detalle del sub ámbito</b>	
SIONA DE LA AMAZONÍA	CULTURA ANCESTRAL	
<b>Breve reseña</b>		
<p>Ancestralmente estuvieron organizados en "ayllus", que son grupos residenciales basados en el parentesco; en Napo se los denominaba también "muntum". Entre los miembros de los distintos grupos locales de parentesco realizaban intercambios de bienes, servicios y conocimientos, así como procesos de ayuda mutua como expresión de formas de reciprocidad equilibrada. Por lo general, cada grupo local de parentesco tenía un "yachak" como autoridad política y ritual.</p> <p>En la actualidad tienen su territorio delimitado en 40000 ha, en convenio de uso con el INEFAN, dentro de la Reserva Faunística Cuyabeno. Tienen legalizadas 7888 hectáreas en propiedad colectiva para los tres asentamientos, las mismas que constituyen una mínima parte de su territorio tradicional. Su idioma: Paicoca</p> <p>En relación a la vestimenta, las mujeres visten de color azul oscuro con franjas de color blanco, andan descalzos, cara pintada de color azul de huituk; los hombres en cambio se visten de color azul en forma de vestido que se llama pacha y curu balún, andan descalzos, utilizan corona de plumas de aves y collares de dientes de animales cruzados en forma de x.</p> <p>Los Sionas actualmente conformaron la Organización de la Nacionalidad Indígena Siona del Ecuador, ONISE, que agrupa a toda población y es miembro de la CONFENIAE y de la CONAIE. La cohesión social y política es muy débil en el presente, por una tendencia a la dispersión poblacional, como resultado de la presión territorial ejercida por las petroleras y la colonización.</p>		
<b>14. DESCRIPCIÓN</b>		

Los Sionas, al igual que Cofanes y Secoyas, fueron objeto de maltrato y explotación tanto en la época cauchera como en la petrolera. Su proceso de sedentarización ha tenido que ver con los procesos de evangelización, influencia religiosa que sumada a la migración, cambió el patrón de asentamiento indígena, de forma dispersa a la nuclearización en aldeas.

Las principales actividades económicas son de subsistencia, la horticultura itinerante de roza y quema que constituye su principal actividad productiva, la caza, pesca y recolección de frutos que cada día se ve disminuida por lo limitado del territorio legalizado, son complementadas con la venta de su fuerza de trabajo en actividades de desbroce de la selva, construcción de campamentos y apertura de trochas.

Narración (versión 1)					
Estructura <input checked="" type="checkbox"/>		Prosa <input type="checkbox"/>		Otro <input type="checkbox"/>	
<b>FECHA O PERÍODO</b>		<b>Fecha o período</b>			
X	Anual	Reciben turistas/visitantes durante todos los días del año.			
	Continua				
	Ocasional				
	Otra				
<b>ALCANCE</b>		<b>Detalle del alcance</b>			
X	Local	Su alcance, aunque no es extremadamente en grandes cantidades pues posee y engloba todo, ya sea; Local, Regional, Nacional e Internacional... ya que son conocidos por su cultural ancestral y por sus costumbres que aun la mantienen.			
X	Provincial				
X	Regional				
X	Nacional				
X	Internacional				
<b>USO SIMBÓLICO</b>		<b>Descripción del uso simbólico</b>			
X	Ritual	Las mujeres Sionas tienen como práctica levantarse a las 4 de la mañana, bajar al río para traer agua y comenzar a preparar los alimentos. Algunas mujeres toman el bejuco leguminoso para obtener más fuerza. Otras, cuando el esposo va de cacería, le acompañan y otras realizan trabajos en el huerto. En la Comunidad, se toma el desayuno a las 6 de la mañana, el almuerzo a las 10 u 11 y la cena a las 4 de la tarde.			
X	Festivo				
X	Lúdico				
X	Narrativo				
X	Otro	Luego de esto, se realizan visitas y reuniones entre vecinos y amigos para conversar y descansar. Los hombres Sionas se despiertan a las 7 de la mañana, se movilizan a su trabajo en el campo, como profesores, otros a la cacería, a pescar. Ya en la tarde, se reúnen para regresar a sus casas y descansar.			
<b>15. PORTADORES/SOPORTES</b>					
<b>Tipo</b>	<b>Nombre</b>	<b>Edad/Tiempo de actividad</b>	<b>Cargo, función o actividad</b>	<b>Dirección</b>	<b>Localidad</b>
Individuos					
Colectividades					
Instituciones	CONFENIAE		ORGANIZACIÓN	Regional	Orellana
<b>Procedencia del saber</b>		<b>Detalle de la procedencia</b>			
X	Padres-hijos	Tradición ancestral.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro capacitación				
	Otro				
<b>Transmisión del saber</b>		<b>Detalle de la transmisión</b>			
	Padres-hijos				

X		Pasa como herencia ancestral, como puede aprender dependiendo del Yage.			
X	Maestro-aprendiz	El joven que tiene interés en adquirir este conocimiento y práctica debe pasar por una serie de pruebas muy duras y observar una serie de tabúes.			
	Centro capacitación				
	Otro				
<b>16. VALORACIÓN</b>					
<b>Importancia para la comunidad</b>					
La arquitectura Secoya, se la realiza con madera de chonta, árboles, bejucos del monte, caña guadua, hojas de lizán, pambil, locata; construcciones que tienen una duración aproximada de 10 a 15 años de vida útil; dichas construcciones son elaboradas en mingas familiares o comunitarias.					
<b>Sensibilidad al cambio</b>					
	Alta				
X	Media				
	Baja				
<b>17. INTERLOCUTORES</b>					
<b>Apellidos y nombres</b>		<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Sexo</b>	<b>Edad</b>
Información reservada					
<b>18. ELEMENTOS RELACIONADOS</b>					
<b>Ámbito</b>	<b>Sub ámbito</b>		<b>Detalle del sub ámbito</b>	<b>Código/Nombre</b>	
<b>19. ANEXOS</b>					
<b>Textos</b>		<b>Fotografías</b>	<b>Videos</b>	<b>Audio</b>	
<b>20. OBSERVACIONES</b>					
En relación a la vestimenta, las mujeres visten de color azul oscuro con franjas de color blanco, andan descalzos, cara pintada de color azul de huituk; los hombres en cambio se visten de color azul en forma de vestido que se llama pacha y curu balún, andan descalzos, utilizan corona de plumas de aves y collares de dientes de animales cruzados en forma de x.					

Elaborado por: la autora.

## Anexo 8. Ficha Técnica Cultural de la etnia Secoya.

INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL FICHA DE TÉCNICA CULTURAL A1 TRADICIONES Y EXPRESIONES ORALES		CÓDIGO
		IM-2101-50-005-15-000004
<b>21. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>		
Provincia:	Sucumbíos	Cantón: Shushufindi
Parroquia:	San Roque	Urbana <input type="checkbox"/> Rural <input checked="" type="checkbox"/>
Localidad:	San Roque	
Coordenadas WGS84 Z17S-UTM: X (Este) 0° 18' 0" S. / 76° 51' 0" W Y (Norte) E283599 Z (Latitud)		
<b>22. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>		
Secoya		
		
Descripción de la fotografía: Etnia Secoya Foto: GAD CANTÓN LAGO AGRIO. JPG, 2015		
Código fotográfico: IM-01-0111-000-05-000012_1.jpg		
<b>23. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>		
Denominación	Otra (s) denominación (es)	
RUNAS	D1	
	D2	
Grupo social	Lengua (s)	
INDIGENA	L1	PAICOCA
	L2	ESPAÑOL
Sub ámbito	Detalle del sub ámbito	
SIONA DE LA AMAZONÍA	CULTURA ANCESTRAL	
<b>Breve reseña</b>		
<p>Están presentes en los estados del Perú y el Ecuador. En el Ecuador están en la provincia de Sucumbíos, cantón Shushufindi, parroquia San Roque y en el cantón Cuyabeno, parroquia Tarapoa, en las riberas del río Aguarico.</p> <p>Su territorio legalizado es de 39414,5 ha, su idioma es el paicoca y el número aproximado de habitantes es 380; están organizados en tres comunidades: San Pablo de Catetsiaya y Sicoya Remolino Ñeñena, ubicadas en la parroquia San Roque, cantón Shushufindi; una comunidad, Eno, ubicada en la parroquia Tarapoa, cantón Cuyabeno.</p> <p>En sus territorios el Estado ha declarado la Reserva Faunística Cuyabeno, territorios que también tienen la presencia del Bloque 15 de la Occidental Exploration and Production (OECF) quien mantiene un contrato con Petroecuador.</p> <p>La forma organizativa básica es la familia ampliada; la unión de familias constituye las Comunidades o Centros. Su organización política es la Organización Indígena Secoya del Ecuador, OISE, que es miembro de la CONFENIAE y de la CONAIE. El presidente de la organización es elegido en el Congreso de la Nacionalidad Secoya cada dos años.</p>		
<b>Narración (versión 1)</b>		
Estructura <input checked="" type="checkbox"/>	Prosa <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
<b>FECHA O PERÍODO</b>	<b>Fecha o período</b>	
X Anual	Reciben turistas/visitantes durante todos los días del año.	
Continua		
Ocasional		

	Otra				
<b>ALCANCE</b>		<b>Detalle del alcance</b>			
X	Local	Su alcance, aunque no es extremadamente en grandes cantidades pues posee y engloba todo, ya sea; Local, Regional, Nacional e Internacional... ya que son conocidos por su cultural ancestral y por sus costumbres que aun la mantienen.			
X	Provincial				
X	Regional				
X	Nacional				
X	Internacional				
<b>USO SIMBÓLICO</b>		<b>Descripción del uso simbólico</b>			
X	Ritual	En la vida de los Secoyas, las fiestas tradicionales, son espacios de encuentro comunitario, donde siempre está presente la comida y bebida en gran cantidad, carne de monte y pescado, chichas de yuca, chicha de chonta y guarapo.			
X	Festivo				
	Lúdico				
X	Narrativo				
X	Otro				
<b>24. PORTADORES/SOPORTES</b>					
<b>Tipo</b>	<b>Nombre</b>	<b>Edad/Tiempo de actividad</b>	<b>Cargo, función o actividad</b>	<b>Dirección</b>	<b>Localidad</b>
Individuos					
Colectividades					
Instituciones	CONFENIAE		ORGANIZACIÓN	Regional	Orellana
<b>Procedencia del saber</b>		<b>Detalle de la procedencia</b>			
X	Padres-hijos	Tradición ancestral.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro capacitación				
	Otro				
<b>Transmisión del saber</b>		<b>Detalle de la transmisión</b>			
X	Padres-hijos	Pasa como herencia ancestral, como puede aprender dependiendo de la Chicha de Yuca			
X	Maestro-aprendiz				
	Centro capacitación	El joven que tiene interés en adquirir este conocimiento y práctica debe pasar por una serie de pruebas muy duras y observar una serie de tabúes.			
	Otro				
<b>25. VALORACIÓN</b>					
<b>Importancia para la comunidad</b>					
La arquitectura Secoya, se la realiza con madera de chonta, árboles, bejucos del monte, caña guadua, hojas de lizán, pambil, locata; construcciones que tienen una duración aproximada de 10 a 15 años de vida útil; dichas construcciones son elaboradas en mingas familiares o comunitarias					
<b>Sensibilidad al cambio</b>					
	Alta				
X	Media				
	Baja				
<b>26. INTERLOCUTORES</b>					
<b>Apellidos y nombres</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Sexo</b>	<b>Edad</b>	
Información reservada					
<b>27. ELEMENTOS RELACIONADOS</b>					
<b>Ámbito</b>	<b>Sub ámbito</b>	<b>Detalle del sub ámbito</b>	<b>Código/Nombre</b>		
<b>28. ANEXOS</b>					
<b>Textos</b>	<b>Fotografías</b>	<b>Videos</b>	<b>Audio</b>		
<b>29. OBSERVACIONES</b>					
La vestimenta de los Secoyas, la construye con material del medio: de fibra de un árbol llamado lanchama, llevan corona de plumas, elaboradas con el plumaje de las aves más grandes de la selva, se pintan la cara en forma de cruz. Vestimenta que, en la actualidad, está cambiando sobre todo en los jóvenes, quienes utilizan la ropa del mundo urbano.					

Elaborado por: la autora.

## Anexo 9. Ficha Técnica Cultural de la etnia Shuar.

<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL</b> <b>FICHA DE TÉCNICA CULTURAL</b> <b>A1 TRADICIONES Y EXPRESIONES ORALES</b>		<b>CÓDIGO</b> IM-2101-50-005-15-000005
<b>30. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>		
<b>Provincia:</b>	Sucumbíos - Napo – Pastaza -Zamora <b>Cantón:</b>	
<b>Parroquia:</b>	Riveras del río aguarico	<b>Urbana</b> <input type="checkbox"/> <b>Rural</b> <input checked="" type="checkbox"/>
<b>Localidad:</b>	Riveras del río aguarico	
<b>Coordenadas WGS84 Z17S-UTM:</b>	X (Este) 0° 18' 0" S. / 76° 51'0" W Y (Norte) E283599 Z (Latitud)	
<b>31. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>		
Shuar		
		
<b>Descripción de la fotografía:</b> Etnia Shuar <b>Foto:</b> GAD CANTÓN LAGO AGRIO. JPG, 2015 <b>Código fotográfico:</b> IM-01-0111-000-05-000013_1.jpg		
<b>32. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>		
<b>Denominación</b>	<b>Otra (s) denominación (es)</b>	
RUNAS	D1	
	D2	
<b>Grupo social</b>	<b>Lengua (s)</b>	
INDIGENA	L1	
	L2	ESPAÑOL
<b>Sub ámbito</b>	<b>Detalle del sub ámbito</b>	
SIONA DE LA AMAZONÍA	CULTURA ANCESTRAL	
<b>Breve reseña</b>		
<p>Los misioneros católicos que llegaron a los territorios de esta nacionalidad, constituyeron el cambio de una vida nómada en la selva por una vida sedentaria; la construcción de escuelas, almacenes y centros de salud, que financió la iglesia, ayudaron a que el asentamiento sea cada vez más estable, sin mencionar los vínculos que se crearon cuando estos misioneros llevaron a otros países algunos representantes de esta nacionalidad, a partir de estos sucesos se crearon nuevas instituciones que expresaban la identidad Shuar.</p> <p>En tiempos pasados, los Shuar habitaban en la amazonía en caseríos dispersos, subsistiendo de la cacería y de la recolección de frutos. Esta nacionalidad entonces no tenía liderazgos centralizados, actualmente por la influencia misionera y por los colonos que también hacen parte de su territorio y de su historia, los Shuar están organizados en federaciones desde 1964. Fecha en que inicio también el vínculo político con el Estado y con otras organizaciones no estatales.</p> <p>El sentido de pertenencia de esta nacionalidad es muy marcado, se auto reconocen como Shuar y están orgullosos de serlo. Con la firma del tratado de paz entre Ecuador y Perú, se han realizado</p>		

encuentros de autoridades de ambos estados, para acercar a los miembros de la nacionalidad Shuar que fueron separados por el tratado de 1941.

Están agrupados en Centros comunitarios que están precedidas por un Síndico, Centros que se articulan en Federaciones donde la máxima autoridad es la Asamblea, la cual está dirigida por un directorio, electo cada tres años, presidido por un Presidente. Existen tres federaciones en esta nacionalidad, FICSH, FIPSE y FINAE, organización que son articuladas por medio de una coordinadora interfederacional, organización que tiene como objetivo principal coordinar acciones en defensa de los derechos de LAS nacionalidades ante la presión de las compañías petroleras.

Estructura		Narración (versión 1)			
		Prosa	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>
FECHA O PERÍODO		Fecha o período			
X	Anual	Reciben turistas/visitantes durante todos los días del año.			
	Continua				
	Ocasional				
	Otra				
ALCANCE		Detalle del alcance			
X	Local	<p>Su estructura simbólica está orientada bajo principios muy claros, el respeto a las personas mayores, la honestidad, el trabajo y el respeto a lo que posee otra persona, principios que se los enseña con el ejemplo, con la planificación diaria del trabajo y con la sabiduría de escuchar a la selva. Por ejemplo: cuando un relámpago, suena, anuncia la llegada de un rayo y si un rayo cae en algún lugar del territorio, ese lugar no podrá resembrar un nuevo sembrío porque saben que en ese lugar caerá otro rayo de mayor proporción que destruirá lo que se haya trabajado allí.</p> <p>En el ámbito religioso respetan al Tsunki, la fiesta de la culebra, sin embargo, la introducción de la iglesia católica y evangélica ha provocado una suerte de dispersión simbólica ritual en relación a la naturaleza. Sus símbolos más importantes son: el tigre, en representación al ámbito masculino y la serpiente en representación al ámbito femenino.</p> <p>Este pueblo lucha por mantener costumbres como el canto y el adorno del rostro para sembrar la yuca con el objetivo de tener una buena cosecha, no utilizaban ninguna herramienta (katamuke), esta práctica lamentablemente se va perdiendo.</p>			
X	Provincial				
X	Regional				
X	Nacional				
X	Internacional				
USO SIMBÓLICO		Descripción del uso simbólico			
X	Ritual				
X	Festivo				
	Lúdico				
X	Narrativo				
X	Otro				
33. PORTADORES/SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos					
Colectividades					
Instituciones	CONFENIAE		ORGANIZACIÓN	Regional	Orellana
Procedencia del saber		Detalle de la procedencia			
X	Padres-hijos	Tradición ancestral.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro capacitación				
	Otro				
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión			
	Padres-hijos				



X		Pasa como herencia ancestral, como puede aprender a realizar el Natem			
X	Maestro-aprendiz	Esta nacionalidad tiene sus propios bailes, sus cantos e instrumentos musicales, (Tampur) tambor, (Pinkui) flauta, (Shacap) cascabel y (Nampet) música.			
	Centro capacitación				
	Otro				
<b>34. VALORACIÓN</b>					
<b>Importancia para la comunidad</b>					
Se dedican a la agricultura, pesca, caza. La agricultura es de tipo extensiva, de ella extraen: maíz, yuca, plátano, poroto, papachina, camote, papaya y maní; la pesca y la caza actualmente está venida a menos, por la utilización inadecuada de instrumentos para estas actividades, porque se ha remplazado las flechas, cerbatana por dinamita y escopeta, instrumentos modernos que ahuyentan a los animales.					
<b>Sensibilidad al cambio</b>					
	Alta				
X	Media				
	Baja				
<b>35. INTERLOCUTORES</b>					
<b>Apellidos y nombres</b>		<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Sexo</b>	<b>Edad</b>
Información reservada					
<b>36. ELEMENTOS RELACIONADOS</b>					
<b>Ámbito</b>	<b>Sub ámbito</b>		<b>Detalle del sub ámbito</b>	<b>Código/Nombre</b>	
<b>37. ANEXOS</b>					
<b>Textos</b>		<b>Fotografías</b>		<b>Videos</b>	<b>Audio</b>
<b>38. OBSERVACIONES</b>					
La vestimenta de los Secoyas, la construye con material del medio: de fibra de un árbol llamado lanchama, llevan corona de plumas, elaboradas con el plumaje de las aves más grandes de la selva, se pintan la cara en forma de cruz. Vestimenta que, en la actualidad, está cambiando sobre todo en los jóvenes, quienes utilizan la ropa del mundo urbano.					

**Anexo 10.** Ficha Técnica Cultural de la etnia Achuar.

INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL FICHA DE TÉCNICA CULTURAL A1 TRADICIONES Y EXPRESIONES ORALES		CÓDIGO
		IM-2101-50-005-15-000006
<b>39. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>		
<b>Provincia:</b> Pastaza	<b>Cantón:</b> Pastaza	
<b>Parroquia:</b> Montalvo y Simón Bolívar	<b>Urbana</b> <input type="checkbox"/>	<b>Rural</b> <input checked="" type="checkbox"/>
<b>Localidad:</b> Montalvo y Simón Bolívar		
<b>Coordenadas WGS84 Z17S-UTM:</b> X (Este) 0° 18' 0" S. / 76° 51' 0" W Y (Norte) E283599 Z (Latitud)		
<b>40. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>		
		
<b>Descripción de la fotografía:</b> Etnia Kichwa <b>Foto:</b> GAD CANTÓN LAGO AGRIO. JPG, 2015		
<b>Código fotográfico:</b> IM-01-0111-000-05-000014_1.jpg		
<b>41. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>		
Denominación	Otra (s) denominación (es)	
RUNAS	D1	
	D2	
Grupo social	Lengua (s)	
INDIGENA	L1	RUNA SHIMI
	L2	ESPAÑOL
Sub ámbito	Detalle del sub ámbito	
KICHWA DE LA AMAZONÍA	CULTURA ANCESTRAL	
<b>Breve reseña</b>		
<p>La nacionalidad Achuar tiene presencia en los dos estados: Perú y Ecuador. En el Ecuador están ubicados en la provincia Pastaza, en el cantón Pastaza, en las parroquias Montalvo y Simón Bolívar. En la provincia de Morona Santiago, en el cantón Taisha, en la parroquia Huasaga.</p> <p>El territorio tradicional Achuar, ha legalizado parte de sus territorios, la cantidad de 884000 ha, quedando por legalizar 133014 ha correspondientes a tres comunidades: una en Morona Santiago y dos en Pastaza. Los títulos son colectivos por Centro o por dos Centros o más. El uso del suelo cuenta con su propio reglamento y es producto de decisiones comunitarias. Aproximadamente 5440 habitantes están ubicados los ríos Macuma y Huasaga, organizados en 56 centros con alrededor de 830 familias.</p> <p>Posterior a la firma de paz entre Ecuador y Perú, la nacionalidad ha realizado reuniones con las autoridades estatales a fin de facilitar el reencuentro de las familias Achuar que estuvieron separadas por el tratado de límites de 1941. Los dos primeros encuentros se realizaron en Sapapuenta (Ecuador) y en Uwigint (Perú).</p> <p>No se mantiene la totalidad de las costumbres tradicionales, debido a la influencia tanto de colonos como de la religión, ya sea esta católica o evangélica; sin embargo, mantienen su identidad bien cimentadas. De allí que Arutam, representada hasta la actualidad como la "máxima energía" que cuida la selva, es respetada por adultos y jóvenes de esta nacionalidad. Actualmente, con el propósito de fortalecer la cultura, los Achuar han conformado un grupo cultural denominado Wayus; básicamente se dedican al rescate de la música tradicional.</p>		

La unidad organizativa menor la constituyen los Centros, su máxima autoridad es el Síndico, los Centros conforman las Asociaciones, existiendo cuatro en Morona y cuatro en Pastaza. Con el fin de facilitar la dotación de servicios de infraestructura básica, los Achuar han adoptado como política general el no crear más Centros. La unión de asociaciones conforma la Federación Interprovincial de la Nacionalidad Achuar del Ecuador, FINAE.

El organismo máximo de la FINAE es el Congreso que está integrado por cinco delegados por cada Centro, cuatro directivos y los dirigentes de cada Asociación. La segunda instancia es la Asamblea compuesta por los dirigentes de las Asociaciones y los Síndicos de cada Centro. La tercera es el Consejo Directivo integrado por el Presidente, el Vicepresidente y cuatro comisiones: Salud, Educación, Tierras y Promoción de la Organización.


#### 42. DESCRIPCIÓN

Narración (versión 1)					
Estructura		Prosa		Otro	
<b>FECHA O PERÍODO</b>		<b>Fecha o período</b>			
X	Anual	Reciben turistas/visitantes durante todos los días del año.			
	Continua				
	Ocasional				
	Otra				
<b>ALCANCE</b>		<b>Detalle del alcance</b>			
X	Local	Nacionalidad se la realizan por medio de la medicina natural, podemos inclusive llegar a decir que la selva es su laboratorio y su farmacia, ya que es de ella que se proveen para sanar cualquier enfermedad, realidad que en la actualidad se entremezcla con cierta presencia de la medicina alopática.			
X	Provincial				
X	Regional				
X	Nacional				
X	Internacional				
<b>USO SIMBÓLICO</b>		<b>Descripción del uso simbólico</b>			
X	Ritual	La costumbre de beber la chicha de yuca y la wayusa es continua, así como la pintura en la cara en las fiestas y presentaciones oficiales, celebraciones que la viven con la misma alegría con la que practican el trabajo comunitario. Su quehacer cotidiano está regulado por principios comunitarios de honradez, solidaridad, sinceridad, fortaleza y determinación. Tanto en las reuniones como en sus hogares son muy protocolarios.			
X	Festivo				
	Lúdico	Se practica la poligamia y está permitido que un hombre tenga más de dos mujeres, de acuerdo con sus posibilidades de organización económica, es decir de acuerdo a sus habilidades para ofrecer a la esposa huerto, casa, pesca, caza y educación para sus hijos. Casamientos que se los hace dentro de un ritual especial; se niega la infidelidad, la misma que es castigada duramente.			
X	Narrativo				
X	Otro				
		En relación a la persona acostumbran a llevar el pelo largo, hombres y mujeres, pintarse el rostro; en el caso de los hombres portan una lanza y la corona de plumas, parte fundamental de su vestimenta.			
43. PORTADORES/SOPORTES					
Tipo	Nombre	Edad/Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
Individuos	Manuel Tanguila		PRESIDENTE	Parroquia	Lago San Pedro
Colectividades	FENAKIN		CONFEDERACIÓN	Nacional	AMAZONÍA
Instituciones	CONFENIAE		ORGANIZACIÓN	Regional	Orellana

Procedencia del saber		Detalle de la procedencia			
X	Padres-hijos	Tradición ancestral.			
	Maestro-aprendiz				
	Centro capacitación				
	Otro				
Transmisión del saber		Detalle de la transmisión			
X	Padres-hijos	Pasa como herencia ancestral, como puede aprender a elaborar la chicha de yuca y la wayusa El joven que tiene interés en adquirir este conocimiento y práctica debe pasar por una serie de pruebas muy duras y observar una serie de tabúes.			
X	Maestro-aprendiz				
	Centro capacitación				
	Otro				
44. VALORACIÓN					
Importancia para la comunidad					
Actualmente se están enfocando a incurrir al ámbito y crecimiento eco turístico, ya no solo cultural se organizan para proyectos de esparcimiento y recreación sin afectar el hábitat donde conviven.					
Sensibilidad al cambio					
	Alta				
X	Media				
	Baja				
45. INTERLOCUTORES					
Apellidos y nombres		Dirección	Teléfono	Sexo	Edad
Información reservada					
46. ELEMENTOS RELACIONADOS					
Ámbito	Sub ámbito		Detalle del sub ámbito	Código/Nombre	
47. ANEXOS					
Textos		Fotografías		Videos	Audio
48. OBSERVACIONES					
<p>Los sueños juegan un papel importante en esta cultura. Todas las madrugadas los esposos hablan de sus sueños para ordenar, según lo que ellos les anuncien, las actividades diarias o futuras. Existen una serie de tabúes en relación a los sueños, así si se sueña con la boa, no habrá buena cacería y no se deben ir al río, pues podrían encontrarse con ella; no se puede perseguir al animal soñado, pues puede traer desgracias.</p> <p>Existen ritos que son parte infaltable de su vida, sin ellos, la realización de sus actividades productivas, carecerían de eficacia. Entre los ritos de intensificación, encontramos, los ligados al trabajo de la huerta, o previos a la realización de la caza, la pesca o la recolección.</p>					

Elaborado por: la autora.

## Anexo 11. Ficha Técnica Cultural de la etnia Huaorani.

<b>INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL FICHA DE TÉCNICA CULTURAL A1 TRADICIONES Y EXPRESIONES ORALES</b>		<b>CÓDIGO</b> IM-2101-50-005- 15-000007
<b>11. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>		
<b>Provincia:</b> Orellana,	<b>Cantón:</b> Aguarico	
<b>Parroquia:</b> Dayuma	<b>Urbana</b> <input type="checkbox"/>	<b>Rura</b> <input checked="" type="checkbox"/>
<b>Localidad:</b> Comunidad Cofán Dureno		
<b>Coordenadas WGS84 Z17S-UTM:</b> X (Este) 82° 45'49.919" Y (Norte) 0° 3'34.176" Z (Latitud)		
<b>12. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>		
		
<b>Descripción de la fotografía:</b> Etnia Cofán <b>Foto:</b> GAD CANTÓN LAGO AGRIO. JPG, 2015		
<b>Código fotográfico:</b> IM-01-0111-000-05-000015_1.jpg		
<b>13. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>		
<b>Denominación</b>	<b>Otra (s) denominación (es)</b>	
	D1	
	D2	
<b>Grupo social</b>		<b>Lengua (s)</b>
INDIGENA	L1	HUAO TIRAR
	L2	ESPAÑOL
<b>Sub ámbito</b>	<b>Detalle del sub ámbito</b>	
	CULTURA ANCESTRAL	
<b>Breve reseña</b>		
<p>Se encuentran ubicados en dos provincias de la Amazonía; 1.-Provincia de Orellana, cantón Orellana, parroquia Dayuma y cantón Aguarico, parroquias Tiputini, Yasuní y Sta. María de Huiririma. 2.-Provincia de Pastaza, cantón Arájuo, parroquia Curaray. Provincia de Napo, cantón Tena, parroquia Chontapunta.</p> <p>Su idioma: Huao Tirar, estudios lingüísticos han demostrado que no hay congéneres para esta lengua. El territorio de esta nacionalidad, fue declarado por el Estado, Parque Nacional Yasuní en el cual se encuentran asentadas las comunidades de Dícaro, Garzacocha, Ahuamuro y Bahuanamo (Cononaco Bamenó). No tienen título de propiedad sobre sus territorios, sino un convenio de uso firmado con el INEFAN (hoy Ministerio del Ambiente).</p> <p>La unidad básica tradicional o grupo doméstico es el "nanicabo", constituido por familias ampliadas o múltiples, compuestas por un número de seis a diez familias que habitan bajo un mismo techo o "maloca"; estos grupos domésticos son autosuficientes, autónomos y están organizados alrededor de un anciano o anciana de cuyo nombre se deriva el nombre del grupo doméstico.</p> <p>La unidad territorial o grupo local se denomina "huaomoni", que es la unión de varios "nanicabos"; los "huaomoni" son de carácter endógamo, al interior del cual deben darse los matrimonios entre primos cruzados y las relaciones de alianza. Existe una combinación de formas tradicionales con criterios nuevos de asentamiento seminuclear. Gran parte de las comunidades están formadas por dos o tres "huaomoni" de diverso origen. Una minoría vive ya sea en "malocas agrupadas" o en "grupos domésticos aislados".</p> <p>Su máximo organismo es el Consejo Byle Wuaorani, que es la Asamblea de toda la nacionalidad. La organización mayor de representación externa es la Organización de la Nacionalidad Wuaorani de la Amazonía Ecuatoriana, ONHAE, conformada a partir de los años 90. La ONHAE es</p>		

miembro de la CONFENIAE y de la CONAIE. Los nombres históricos que han quedado en la memoria colectiva de esta nacionalidad son Kempedy, Dayuma, Guikita, guerreros que han luchado por su pueblo y han demostrado destreza en la selva.

Tradicionalmente la nacionalidad Wuaorani era nómada, en la actualidad aún persisten las migraciones poblacionales temporales, con ello las prácticas productivas en relación a la agricultura son itinerantes y otras comunidades ya se han asentado en un lugar determinando dejando su nomadismo para convertirse en comunidades sedentarias. Su economía de subsistencia se basa en huertos temporales, además de la caza, la pesca y la recolección de frutos.

El medio natural les provee de recursos para la construcción de viviendas, artesanía y la alimentación. En relación a la agricultura, producen: cacao, yuca, plátano, maíz, etc.; de la pesca obtienen: carachama, bocachico, jándia y bagre; de la caza obtienen: mono sahino; de la actividad artesanal, se proveen de: hamaca, lanza y utensilios para uso domésticos.

**14. DESCRIPCIÓN**

La gente de esta nacionalidad practica aun la medina natural, su estrecha relación con la naturaleza le ha permitido obtener conocimientos sobre las propiedades curativas de la riqueza natural que posee, sabiduría que es el resultado de muchas generaciones atrás

Estructura		Narración (versión 1)	
<input type="checkbox"/>		Prosa <input checked="" type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
<b>FECHA O PERIODO</b>		<b>Fecha o período</b>	
X	Anual	Reciben turistas/visitantes durante todos los días del año.	
	Continua		
	Ocasional		
	Otra		
<b>ALCANCE</b>		<b>Detalle del alcance</b>	
X	Local	En esta nacionalidad es vital el adquirir destrezas para vivir con la selva, por eso los juegos infantiles representan una práctica lúdica de adquisición de estas: la bodoquera, la lanza, la resistencia al nadar en los ríos; juegos que los niños practican y al mismo tiempo son espacios de formación. Junto a estos juegos esta también el indor fútbol, las cogidas y las bolichas.	
X	Provincial		
X	Regional		
X	Nacional		
X	Internacional		
<b>USO SIMBÓLICO</b>		<b>Descripción del uso simbólico</b>	
X	Ritual	En relación a sus instrumentos musicales, danzan y cantan al son de una flauta de guadua, que en su idioma se llama ñanka, acompañada de una especie de maracas construida con pepas silvestres.	
	Festivo		
	Lúdico		
	Narrativo		
	Otro	Los cambios que esta nacionalidad va viviendo, se lo puede mirar en la transformación de sus horarios, antes esta nacionalidad no tenía horario para alimentar, jugar, trabajar y descansar; vivían sintiendo las temporalidades de la naturaleza de su cuerpo y de la comunidad, tiempo que determinada en que momento debía realizarse cada uno de las actividades, ahora tienen su horario para toda actividad diaria.	


**15. PORTADORES/SOPORTES**

Tipo	Nombre	Edad/Tiempo de actividad	Cargo, función o actividad	Dirección	Localidad
<b>Procedencia del saber</b>		<b>Detalle de la procedencia</b>			
X	Padres-hijos				
	Maestro-aprendiz				
	Centro capacitación				
	Otro				
<b>Transmisión del saber</b>		<b>Detalle de la transmisión</b>			
X	Padres-hijos	Utilizan del bagamo la raíz, hoja y tallo para dolor de muelas; el tentemo para picadura de culebra, como suero antiofídico; ortiga y wento, para dolores musculares, prácticas que actualmente se entre mezclan con medicamentos alopáticos que también consume esta			
X	Maestro-aprendiz				
	Centro capacitación				
	Otro				

		nacionalidad.		
<b>16. VALORACIÓN</b>				
<b>Importancia para la comunidad</b>				
Los Wuaorani demuestran profundo conocimiento de las bondades de la selva, un claro ejemplo de lo afirmado es el tener como promedio, cuatro usos distintos para cada planta; entablan conversación con el sol, el agua, los ríos y otros elementos de la selva que simbólicamente juegan un papel importante en el quehacer cotidiano de esta nacionalidad. Sus temores son exaltados cuando sus ojos alcanzan a observar un círculo alrededor de la luna, pues es el anuncio de guerra o de muerte de algún familiar				
<b>Sensibilidad al cambio</b>				
	Alta			
X	Media			
	Baja			
<b>17. INTERLOCUTORES</b>				
<b>Apellidos y nombres</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Sexo</b>	<b>Edad</b>
Información reservada				
<b>18. ELEMENTOS RELACIONADOS</b>				
<b>Ámbito</b>	<b>Sub ámbito</b>	<b>Detalle del sub ámbito</b>	<b>Código/Nombre</b>	
<b>19. ANEXOS</b>				
<b>Textos</b>	<b>Fotografías</b>	<b>Video</b>	<b>Audio</b>	
<b>20. OBSERVACIONES</b>				
Algunos tienen contacto directo con el mercado local y provincial, ya sea a través de la venta de fuerza de trabajo con las petroleras o con la venta de sus artesanías. Para la resolución de problemas de índole comunitario, que exija fuerza de trabajo colectiva, se práctica la minga.				

**Elaborado por:** la autora.

**Anexo 12.** Ficha Técnica Cultural de la etnia Tagaeri.

INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL FICHA DE TÉCNICA CULTURAL A1 TRADICIONES Y EXPRESIONES ORALES		CÓDIGO
		IM-2101-50-005-15-000008
<b>21. DATOS DE LOCALIZACIÓN</b>		
<b>Provincia:</b>	Pastaza - Orellana - Napo	<b>Cantón:</b>
<b>Parroquia:</b>	Urbana <input type="checkbox"/>	Rural <input checked="" type="checkbox"/>
<b>Localidad:</b>	Parque Nacional Yasuní	
<b>Coordenadas WGS84 Z17S-UTM:</b>	X (Este) 82° 45' 49.919" Y (Norte) 0° 3' 34.176" Z (Latitud)	
<b>22. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>		
<p><b>TAGAERI</b></p> 		
<b>Descripción de la fotografía:</b> Etnia Cofán <b>Foto:</b> GAD CANTÓN LAGO AGRIO. JPG, 2015		
<b>Código fotográfico:</b> IM-01-0111-000-05-000016_1.jpg		
<b>23. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>		
<b>Denominación</b>	<b>Otra (s) denominación (es)</b>	
	D1	
	D2	
<b>Grupo social</b>	<b>Lengua (s)</b>	
	L1	Wao Terero, es un idioma no clasificado
	L2	ESPAÑOL
<b>Sub ámbito</b>	<b>Detalle del sub ámbito</b>	
	CULTURA ANCESTRAL	
<b>Breve reseña</b>		
<p>Nombre alternativo El origen de los Tagaeri (gente de Taga) está relacionado a su rechazo al contacto forzado con el mundo cowuori impulsado por el Instituto Lingüístico de Verano en la década de 1960. El jefe guerrero del clan Taga, perteneciente al pueblo huaorani, decidió ocultarse en la selva y mantener su forma de vida ancestral dentro del bosque y alejado de la “civilización”.</p> <p>Nombre alternativo Los tagaeri (también llamados aucas o patas coloradas). Su Idioma es el Wao Terero, es un idioma no clasificado</p> <p><b>Población:</b> Se estima que hay quizás solamente 20-30 el sobrevivir Tagaeri, aunque estos números son inciertos. Ubicación Dentro del Parque Nacional Yasuní viven varios grupos indígenas: Kichwa o Naporuna, Waorani, Tagaeri y Taromenane. División del gran clan Una etnia acostumbrada más a huir de los enemigos que a enfrentarlos, reducida numéricamente, sometida al desplazamiento y a la búsqueda constante de nuevos territorios lejos de los suyos tradicionales, muestran una cultura no precisamente guerrera.</p> <p>Hasta el siglo XIX ninguno de los pueblos vecinos se refería a ellos como seres particularmente agresivos. Pero el nuevo siglo trajo consigo demasiados acontecimientos inentendibles para los habitantes amazónicos: la explotación del caucho, la llegada de los misioneros, las epidemias, la disputa por territorios, la apertura de caminos, la colonización y la fiebre petrolera.</p> <p>Estos violentos acontecimientos pusieron serias presiones sobre la forma de vivir de los pueblos de la Amazonía, al extremo de acabar con los Tetetes y quebrantar las posibilidades de subsistencia de otros grupos cambiando por completo la geografía humana de la región y el ánimo de sus habitantes. Las disputas internas entre los Huaorani, que se habían agudizado durante los años cuarenta y cincuenta, en los sesenta hicieron inevitable su división.</p> <p>El guerrero huaorani Babe, primo de Taga, recuerda así la división del gran clan: “Kimontare era hermano de mi papá. Cuando murió mi padre, Kimontare cogió el mando. Fue todavía más cruel</p>		



que Nihua. Aumentaron las peleas en la familia. Por la pena de la muerte de su papá, Dabo mató a Buganei, la preferida de las mujeres de Nihua, con cinco lanzas. También mató a Kimontare.

Por eso su familia, liderada por su hijo mayor Taga, abandonó la región. Name y muchos otros, hasta unos quince, estaban con él; los Tagaeri corrieron hacia abajo, nosotros fuimos hacia arriba. Entre la "tradicón y la civilizaci3n" Los tagaeri pertenecen a una rama de la etnia huaorani que ha permanecido sin contacto con la civilizaci3n, y tras los hechos de noviembre, en enero de 2001 volvieron a mostrarse.

Fueron vistos por un grupo de turistas a los que pretendieron atacar, cerca de la comunidad de Bataburo, asegur3 Richard Ima, dirigente huaorani de la zona. "Al principio los extranjeros trataron de fotografiarlos creyendo que se trataba de huaoranis civilizados, pero al notar la violencia con la que se acercaron, los guías realizaron disparos al aire para evitar que los turistas sean lanceados", sefial3 el l3der ind3gena. Ima agreg3 que han podido identificar a dos grupos de tagaeri, uno que ha sido avistado en ocasiones anteriores, que tiene como l3der a Taga, y otro, que es comandado por Taromenalli; ambos grupos viven en boh3os que han sido ya localizados por los huaoranis de su comunidad, en las riberas de los r3os Cuchillacku, Tigüino y Bataburo, en la provincia de Pastaza. "Están armados con lanzas de hasta dos metros y medio de largo y con pelo hasta las caderas, que andan completamente desnudos y son muy temidos por su violencia ya que matan sin piedad", dijo Ima.

La intenci3n de Richard Ima, de localizar y civilizar a los pata colorada, fue rechazada por la Organizaci3n de la Nacionalidad Huaorani de la Amazonia ecuatoriana (Onhae), con sede en Puyo. "No podemos prestarnos para que sean sometidos a la civilizaci3n del blanco, pues es el único grupo que conserva intactas nuestras tradiciones huaoranis ancestrales, que se perdieron con la evangelizaci3n del Instituto Lingüístico de Verano, entre 1957 y 1967", sefial3 Niwtza y culmin3 diciendo que los tagaeri se ven obligados a salir de su territorio ante el acoso de colonos, petroleras e ind3genas de otras etnias.

#### 24. DESCRIPCIÓN


Los religiosos intentaban contactarse con los tagaeri para ponerles al tanto de la avanzada petrolera y analizar medidas para ayudarlos. "Los clavaron en el suelo amaz3nico que tanto amaban, inmolados sobre el altar del petr3leo", coment3 Tassi. Esa fue la primera vez que los occidentales escucharon hablar de este "temible pueblo guerrero", definido por el investigador Miguel Angel Cabodevilla como el último grupo de ind3genas no contactados que deambulaban por la selva como fantasmas errantes, armados de lanzas, desnudos, defendiendo su espacio vital.

Narraci3n (versi3n 1)		
Estructura <input type="checkbox"/>		Prosa <input checked="" type="checkbox"/>
		Otro <input type="checkbox"/>
<b>FECHA O PERIODO</b>		<b>Fecha o periodo</b>
X	Anual	Reciben turistas/visitantes durante todos los d3as del a3o.
	Continua	
	Ocasional	
	Otra	
<b>ALCANCE</b>		<b>Detalle del alcance</b>
X	Local	Lanzas y pisadas", dijo Tassi. "Catorce a3os despu3s de lo que ocurri3 con los religiosos, se vuelve a repetir el mismo ritual de las lanzas pero esta vez con ind3genas de otro pueblo".
X	Provincial	
X	Regional	
X	Nacional	
X	Internacional	
<b>USO SIMB3LICO</b>		<b>Descripci3n del uso simb3lico</b>
X	Ritual	Rito del Yagu3: Este rito, empieza a las seis de la tarde con la preparaci3n y uso del yag3 (ayahuasca sustancia alucin3gena). La puntualidad es muy importante. El proceso de la cocci3n del yag3 empieza a las seis de la ma3ana y ya a las seis de la tarde la bebida debe de estar lista. El Hilano es
	Festivo	
	Lúdico	
	Narrativo	
	Otro	

		<p>el curaca (Jefe) del grupo de Siona, é es el encargado de revolver este líquido café-coloreado. La persona que desee beber esto y encontrar la sabiduría debe tener la voluntad, además de mucho valor ya que se tiene que resistir un gran sufrimiento porque este alucinógeno causa demandas en el cuerpo y en algunos casos puede causar desórdenes fisiológicos.</p> <p>Para poder realizar este ritual los Shamanes se ponen sus cushma y pintan sus caras, piernas y brazos con rayas, cruces y figuras representando el sol, junto con otros símbolos, para hacer esto usan el achiote y un tinte extraído de las semillas de annatto, otras cosas importantes para ellos son el tocado (Peinado), los collares y la utilización de plumas. El yagé no emborracha, solo produce alucinaciones en las cuales el Hilano explica que se puede ver hasta las esquinas más lejanas de la tierra y del cielo, algunos al tomar el yagé empiezan a imitar canciones de pájaros u otros gruñen como las bestias salvajes.</p>				
<b>25. PORTADORES/SOPORTES</b>						
<b>Tipo</b>		<b>Nombre</b>	<b>Edad/Tiempo de actividad</b>	<b>Cargo, función o actividad</b>	<b>Dirección</b>	<b>Localidad</b>
Individuos						
Colectividades						
Instituciones						
<b>Procedencia del saber</b>		<b>Detalle de la procedencia</b>				
X	Padres-hijos					
	Maestro-aprendiz					
	Centro capacitación					
	Otro					
<b>Transmisión del saber</b>		<b>Detalle de la transmisión</b>				
X	Padres-hijos	<p>Pasa como herencia ancestral, como puede aprender dependiendo del Chamán mayor para su aprobación y permiso.</p> <p>El joven que tiene interés en adquirir este conocimiento y práctica debe pasar por una serie de pruebas muy duras como ayunos y abstinencias, además de observar una serie de tabúes.</p>				
X	Maestro-aprendiz					
	Centro capacitación					
	Otro					
<b>26. VALORACIÓN</b>						
<b>Importancia para la comunidad</b>						
<p>El ritual de las lanzas El primer apareamiento fugaz de los tagaeri se remonta al 20 de enero de 1956, en el río Curaray, cuando fueron asesinados cinco estadounidenses. En 1971, en el río Tiputini murió lanceado un cocinero de la compañía Western. En 1977, en el río Tivacuno fueron lanceados tres trabajadores de una petrolera.</p> <p>El caso que transformó a los tagaeri en noticia internacional y que luego el escritor y periodista colombiano Germán Castro Caycedo lo transformó en tema de un libro, fue el de 1987, cuando más de 100 lanzas acabaron con la vida del obispo de Coca, Alejandro Labaca, y la religiosa Inés Arango, que llegaron en helicóptero a territorio auca para conversar con ellos.</p>						
<b>Sensibilidad al cambio</b>						
	Alta					
X	Media					
	Baja					
<b>27. INTERLOCUTORES</b>						
<b>Apellidos y nombres</b>		<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>	<b>Sexo</b>	<b>Edad</b>	
Información reservada						
<b>28. ELEMENTOS RELACIONADOS</b>						
<b>Ámbito</b>		<b>Sub ámbito</b>	<b>Detalle del sub ámbito</b>	<b>Código/Nombre</b>		

Elaborado por: la autora.


### Anexo 13. Ficha Técnica Gastronómica – Maito de pescado.

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR FICHA DE TÉCNICA GASTRONOMICA						CÓDIGO
						IM-2101-50-002-15-000009
<b>1. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>						
						
<b>2. DESCRIPCIÓN:</b>						
<b>LOCALIZACIÓN</b>	<b>Provincia:</b>	<b>Cantón:</b>	<b>Ciudad:</b>	<b>Parroquia:</b>	<b>Calle /localidad:</b>	<b>Comunidad:</b>
	Sucumbíos	Lago Agrio	Lago Agrio	Nueva Loja/Dureno	Vía al Aguarico	Cofán
<b>COCINERO(A)</b>	<b>Nombres y Apellidos:</b>		<b>Edad:</b>	<b>Sexo:</b>	<b>Dirección y teléfono</b>	<b>Tiempo que vive en el sector:</b>
	Mirla Criollo		35	F	Vía a Aguarico	20 años
<b>Nombre de la comida:</b>			Maito de Pescado			
<b>Con qué otros nombres se la conoce a esta comida:</b>						
<b>Tipología de la comida:</b>			Típica			
<b>Tipo de comida:</b>			Envuelto			
<b>Sensibilidad al cambio:</b>			<b>Alta</b>	<b>Media</b>	<b>Baja</b>	
<b>Lugar/es de expendio/adquisición (actores locales):</b>			Comedor Rubí, Feria de Comidas, Fiestas de la Parroquia, Parrilladas Barlovento, Restaurante El Volante, Comunidades locales.			
<b>CARACTERÍSTICAS DEL PLATO</b>	<b>Ingredientes:</b>			Pescado, sal, ajo, hojas de bijao.		
	<b>Ingrediente principal:</b>			Pescado.		
	<b>Preparación:</b>			Se envuelve el pescado fresco entero con sal y ajo machacado en 4 hojas de bijao, se pone asar a la brasa, se sirve caliente con plátano y yuca cocinados.		
	<b>Acompañamiento:</b>			Yuca, verde y/u arroz.		
	<b>Combinación/sustitución de productos:</b>					
	<b>Recomendaciones para la preparación:</b>					
<b>Nombre de las comidas que se preparan con el ingrediente base:</b>			Pescado asado, pescado frito, encocado de pescado, estofado de pescado			
<b>IMPLEMENTO DE COCCIÓN</b>	<b>Ollas de barro:</b>			<input type="checkbox"/>		
	<b>Horno de barro:</b>			<input type="checkbox"/>		
	<b>Utensilios de madera:</b>			<input type="checkbox"/>		
	<b>Cocina a leña:</b>			<input checked="" type="checkbox"/>		
	<b>Otros:</b>			Actualmente también se prepara con asadero a carbón.		

VALOR INTRINSICO	Valor histórico y cultural:	Comunidades indígenas de la localidad.
	Por qué del nombre/frases relacionadas con la comida:	
	Significado que posee la comida:	
	Usos:	Alimentación.
	Qué representa:	
	Temporada (fechas y fiestas en que se prepara):	Se la prepara durante todo el año.
	Por qué se prepara en estas fiestas:	Tradición.
	Relación con mitos/leyendas:	
	Relación con las fiestas:	Celebraciones indígenas.
Quienes lo consumen:	Población y turistas.	
ADAPTACIÓN	Promocionan la comida:	Restaurantes, Población y turistas.
	Comercializan el comida:	Restaurantes y comunidades.
COMERCIO	Producción directa (consumo interno):	■
	Comercializan:	■
	Mercados (al mayorista):	Mercado de Lago Agrio
	Mercados (al minorista):	Mercado de Lago Agrio
PROCEDENCIA	Área:	Amazonía ecuatoriana
	Región:	Oriente
	Épocas de producción:	Todo el año

Elaborado por: la autora.


**Anexo 14.** Ficha Técnica Gastronómica - Pincho de Mayones.

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR FICHA DE TÉCNICA GASTRONOMICA						
		CÓDIGO				
		IM-2101-50-002-15-000010				
<b>1. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>						
						
<b>2. DESCRIPCIÓN:</b>						
LOCALIZACIÓN	Provincia:	Cantón:	Ciudad:	Parroquia:	Calle /localidad:	Comunidad:
	Orellana	Joya de los Sachas	Joya de los Sachas	Joya de los Sachas	Centro de la ciudad	Varias
COCINERO(A)	Nombres y Apellidos:		Edad:	Sexo:	Dirección y teléfono	Tiempo que vive en el sector:
	Sonia Aguinda		40	F	Centro de la Ciudad	23 años
Nombre de la comida:			Pincho de Mayones			
Con qué otros nombres se la conoce a esta comida:						
Tipología de la comida:			Típica			
Tipo de comida:			Asado			
Sensibilidad al cambio:			<b>Alta</b>	<b>Media</b>	<b>Baja</b>	
Lugar/es de expendio/adquisición (actores locales):			La Tonga, El Sabor de la Chozza, Parrilladas el Bosque, El Colorado, Las Delicias de mi Abuela, Comunidades locales.			
CARACTERÍSTICAS DEL PLATO	Ingredientes:			Mayones, sal.		
	Ingrediente principal:			Mayones.		
	Preparación:			Se adoba con sal y aceite los Mayones enteros.		
	Acompañamiento:			Yuca, salsa (ensalada) y mayonesa.		
	Combinación/sustitución de productos:					
	Recomendaciones para la preparación:					
Nombre de las comidas que se preparan con el ingrediente base:			Maito de Mayones, Mayores saltados, Mayones semi-sofritos.			
IMPLEMENTO DE COCCIÓN	Ollas de barro:			<input type="checkbox"/>		
	Horno de barro:			<input type="checkbox"/>		
	Utensilios de madera:			<input type="checkbox"/>		
	Cocina a leña:			<input checked="" type="checkbox"/>		
	Otros:			Actualmente también se prepara con asadero a carbón.		
VALOR INTRINSICO	Valor histórico y cultural:			Comunidades indígenas de la localidad.		
	Por qué del nombre/frases relacionadas con la comida:					
	Significado que posee la comida:					
	Usos:			Alimentación.		
	Qué representa:					
Temporada (fechas y fiestas en que se prepara):			Se la prepara durante todo el año.			

	<b>Por qué se prepara en estas fiestas:</b>	Tradición.
	<b>Relación con mitos/leyendas:</b>	
	<b>Relación con las fiestas:</b>	Celebraciones indígenas.
	<b>Quienes lo consumen:</b>	Población y turistas.
ADAPTACIÓN	<b>Promocionan la comida:</b>	Restaurantes, Población y turistas.
	<b>Comercializan el comida:</b>	Restaurantes y comunidades.
COMERCIO	<b>Producción directa (consumo interno):</b>	■
	<b>Comercializan:</b>	■
	<b>Mercados (al mayorista):</b>	Agachaditos del Cantón y Provincia.
	<b>Mercados (al minorista):</b>	Agachaditos del Cantón y Provincia.
PROCEDENCIA	<b>Área:</b>	Amazonía ecuatoriana
	<b>Región:</b>	Oriente
	<b>Épocas de producción:</b>	Todo el año

Elaborado por: la autora.

**Anexo 15. Ficha Técnica Gastronómica - Chicha de Yuca.**

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR FICHA DE TÉCNICA GASTRONOMICA					CÓDIGO	
<b>1. FOTOGRAFÍA REFERENCIAL</b>						
						
<b>2. DESCRIPCIÓN</b>						
<b>LOCALIZACIÓN</b>	<b>Provincia:</b>	<b>Cantón:</b>	<b>Ciudad:</b>	<b>Parroquia:</b>	<b>Calle /localidad:</b>	<b>Comunidad:</b>
	Sucumbíos	Lago Agrio	Lago Agrio	El Eno		
<b>COCINERO(A)</b>	<b>Nombres y Apellidos:</b>		<b>Edad:</b>	<b>Sexo:</b>	<b>Dirección y teléfono</b>	<b>Tiempo que vive en el sector:</b>
	Lucy Ríos		55	F	Av. Amazonas	55 años
<b>Nombre de la comida</b>			Chicha de yuca			
<b>Tipología de la comida</b>			Ancestral			
<b>Tipo de comida</b>			Bebidas fermentadas			
<b>Sensibilidad al cambio</b>			<b>Alta</b>	<b>Media</b>	<b>Baja</b>	
					■	
<b>Lugar/es de expendio/adquisición (actores locales)</b>			Mercado Central, Fiestas de la parroquia, Restaurantes; Comedor Rubí, Feria de Comidas, Fiestas de la Parroquia, Parrilladas Barlovento, Restaurante El Volante, Comunidades locales.			
<b>Lugares más cercanos al lugar de preparación</b>			Av. Amazonas			
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>Ingredientes:</b>			Yuca		
	<b>Ingrediente principal</b>			Yuca		
	<b>Preparación</b>			Se muele la yuca cruda. Se coloca en recipiente, actualmente cocinada y fermentada.		
	<b>Acompañamiento</b>					

	Combinación/sustitución de productos	
	Recomendaciones para la preparación:	
	Con qué otros nombres se la conoce a esta comida:	
IMPLEMENTO DE CCIÓN	Ollas de barro	<input checked="" type="checkbox"/>
	Horno de barro	<input type="checkbox"/>
	Utensilios de madera	<input checked="" type="checkbox"/>
	Cocina a leña	<input type="checkbox"/>
	Otros:	<input type="checkbox"/>
VALOR INTRINSICO	Valor histórico y cultural:	Es una bebida tradicional de las Comunidades indígenas de la localidad.
	Por qué del nombre/frases relacionadas con la comida	
	Significado que posee la comida	
	Usos	Acompaña platos principales o como refrigerio – Alimentación.
	Temporada (fechas y fiestas en que se prepara)	Se la prepara durante todo el año.
	Por qué se prepara en estas fiestas	Tradición.
	Relación con mitos/leyendas	
	Relación con las fiestas	Fiestas de la Virgen
	Quién los elabora	Justina Pulla
Quienes lo consumen	Restaurantes, Población y turistas.	
ADAPTACIÓN	Promocionan la comida	Restaurantes y comunidades.
	Comercializan la comida	Restaurantes, Población y turistas.
COMERCIO	Producción directa (consumo interno)	<input checked="" type="checkbox"/>
	Comercializan	<input checked="" type="checkbox"/>
	Mercados (al mayorista)	Agachaditos del Cantón y Provincia.
	Mercados (al minorista)	Agachaditos del Cantón y Provincia.
PROCEDENCIA	Área	Amazonía ecuatoriana
	Región (Costa, Sierra, Oriente)	Oriente
	Épocas de producción	Todo el año

Elaborado por: la autora.





	Visitas turísticas	ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DE DETERIORO <input type="checkbox"/> CAUSAS: <b>5.1 PATRIMONIO (Atractivos culturales)</b> Nombre: Fecha de declaración: Categoría: Patrimonio de la humanidad <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuatoriano <input type="checkbox"/>
	Caminatas	
	Pesca	
	Paseo en bote	
	Investigación	
	ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)	
		<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b> ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DE DETERIORO <input type="checkbox"/> CAUSAS: Su entorno se encuentra deteriorado por el crecimiento demográfico, la presencia de basura, pastizales y vías)

### 7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

APOYO	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
			B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DÍAS AL AÑO	
	TERRESTRE	ASFALTADO	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	BUS	<input checked="" type="checkbox"/>				365	
		LASTRADO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	AUTOMÓVIL					DÍAS AL MES	
		EMPEDRADO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4X4					Culturales	01 enero
		SENDERO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	TREN					Naturales	31 diciembre
	ACUÁTICO	MARÍTIMO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	BARCO					HORAS AL DÍA	
			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	BOTE					Culturales	
		FLUVIAL	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	CANOA						
	AÉREO		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	OTROS						
			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	AVIÓN					Naturales	09:00 17:00
			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	AVIONETA						
			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	HELICOPTERO						
<b>Observaciones:</b>												



Anexo 17. Playas de Arena Chiparo.

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS MINISTERIO DE TURISMO

<b>1. DATOS GENERALES</b>		FICHA Nº AN04
ENCUESTADOR: Diana Rojas		
SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Washington Villacís Mg. Sc		
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Playas de Arena Chiparo		
PROPIETARIO: MAE		
CATEGORÍA: Sitios Naturales TIPO: Río SUBTIPO: Riveras		
<b>2. UBICACIÓN</b>		<b>LONGITUD (UTM): N 0.05°15'85" LATITUD (UTM): W -75°52'42"</b>
<b>PROVINCIA: Sucumbíos CANTÓN: Lago Agrio PARROQUIA: Nueva Loja</b>		
<b>CALLE: Vía Puerto Aguarico NUMERO: TRANSVERSAL</b>		
<b>CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>		
NOMBRE DEL POBLADO: Santa Cecilia		DISTANCIA (Km.): 11 Km
NOMBRE DEL POBLADO:		DISTANCIA (Km.):
<b>CALIDAD</b>	<b>VALOR INTRÍNSECO</b>	<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>
		<p><b>ALTURA (m.s.n.m): 291 TEMPERATURA (°C): 28°C PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3): 3000mm – 5000mm</b></p>  <p><b>TAMAÑO:</b> Comprende un área compuesta por arena proveniente del Rio Aguarico</p> <p><b>FLORA:</b> El árbol representativo del sector es el: chiparos se encuentra una columna de esta vegetación, también se encuentra: balsa, guarumos entre otros.</p> <p><b>FAUNA:</b> AL determinar el área específica del atractivo, predominan una gran cantidad de mariposas, cigarras y aves como las chiroca, loro, garrapateros entre otros.</p> <p><b>DESCRIPCIÓN DEL PAISAJE:</b> Existen playas de arena y pocas piedras, el sector las aguas es bastante calmada. Además, se puede apreciar la construcción de un puente de 210mt de longitud. Junto al sector se encuentra una infraestructura que brinda servicio de bebidas no alcohólicas.</p>
		<p><b>DESCRIPCIÓN DE SUS RIVERAS:</b> En la orilla del rio existe una gran cantidad de árboles (chiparos) y arena.</p> <p><b>ACTIVIDADES VARIAS:</b> Recreación.</p> <p><b>PUENTES:</b> Si existe, de lejos se puede apreciar el puente atirantado sobre el rio Aguarico.</p> <p><b>PUERTOS:</b> No existe.</p> <p><b>NAVEGABILIDAD:</b> Si, se puede navegar en: canoa, lanchas, gabarras.</p> <p><b>RÁPIDOS:</b> Es corrientoso.</p> <p><b>CAÑONES:</b> No existe.</p> <p><b>PONGOS:</b> No existe.</p> <p><b>VADOS:</b> No existe.</p>




SISTEMA INTERCONECTADO <input checked="" type="checkbox"/>	GENERADOR <input type="checkbox"/>	NO EXISTE <input type="checkbox"/>	OTROS <input type="checkbox"/>
<b>ALCANTARILLADO</b>			
RED PUBLICA <input type="checkbox"/>	POZO CIEGO <input type="checkbox"/>	POZO SÉPTICO <input type="checkbox"/>	NO EXISTE <input checked="" type="checkbox"/>
<b>PRECIOS</b>			
SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	ENTRADA LIBRE <input type="checkbox"/>	OTROS <input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones:			
<b>9. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>			
NOMBRES: Monumento De Identidad Cultural      DISTANCIA: 4km			
<b>10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>			
LOCAL <input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL <input type="checkbox"/>		
PROVINCIAL <input type="checkbox"/>	INTERNACIONAL <input type="checkbox"/>		
OTROS <input type="checkbox"/>			

### Jerarquización

Nombre del atractivo	calidad		Entorno	Conser.	Acceso	Servicio	Significado				Suma	Jerar
	Intri.	Extrin					L	P	N	I		
Playas de Arena Chiparo	11	10	7	6	10	10		3			47	II

## Anexo 18. Río Aguarico.

### FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS MINISTERIO DE TURISMO

<b>1. DATOS GENERALES</b>				
ENCUESTADOR: Mirian Zambrano SUPERVISOR EVALUADOR: Ing. Washington Villacís Mg. Sc NOMBRE DEL ATRACTIVO: Río Aguarico PROPIETARIO: MAE CATEGORÍA: Sitios Naturales TIPO: Ríos SUBTIPO: Remanso				
<b>2. UBICACIÓN</b> LONGITUD (UTM): N 00°03'380" LATITUD (UTM): WO 75°51'112" PROVINCIA: Sucumbíos CANTÓN: Lago Agrio PARROQUIA: Nueva Loja CALLE: Vía Puerto Aguarico NUMERO: TRANSVERSAL: S/N				
<b>CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>				
NOMBRE DEL POBLADO: El Eno DISTANCIA (Km.): 4 Km NOMBRE DEL POBLADO: General Farfán DISTANCIA (Km.): 25 Km				
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>				
ALTURA (m.s.n.m): 301 TEMPERATURA (°C): 17°C – 22°C PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3): 3000mm – 5000mm				
CALIDAD				
	<p><b>MAÑO:</b> Comprende el principal afluente de la Provincia de Sucumbíos, además es el proveedor del líquido vital (agua) para la ciudad.</p> <p><b>FLORA:</b> Existen presencia de vegetación secundaria como: balsa, guarumos entre otros.</p> <p><b>FAUNA:</b> Al determinar el área específica del atractivo, predominan una gran cantidad de mariposas, cigarras y aves como las chiroca, loro, garrapateros entre otros.</p> <p><b>DESCRIPCIÓN DEL PAISAJE:</b> Se puede observar la dimensión del Río Aguarico, se aprecia las playas de piedras y arenas, en partes existe corriente ligera. Además, se puede apreciar la construcción de un puente de 210mt de longitud. Junto al sector se encuentra una infraestructura que brinda servicio de bebidas no alcohólicas.</p> <p><b>DESCRIPCIÓN DE SUS RIVERAS:</b> En la orilla del río existe una gran cantidad de árboles y piedra (material pétreo).</p> <p><b>ACTIVIDADES VARIAS:</b> Recreación, natación.</p> <p><b>PUNTES:</b> Si existe, de lejos se puede apreciar el puente atirantado sobre el río Aguarico.</p> <p><b>PUERTOS:</b> No existe.</p> <p><b>NAVEGABILIDAD:</b> Si, se puede navegar en: canoa, lanchas, gabarras.</p> <p><b>RÁPIDOS:</b> Es corrientoso.</p> <p><b>CAÑONES:</b> No existe.</p> <p><b>PONGOS:</b> No existe.</p> <p><b>VADOS:</b> Si, a las orillas del río se puede estacionar los vehículos</p>			
C	V	A	<b>4.1 USOS (SIMBOLISMO)</b>	<b>5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>





RED PUBLICA	POZO CIEGO	POZO SÉPTICO	NO EXISTE	OTROS	
<b>PRECIOS</b>					
SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	ENTRADA LIBRE <input checked="" type="checkbox"/>	OTROS <input type="checkbox"/>
Observaciones:					
<b>9. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS</b>					
<b>Nombres:</b>	Monumento de la Identidad		<b>DISTANCIA:</b> 2 Km		
	Parque Ecológico Recreacional Lago Agrio		3 km		
<b>10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>					
LOCAL	<input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL	<input type="checkbox"/>		
PROVINCIAL	<input type="checkbox"/>	INTERNACIONAL	<input type="checkbox"/>		
OTROS	<input type="checkbox"/>				

### Jerarquización

Nombre del atractivo	calidad		Entorno	Conser.	Acceso	Servicio	Significado				Suma	Jerar
	Intri.	Extrin					L	P	N	I		
	Río Aguarico	15					15	9	9	9		

**Anexo 19. Fotografías.**

**Foto 1.**



**Investigacion de Biblioteca**

**Foto 2.**



**Realización de encuestas**

**Foto 3.**



**Realización de encuestas**

**Foto 4.**



**Realización de encuestas**

**Foto 5.**



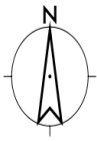
**Socialización en la sala de reuniones del GADCLA.**

**Foto 6.**

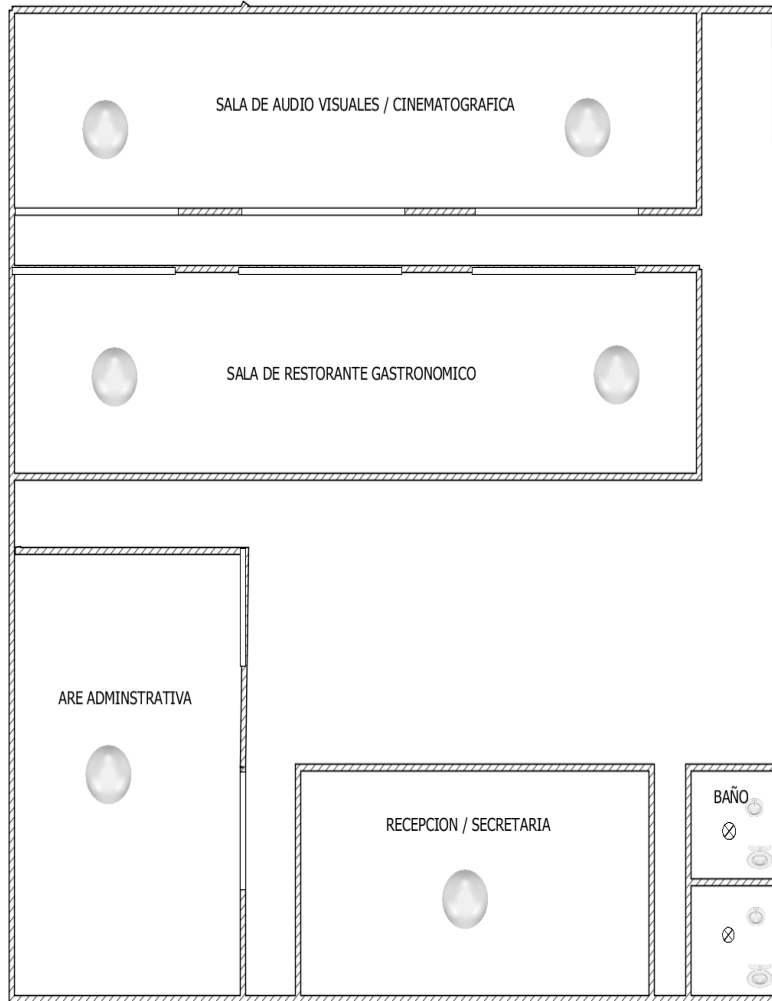


**Socialización en la sala de reuniones del GADCLA.**

**Anexo 20.** Diseño de la Planta baja del Museo etnográfico "Amazónico del Ecuador".



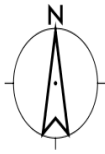
CALLE PRICIPAL AVENIDA AMAZONAS.



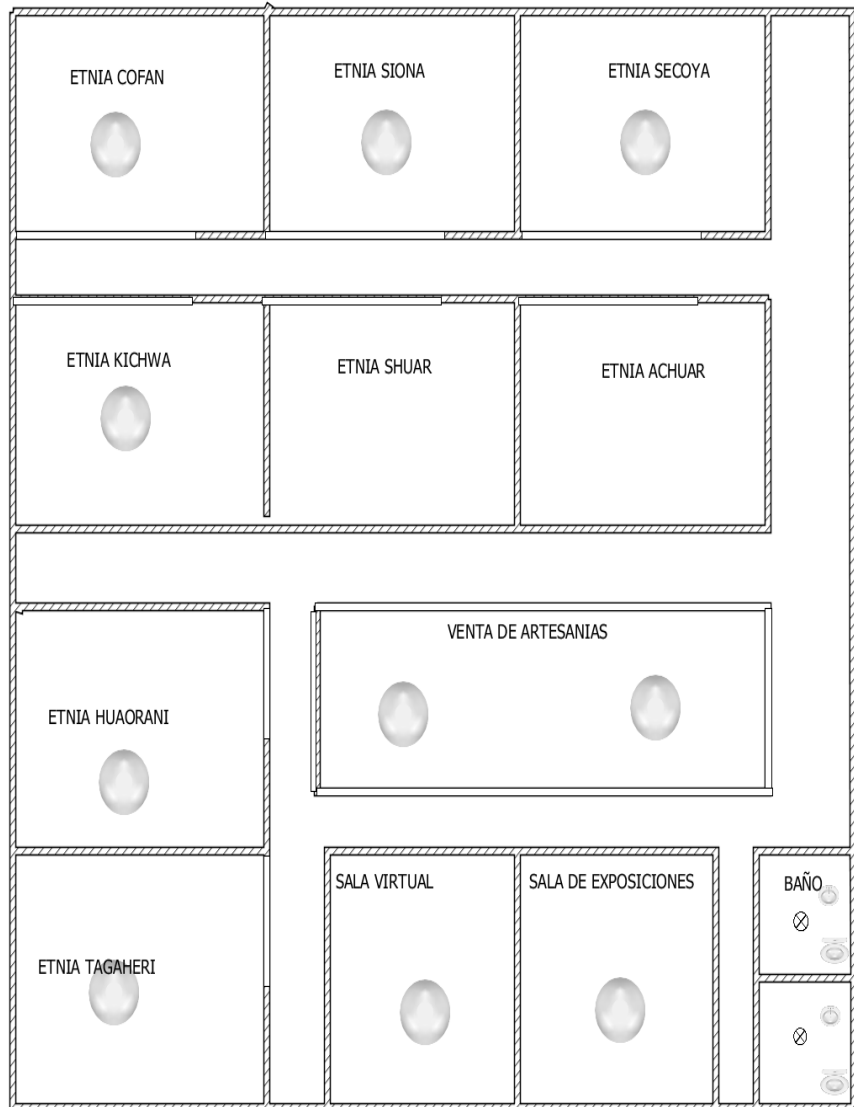
**Elaborado por:** la autora.

CALLE SECUNDARIA  
AVENIDA ORIENTE.

**Anexo 21.** Diseño de la Planta alta del Museo etnográfico "Amazónico del Ecuador".



CALLE PRICIPAL AVENIDA AMAZÓNAS.



Elaborado por: la autora.

CALLE SECUNDARIA  
AVENIDA ORIENTE.

**Anexo 22. Solicitud de sociabilización.**

Nueva Loja a, 01 de julio de 2015.

Dr.  
Vinicio Vega Jiménez  
ALCALDE DEL GAD MUNICIPAL DEL CANTON LAGO AGRIO

Presente

De mis consideraciones:

Yo **MIRIAN MARCELA ZAMBRANO PAZMIÑO**, estudiante de la CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA DEL PLAN DE CONTINGENCIA SEDE – TENA, portadora de la cédula de identidad N° 2100427802, me permito extender un cordial y atento saludo, a la vez solicitar de la manera más comedida se me permita realizar la Socialización del PLAN DE NEGOCIOS, MEDIANTE UN ESTUDIO DE MERCADO PARA PROPONER LA CREACIÓN DEL MUSEO ETNOGRÁFICO “AMAZÓNICO DEL ECUADOR” EN LA PARROQUIA NUEVA LOJA, CANTÓN LAGO AGRIO, en la cual se encuentren presente su persona y demás autoridades pertinentes del Concejo Cantonal.

De ser aceptada la petición, solicito se designe el lugar, fecha y hora para la ejecución de la socialización.

Por la favorable atención que se brinde da a la presente reitero mis más sinceros agradecimientos de consideración y estima.

Atentamente



Srta. Mirian Zambrano  
ALUMNA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA



**Anexo 23. Respuesta de autorización de sociabilización.**

Nueva Loja a, 03 de julio de 2015.

Srta.  
Mirian Zambrano  
**ALUMNA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

Presente

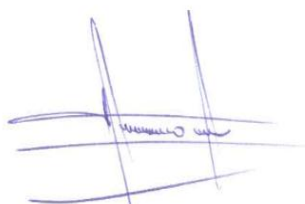
De mis consideraciones:

Yo **VINICIO VEGA JIMENEZ** en calidad de **ALCALDE DEL GAD MUNICIPAL DEL CANTON LAGO AGRIO**, me permito dar apertura para realizar la Socialización del PLAN DE NEGOCIOS, MEDIANTE UN ESTUDIO DE MERCADO PARA PROPONER LA CREACIÓN DEL MUSEO ETNOGRÁFICO "AMAZÓNICO DEL ECUADOR" EN LA PARROQUIA NUEVA LOJA, CANTÓN LAGO AGRIO.

De igual forma pongo en su conocimiento, que la fecha dicha sociabilización será el día 13 de Julio del presente año, en la Sala de Reuniones de la Municipalidad del Cantón Lago Agrio a las 09:00am.

Saludos Cordiales.

Atentamente



Dr. Vinicio Vega Jiménez



**ALCALDE DEL GAD MUNICIPAL DEL CANTON LAGO AGRIO**



## **Anexo 24. Acta de constatación de la socialización**

### **ACTA DE CONSTATAACION**

#### **PLAN DE NEGOCIOS, MEDIANTE UN ESTUDIO DE MERCADO PARA PROPONER LA CREACIÓN DEL MUSEO ETNOGRÁFICO “AMAZÓNICO DEL ECUADOR” EN LA PARROQUIA NUEVA LOJA, CANTÓN LAGO AGRIO.**

Siendo las 09:00 am del día 13 de Julio del presente año en curso (2015), en la Sala de Reuniones de la Municipalidad del Cantón Lago Agrio, se suscitó la Socialización del Proyecto de Investigación: PLAN DE NEGOCIOS, MEDIANTE UN ESTUDIO DE MERCADO PARA PROPONER LA CREACIÓN DEL MUSEO ETNOGRÁFICO “AMAZÓNICO DEL ECUADOR” EN LA PARROQUIA NUEVA LOJA, CANTÓN LAGO AGRIO.

De conformidad con la solicitud de invitación que se emitió, se constató con la participación de las autoridades pertinentes, donde se procedió a la socialización de la investigación/propuesta que se ha venido ejecutando en un determinado tiempo.

Autoridades presentes; Vinicio Vega (Alcalde del Cantón Lago Agrio), Guido Vargas (Prefecto de la Provincia de Sucumbíos), Esther Castro (Concejala), Evelyn Ormaza (Concejala), Sr. Javier Pazmiño (Concejal).

Exponiendo la propuesta del proyecto, los diversos rubros significativos que contempla el mismo serán posible con la correcta implementación de este atractivo cultural en la ciudad, mediante varios minutos en una extensa y participativa reunión con criterios, dudas, discusiones y aportaciones hacia el mismo, se concluye que tomaran el documento legal de Investigación y Propuesta para estudios, análisis y mejoras si fuese el caso, y poder contemplar el proyecto a nivel de gobierno que tan conveniente, factible u sustentable podría llegar a ser para cumplir los objetivos propuestos en él, como es; Fomentar y Promover la conservación, rescate y el valor cultural de las etnias Amazónicas del Ecuador, logrando mantener el patrimonio cultural y ancestral de nuestros pueblos,

## **Anexo 25.** Acta de constatación de la socialización reverso.

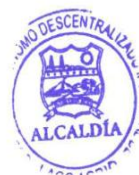
generando el fortalecimiento del turismo/cultural e indirectamente al crecimiento socio-económico del sector.

Se concluye con un resultado favorable, ya que manifiestan que el interés de generar proyectos de esta índole y el correcto desarrollo considerando cada uno de los aspectos que involucra el mismo, pues les agrada ya que mediante esta socialización lograron captar la propuesta de tal modo que les resultada innovador e interesante para la ciudad de Nueva Loja – Lago Agrio, es decir la aceptación de la misma.

Posterior a la reunión, se procedió a un coffe break, y palabras de agradecimiento por la acogida, entusiasmo, interés al trabajo expuesto, por la apertura al cambio, y por secundar las ideas propuestas que hoy se ha realizado como herramientas y pilares para un desarrollo y crecimiento turístico/cultural, encaminado al Turismo Sostenible y Sustentable para la ciudad.



Dr. Vinicio Vega Jiménez  
ALCALDE DEL GAD MUNICIPAL DEL CANTON LAGO AGRIO



Srta. Mirian Zambrano Pazmiño  
ALUMNA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

## Anexo 26. Agenda de socialización.

# AGENDA EJECUTADA PARA SOCIALIZAR PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

[01 DE JULIO DE 2015]

De [09:00am] a [09:25 am] [Elaboración y entrega de invitación al Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Lago Agrio.]

---

03 DE JULIO DE 2015]

De [10:00am] a [10:35am] [Recepción de oficio emitido por Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Lago Agrio, para proceder conforme lo solicitado]

---

[13 DE JULIO DE 2015]

De [09:00am] a [13:00pm] [Socialización del Proyecto de Investigación: PLAN DE NEGOCIOS, MEDIANTE UN ESTUDIO DE MERCADO PARA PROPONER LA CREACIÓN DEL MUSEO ETNOGRÁFICO “AMAZÓNICO DEL ECUADOR” EN LA PARROQUIA NUEVA LOJA, CANTÓN LAGO AGRIO.].

De [09:00am] a [09:10am] [Constatación de las autoridades pertinentes].

De [09:10am] a [11:00am] [Exposición de la propuesta del proyecto, los diversos rubros significativos que contemplaban el mismo, para la correcta implementación del trativo cultural en la ciudad].

De [11:00am] a [11:45am] [Participación con criterios, dudas, discusiones y aportaciones hacia el proyecto de investigación].

De [11:45am] a [12:30pm] [Autoridades tomaron la palabra a fin de manifestar que tomarían el documento legal de Investigación y Propuesta para estudios, análisis y mejoras si fuese el caso, y poder contemplar el proyecto a nivel de gobierno].

De [12:30pm] a [12:55pm] [Entrega de coffe break]

De [12:55pm] a [13:00pm] [Palabras de agradecimiento, por la acogida, entusiasmo, interés al trabajo expuesto, para un desarrollo y crecimiento turístico/cultural, encaminado al Turismo Sostenible y Sustentable para la ciudad]

---

**SRTA.MIRIAN ZAMBRANO**

ESTUDIANTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA