UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIEROS EN TURISMO

TEMA:

"PLAN DE REACTIVACIÓN TURÍSTICA POST COVID 19, PARA EL CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO PAZ YAKU, PARROQUIA MADRE TIERRA, CANTÓN MERA, PROVINCIA DE PASTAZA".

AUTOR

ANDREINA ELIZABETH PUNGUIL GUEVARA

EDGAR FABIAN TIWI TANKAMASH

DIRECTOR DEL PROYECTO/TRABAJO

MSC. RUBÉN AUCANCELA CHIMBOLEMA

PASTAZA – ECUADOR

2022

DECLARATORIA DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Quien/es suscribe/n Andreina Elizabeth Punguil Guevara con CI: 1600826836 y Edgar Fabián Tiwi Tankamash con C.I. 1401184526, hace constar que es autor/a del Proyecto de Investigación/Trabajo de Integración Curricular titulado: "PLAN DE REACTIVACIÓN TURÍSTICA POST COVID 19, PARA EL CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO PAZ YACU, PARROQUIA MADRE TIERRA, CANTÓN MERA, PROVINCIA DE PASTAZA", el cual constituye una elaboración personal realizada únicamente con la dirección del Tutor de dicho trabajo, Dr./Msc. Rubén Aucancela. En tal sentido, manifiesto la originalidad de la conceptualización del trabajo como interpretación de datos y elaboración de conclusiones dejando establecido que aquellos aportes intelectuales de otros autores se han referenciado debidamente en el texto de dicho trabajo.

En el cantón Pastaza, a los 08 días del mes de septiembre de 2022.

Andreina Elizabeth Punguil Guevara

CI: 1600826836

Edgar Fabián Tiwi Tankamash

CI: 1401184526

CERTIFICADO DE APROBACIÓN POR EL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

El tribunal de sustentación del proyecto de investigación aprueba el proyecto de Investigación/Trabajo de Integración Curricular titulado: “PLAN DE REACTIVACIÓN TURÍSTICA POST COVID 19, PARA EL CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO PAZ YACU, PARROQUIA MADRE TIERRA, CANTÓN MERA, PROVINCIA DE PASTAZA”.

_____

MsC. Mario Javier Barrera Castro

Presidente del Tribunal

_____

Dr. Elizabeth del Carmen Ramírez Iglesias

Miembro del Tribunal

_____

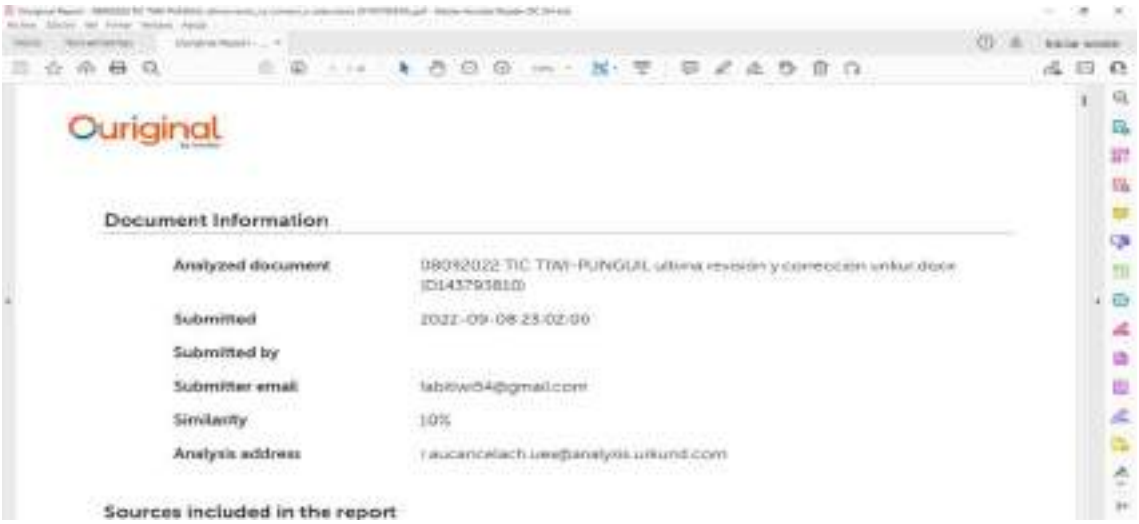
MSc. Sheyla Israela Fernández Rodríguez

Miembro del Tribunal

CERTIFICADO DE PORCENTAJE DE SIMILITUD OBTENIDO EN EL SISTEMA ANTI PLAGIO

Quien suscribe el presente Dr./Msc Rubén Aucancela con CI: 060361543 - 6, certifica que el Proyecto de Investigación/Trabajo de Integración Curricular titulado: "PLAN DE REACTIVACIÓN TURÍSTICA POST COVID 19, PARA EL CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO PAZ YACU, PARROQUIA MADRE TIERRA, CANTÓN MERA, PROVINCIA DE PASTAZA", ha sido examinado a través del sistema Antiplagio URKUND y presenta un porcentaje de similitud del 10%.

En el cantón Pastaza, a los 08 días del mes de septiembre de 2022



RUBEN AUCANCELA

Firmado digitalmente por RUBEN AUCANCELA

Msc: Rubén Aucancela Chimbolema

Director del Proyecto de Investigación/Trabajo de Integración Curricular

RESUMEN

Se elaboró el "Plan de reactivación turística post COVID 19, para el centro de turismo comunitario Paz Yaku, Parroquia Madre Tierra, Cantón Mera, provincia de Pastaza". La situación de la oferta turismo comunitario Paz Yaku no está actualizada y se desconoce la demanda actual que tiene, algunas organizaciones de Pastaza tienen el apoyo administrativo para la reactivación de la actividad turística por el post SARS-COVID-19. Se diagnosticó la situación actual, a través de sistema turístico, fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) y matriz de evaluación de factores externos (MEFE). Se estableció la visión, misión, objetivos estratégicos, mapa estratégico y presupuesto, a través de metodología de plan estratégico. Se diseñó estrategias de promoción, publicidad y protocolos de bioseguridad para la reactivación post COVID 19 a través de guía diseño de proyectos productivos y guía de equipos de bioseguridad y medidas sanitarias en establecimientos turísticos en zonas rurales como: haciendas turísticas, hosterías, lodges y campamentos turísticos para su reapertura, establecidos por el Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR), además en las recomendaciones y lineamientos establecidos por la Organización Mundial de la Salud (OMS), Organización Mundial de Turismo (OMT) y Ministerio de Salud de Ecuador (MSP). Como resultado la situación actual turismo comunitario se identificó en atractivos turísticos 2 sitios naturales y 2 manifestaciones culturales, oferta, demanda, infraestructura y superestructura. Se propuso plan de reactivación tales como visión, misión, objetivos estratégicos, mapa estratégico y presupuesto. Se diseñó estrategias de publicidad, promoción y protocolos de bioseguridad para la reactivación y transformación de Centro de Turismo Comunitario Paz Yaku.

Palabra clave: <Turismo>; <Turismo Comunitario>; <Sistema Turístico>; <Plan>; <Plan de Reactivación>; <Plan Estratégico>; <Bioseguridad>; <Promoción>; <Publicidad>

ABSTRACT

The "Post-COVID 19 tourism reactivation plan for the Paz Yaku community tourism centre, Madre Tierra parish, Mera canton, Pastaza province" was drawn up. The situation of the Paz Yaku community tourism offer is not up to date and the current demand is unknown. Some organisations in Pastaza have administrative support for the reactivation of tourism activity after SARS-COVID-19. The current situation was diagnosed through the tourism system, strengths, opportunities, weaknesses and threats (SWOT) and the external factors evaluation matrix (MEFE). The vision, mission, strategic objectives, strategic map and budget were established through the strategic plan methodology. Promotion strategies, publicity and biosecurity protocols were designed for post-COVID 19 reactivation through the design guide for productive projects and a guide for biosecurity equipment and sanitary measures in tourist establishments in rural areas, such as: tourist haciendas, inns, lodges and tourist camps for their reopening, established by the Ministry of Tourism of Ecuador (MINTUR), in addition to the recommendations and guidelines established by the World Health Organization (WHO), World Tourism Organization (WTO) and Ministry of Health of Ecuador (MSP). As a result, the current situation of community tourism was identified in terms of tourist attractions, 2 natural sites and 2 cultural manifestations, supply, demand, infrastructure and superstructure. A reactivation plan was proposed such as vision, mission, strategic objectives, strategic map and budget. Strategies for publicity, promotion and biosecurity protocols were designed for the reactivation and transformation of the Paz Yaku Community Tourism Centre.

Translated with www.DeepL.com/Translator (free version)

Translated with www.DeepL.com/Translator (free version)

Keyword: <Tourism>; <Community Tourism>; <Tourist System>; <Plan>;

<Reactivation Plan>; <Strategic Plan>; <Biosecurity>; <Promotion>; <Advertising>

Tabla de contenido

RESUMEN iv

ABSTRACT v

CAPITULO I 1

1. INTRODUCCIÓN 1

1.1. Planteamiento del problema 2

1.1.1. Pregunta de investigación 3

1.2. Objetivos 4

1.2.1. General 4

1.2.2. Específicos 4

1.3. Justificación 4

CAPITULO II 6

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA 6

2.1. Turismo 6

2.2. Turismo comunitario 6

2.2.1. Turismo rural 7

2.3. Sistema turístico 7

2.3.1. Atractivos turísticos 7

2.3.2. Oferta 8

2.3.3. Demanda 8

2.3.4. Infraestructura 8

2.3.5. Supraestructura 9

2.4. Plan 9

2.5. Plan de reactivación 9

2.6. FODA 10

2.6.1. Fortaleza 10

2.6.2. Debilidades 10

2.6.3. Oportunidades 10

2.6.4. Amenazas 11

2.6.5. MEFE 11

2.6.6. Visión 11

2.6.7. Misión 11

2.6.8. Objetivos estratégicos 12

2.6.9. Mapa estratégico 12

2.7. Estrategias de promoción y publicidad 12

2.7.1. Slogan 13

2.7.2. Isologo 13
2.7.3. Redes sociales 13
CAPITULO III 14
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN 14
3.1. Localización 14
..... 14
3.1.1. Limites 15
3.2. Tipo o diseño de investigación 16
3.2.1. Enfoque cualitativo 16
3.2.2. Exploratoria 16
3.2.3. Descriptiva 17
3.2.4. No experimental 17
3.2.5. Documental o bibliográfico 17
3.3. Métodos de investigación 18
3.3.1. Inductivo 18
3.3.2. Observación 18
4. ANÁLISIS DE RESULTADOS 20
4.1. Diagnóstico de la situación actual del centro de Turismo Comunitario Paz Yacu. 20
4.1.1. Atractivos turísticos 20
4.1.2. Oferta 31
4.1.3. Demanda del centro de turismo Paz Yaku 32
4.1.4. Infraestructura 34
4.1.5. Superestructura 36
4.1.6. Análisis FODA 37
4.1.7. Análisis MEFE 38
4.2. Establecimiento de visión, misión, objetivos estratégicos, mapa estratégico y presupuesto. 38
4.2.1. Visión 38
4.2.2. Misión 39
4.2.3. Objetivos estratégicos 39
4.2.4. Mapa estratégico 39
4.2.5. Presupuesto 44
4.3. Diseño de estrategias de promoción y publicidad para la reactivación post COVID 19 44
4.3.1. Slogan 44
4.3.2. Isologo 45

4.3.3. Redes sociales 45
4.3.4. Protocolos de bioseguridad para la reactivación 48
CONCLUSIONES 56
RECOMENDACIONES 57
BIBLIOGRAFÍA 58
ANEXOS 63

Índice de tablas

Tabla 1 – 4: *Valoración de atractivo turístico 1* 23
Tabla 2 – 4: *Valoración de atractivo turístico 2* 26
Tabla 3 – 4: *Resumen de la interpretación de los recursos naturales* 31
Tabla 4 – 4: *Productos, servicios y actividades turísticas* 32
Tabla 5 – 4: *Precios de los servicios de la comunidad* 32
Tabla 6 - 4. *Genero de los Turistas nacionales y extranjeros 2019.* 32
Tabla 7 – 4: *Meses que registran turistas durante 2019* 33
Tabla 8 – 4: *Perfil de los turistas durante 2019* 33
Tabla 9 – 4: *Ingresos económicos registrados* 34
Tabla 10 – 4: *Conformación de la Superestructura del centro turístico Paz Yaku* 37
Tabla 11 – 4: *Análisis FODA* 37
Tabla 12 – 4: *Análisis MEFE* 38
Tabla 13 – 4: *Mapa Estratégico del centro turístico Paz Yaku periodo 2021 -2025* 41
Tabla 14 – 4: *Presupuesto* 44
Tabla 15 – 4: *Protocolos de bioseguridad del centro turístico de Paz Yaku* 48

Índice de gráficos

Figura 1 – 1: *Árbol de Problema*..... 3
Figura 2 - 3: Mapa político del Ecuador 14
Figura 3 - 3: Mapa del Provincia Pastaza..... 14
Figura 4 – 3: *Mapa del centro turístico Paz Yaku*..... 15
Figura 5 – 4: *Mirador Samay Urku*..... 20
Figura 6 – 4: *Sendero Botánico Anita Nambyo*..... 24
Figura 7 – 4: *Gastronomía Kichwa Paz y Yaku* 27
Figura 8 – 4: *Danza Kichwa Paz Yaku*..... 29
Figura 9 – 4: *Isologo de CTC Kichwa Paz Yaku*..... 45
Figura 10 – 4: *Portada de fan page Paz Yaku*..... 46
Figura 11 – 4: *Información de fan page Paz Yaku*..... 46
Figura 12 – 4: *Contenidos de videos en fan page Paz Yaku* 47

Agradecimiento

Un agradecimiento infinito a Dios ya que sin la bendición y a su amor hubiera sido un fracaso total.

Queremos agradecer a nuestros padres, y a todas las personas porque ellos han estado siempre apoyando y guiándonos para que podamos terminar con éxitos, momentos difíciles de nuestra etapa y vida profesional. A las autoridades y docentes de la prestigiosa Universidad Estatal Amazónica que gracias a sus consejos y enseñanzas nos ha permitido obtener el título de Ingeniería en Turismo.

De igual manera también queremos extender un profundo agradecimiento a nuestro tutor: Msc Rubén Auncancela que gracias a su apoyo incondicional y la guía en la elaboración de nuestro nos ha permitido culminar exitosamente.

Gracias a Todos.

Andreina Elizabeth Punguil Guevara

Edgar Fabian Tiwi Tankamash

Dedicatoria

Este proyecto quiero dedicar a mi madre Hermelinda Tiwi quien en paz descanse por sus consejos y su apoyo incondicional, a mis hermanos/a Gabriela, Diego, Danilo Tiwi y también a mi pareja quienes me han dado el apoyo en los momentos más difíciles de mi vida, dándome consejos y ánimo para seguir adelante.

Andreina Elizabeth Punguil Guevara

Edgar Fabian Tiwi Tankamash

CAPITULO I

1. INTRODUCCIÓN

A finales de la década de 1980, emergieron en varios lugares del mundo comunidades de pueblos originarios y campesinos que se involucraron directamente en la planificación, operatividad y beneficios de emprendimientos turísticos. Se los conceptualizó de diversas formas: turismo indígena, étnico, turismo rural comunitario o ecoturismo comunitario. Se visualizaban como una estrategia de apoyo a la conservación de las áreas naturales, especialmente de aquellas protegidas. Mediante esta acción, se intentó bajar la presión del uso agrícola y ganadero en la periferia de las áreas protegidas, brindando a los comuneros la oportunidad de generar beneficios por el turismo.

La siguiente década se caracterizó por el surgimiento de varios emprendimientos en zonas rurales de Latinoamérica, entre los cuales, Ecuador se proyecta como un ícono del turismo comunitario con un enfoque sólido y sostenible, que provocará una mejor calidad de vida de los que deciden por este modelo de gestión turística (Cabanilla, E. & C. Garrido-Cornejo, 2018). A la par de esta consideración, en el año 2002, se incluyó la oferta de turismo comunitario en la Ley Nacional de Turismo, lo que brindó un espacio especial dentro del Consejo Consultivo de Turismo, ente asesor directo al ministro de área. Además, Ecuador fue el primer país donde se formalizó una red de turismo comunitario que, para el caso, fue la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario de Ecuador (Vásconez, 2019).

Lo anterior unido a los esfuerzos de muchas comunidades por atraer turistas como forma de solventar la crisis económica, el desempleo y los bajos ingresos de sus moradores han dado al traste con el surgimiento a modalidades turísticas, tal es el caso del turismo comunitario, el cual se define como: turismo a través del cual la población local busca mejorar su situación socioeconómica y conservar los recursos naturales del territorio mediante el contacto establecido entre la comunidad local y el turista, donde este interactúa con las organizaciones que prestan el servicio, con el entorno donde se desarrolla la actividad y su contexto. (Vargas, 2017).

Por tanto, el turismo comunitario en una herramienta para el desarrollo sostenible, debido a que este en su concepción establece la autogestión de la actividad por parte de los

pobladores locales y por ende un control de los beneficios que se generen por concepto del mismo, por lo que constituye una nueva forma de desarrollo a partir que la cultura y el patrimonio local es utilizado por las propias comunidades ara la recuperación, se hace necesario proporcionar estímulos financieros, aplicar políticas fiscales favorables, avanzar en la digitalización, flexibilizar el régimen de visado, impulsar el marketing y brindar información que incremente la confianza de los consumidores (Vargas, 2017).

Según Rodas (2015), para el caso de Ecuador, el génesis del turismo comunitario corresponde a la comunidad de Agua Blanca, provincia de Manabí en el años de 1979; en Capirona, provincia de Napo en el año de 1989 y las Islas Galápagos, durante el años de 1978. Por otro lado, Vargas (2017) menciona que Pastaza es la provincia más grande en extensión territorial de Ecuador, más conservada de manera natural y, considerada la cuna de las nacionalidades indígenas por contar con siete de ellas en su territorio, es una provincia con potencial elevado para el desarrollo de proyectos de Turismo Comunitario.

El Centro de Turismo Comunitario Paz Yaku, para empezar, se enfoca en la recuperación económica, para medir los impactos del SARS-COVID-19, mediante análisis cualitativos y cuantitativos de la situación actual, además de desarrollar planes de recuperación estratégicos en cada país de acuerdo a su respectivo contexto.

1.1.Planteamiento del problema

El desarrollo de turismo comunitario es afectado por el SARS-COVID-19 a nivel nacional y provincial, también ha causado una fuerte crisis sanitaria para los centros turísticos comunitarios donde se ven afectos por la falta de ingreso de los turísticas hacia diferentes destinos y actividades turísticas.

En la actualidad la actividad turística en el Centro de Turismo Comunitario Paz Yaku ha sido afectado por la pandemia que ha ocasionado cierres de los establecimientos comunitario por tal motivos se mantienen inactivos, y se reactivan con las respectivas medidas de bioseguridad por lo que fue afectada por la pandemia SARS-COVID-19,para el desarrollo del turismo que es socialmente rentable y ambientalmente equilibrado apostando como un ente generador de empleo que permite a los pobladores de la zona tener ingresos económicos a su vez promover los diferentes atractivos turísticos servicios| y actividades comunitarias que posee donde se está recuperando la economía, en donde

ya se reactivaron con un aforo del 50% y tomando su respectivas medidas de bioseguridad, por lo tanto el presente Proyecto de Titulación tiene como propósito, elaborar un Plan de Reactivación Turística post SARS-COVID-19, para el centro de Turismo Comunitario Paz Yaku. Cantón Mera, Provincia de Pastaza.

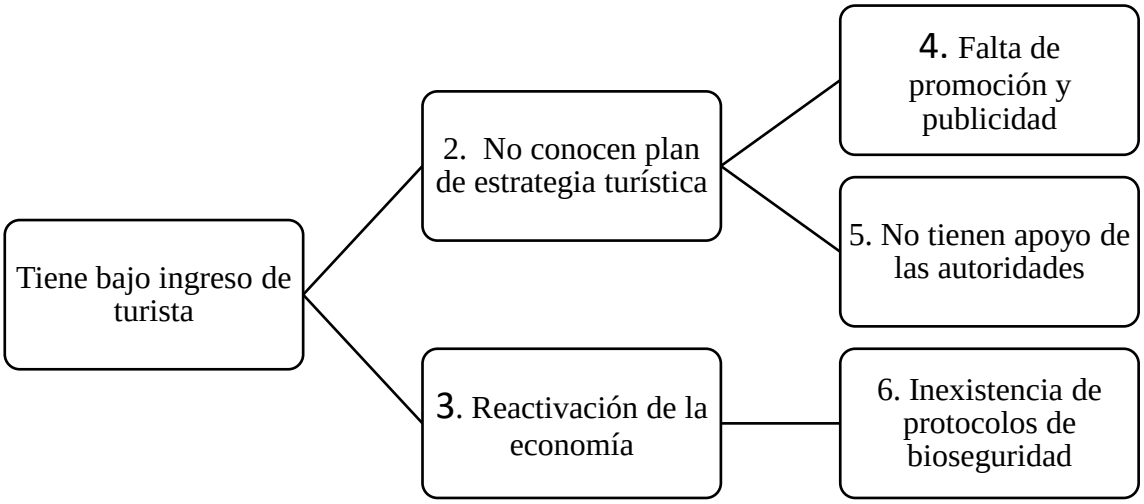


Figura 1 – 1: *Árbol de Problema*
Fuente: Trabajo de campo

La situación de la oferta turismo comunitario Paz Yaku no está actualizada y se desconoce la demanda actual que tiene, donde algunas organizaciones tienen el apoyo administrativo para la reactivación de la actividad turística por el POST SARS-COVID-19. En la actualidad el turismo Comunitario de Paz Yaku no tiene definidas la visión, misión, políticas, objetivos estratégicos, indicadores, medios de verificación, presupuesto y cronograma para su reactivación y operación. Además, se está implementando los protocolos de bioseguridad para recibir y ofrecer los servicios turísticos y tener una mejor demanda y oferta.

En el Centro de Turístico Comunitario Paz Yaku, no existe un diagnóstico actual del centro de Turismo Comunitario, no cuenta con la visión, misión, objetivos estratégicos, mapa estratégico y presupuesto, así como también no existe estrategias de promoción y publicidad para la reactivación post COVID 19.

1.1.1. Pregunta de investigación

¿Cómo la elaboración del plan turístico contribuirá la reactivación de Centro de Turismo Comunitario Paz Yaku post SARS-COVID-19?

1.2.Objetivos

1.2.1. General

Elaborar el plan de reactivación turística post COVID 19, para el Centro de Turismo Comunitario Paz Yaku. Parroquia Madre Tierra, Cantón Mera, Provincia De Pastaza.

1.2.2. Específicos

- ✓ Diagnosticar la situación actual del Centro de Turismo Comunitario Paz Yaku.
- ✓ Establecer la visión, misión, objetivos estratégicos, mapa estratégico y presupuesto.
- ✓ Diseñar estrategias de promoción, publicidad y protocolos de bioseguridad para la reactivación post COVID 19.

1.3.Justificación

El mundo enfrenta a una gran crisis en el sector económico de igual forma el sector turístico, a nivel mundial ha sufrido grandes pérdidas turísticas y cierres de fronteras ocasionando una gran caída del 22% de llegadas de turistas internacionales a finales de marzo 2020, mientras se mantiene el confinamiento tiene la posibilidad de incrementar un 58% a 78% hasta el mes de diciembre del presente año, según anunció la Organización Mundial del Turismo (UNWTO, 2020).

Según el Ministerio de Turismo - MINTUR, (2019), la actividad turística en cifras de contribución directa al PIB en 2019 fue de 2.2%, generando un ingreso de 2,287.5 USD por el turismo receptor, de la misma forma los establecimientos registrados en el catastro turístico, hasta el año 2019 existen 24.257 establecimientos registrados, 4.211 servicios de alojamiento, 16.443 alimentos y bebidas, **39 centros de turismo comunitario**, 463 agencias de servicios turísticos, lugares de atracción 306 turística y transportes turísticos, además existían 447.382 empleados dedicado a la actividad de los servicio de alejamiento y alimentación.

Según las cifras del MINTUR, (2020), al país ingresaron en el 2019 una cantidad de 2,107.692 visitantes que representaba -16.86%, en comparación con 2018 y hasta mes de

marzo 2020 ingresaron al país 375.902 visitantes que representa una disminución de -82,17%, tras la emergencia sanitaria a causa de Covid- 19 que conllevó a tomar medidas drásticas cerrando las fronteras, desde Enero a Septiembre el ingreso de extranjeros ha reducido a 14,398 visitas que representa a -93.64%.

Según el Proyecto de Investigación Vargas (2015), en la provincia de Pastaza existen dos Centro de Turismo Comunitario (CTC) que es reconocida a nivel internacional y más se encuentran registradas en los datos del Ministerio de Turismo hasta marzo de 2020, total de 22 emprendimientos de turismo comunitario, 11 son Centros de Turismo Comunitario netamente como lo dice los conceptos teóricos y 11 son más emprendimientos familiares y privados que han cerrado o aun lo mantienen vigente. Estos 11 CTC son de nacionalidades indígenas de Pastaza Kichwa, Achuar, Shuar, Sapara, pero no cuentan con registro e información. En la actualidad no se encuentran operando por la situación de la pandemia SARS-COVID-19 que se ha esparcido a nivel mundial y esto hace que lleguen a tener perdida en sus ingresos económicos comunitarios.

PAZ YAKU es una comunidad ecológica de conservación ecológica de plantas medicinales y con costumbres y tradiciones, es un pueblo histórico y mantienen sus raíces, su lengua es Kichwa y la gente mantiene su propia cultura y tradiciones y sus pobladores viven de cacería y pesca, artesanía, agricultura etc (GoRaymi, 2020).

Por lo tanto, el objetivo del centro turístico Paz Yaku es mantener el emprendimiento turístico, en la actualidad se ha presentado inconvenientes en la presencia de turistas a la comunidad por las afectaciones de la actividad turística, y también la pandemia SARS-COVID-19, afectado fuerte en la localidad, esta realidad también afecto en la comunidad de Paz Yaku, provocando el cierre de los centros turísticos.

CAPITULO II

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Es muy importante dar a conocer la fundamentación de las definiciones de puntos clave donde se puede establecer para el cumplimiento de los objetivos propuestos del proyecto

2.1.Turismo

De acuerdo a los datos publicados por la Escuela Universitaria de Turismo de Murcia (2012), el crecimiento sustancial de la actividad turística la convierte en uno de los fenómenos económicos y sociales más notables de los últimos siglos. El turismo cambio de una concepción estandarizada y de gran escala a un nuevo turismo sustentado en tres principios: flexibilización de la producción, sostenibilidad del destino y personalización del consumo.

Según Montenegro (2018), el turismo también puede concebirse como un derecho del ser humano, así lo establece la Organización de las Naciones Unidas que en la declaración de derechos humanos reconoce el derecho al cambio de residencia, al trabajo, desplazamiento y a los viajes.

2.2.Turismo comunitario

Según los estudios de Fernández, M. (2011), el turismo alternativo/turismo de base comunitaria, es un conjunto de servicios (y características) de hospitalidad ofrecidos a los visitantes por parte de individuos, familias o una comunidad local. Un objetivo prioritario del turismo alternativo/turismo de base comunitaria, es establecer una intercomunicación directa y un mutuo entendimiento personal/cultural entre anfitriones e invitados.

El concepto de Rivera, C. (2019), indica que el turismo comunitario es un conjunto de personas dentro de una comunidad que permite el desarrollo turístico prevaleciendo responsablemente los recursos naturales y culturales.

2.2.1. Turismo rural

Según la Organización Mundial de Turismo (2019), el turismo rural es un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés.

2.3.Sistema turístico

De acuerdo a Pineda, A. (2019), el sistema Turístico son las relaciones que se caracterizan su funcionamiento y las relaciones son las que forman el sistema turístico. Son conjunto de elementos que se relacionan e interactúan entre sí para poner en funcionamiento del sistema.

Los principales elementos que componen el sistema turístico según Boullón (2006), son: demanda turística para medir de forma cuantitativa (registro en números) y cualitativa (grado de satisfacción); oferta turística (mercancía o servicio para el consumidor a un precio y periodo dado); producto turístico (bienes y/o servicios); planta turística (equipamientos, instalaciones que prestan los servicios básicos y facilitan la actividad turística), atractivos turístico (materia prima para operar y motivar a turistas); infraestructura bienes y/o servicios para sostener las estructuras sociales y productivas (educación, vivienda, salud, transporte, comunicación, etc.) y superestructura relacionado con los organismos públicos, privados que se encargan de modificar, mejorar y facilitar el sistema productivo y venta de servicios.

2.3.1. Atractivos turísticos

De acuerdo a Guerrero, P. (2014), define como atractivo turístico como la interacción entre un subsistema de Origen (visitantes) y un subsistema de Destino (constructo socio natural receptor). A su vez, se define en nuevos subsistemas: (natural, artificial, social, cultural, económico y político), cada uno de los cuales posee recursos turísticos.

Según Santiago, D. (2019), indica que un atractivo, es el resultado de un registro valorado que, por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen

parte del patrimonio turístico. Es un elemento base para la gestión, planificación, ejecución y evaluación turística del territorio.

2.3.2. Oferta

La oferta turística, según Arrunda, D. (2012), la define como la cantidad de bienes y de servicios que una empresa (o conjunto de empresas) está apta para producir y colocar en el mercado a determinado precio, con determinada calidad, en determinado lugar y por determinado período de tiempo

Mientras que Crosby, A. (1996), hace referencia a la oferta turística como el conjunto de bienes y servicios (confor*m*an el producto), que se le ofrece a un usuario turístico, en un lugar determinado para ser consumidos.

2.3.3. Demanda

Una demanda turística, de acuerdo a Rigol-Madrazo, L. (2009), puede ser definida, de un modo semejante a cualquier otro tipo de demanda, aunque tiene, no obstante, unas características que la diferencian de la demanda de aquellos otros bienes o servicios no turísticos, las cuales se deben tener en cuenta para no caer en simplificaciones y para evitar posibles errores futuros de planificación que se podrían producir por el hecho de obviarlas.

2.3.4. Infraestructura

En la economía moderna se entiende por infraestructura a la dotación de bienes y servicios con que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas. Forman parte de la misma, la educación, los servicios de salud, la vivienda, los transportes, las comunicaciones y la energía. Dado el carácter de apoyo a la población de un país en su conjunto, también se denomina a las inversiones en infraestructura (teléfonos, carreteras, ferrocarriles, puentes, viviendas, escuelas, hospitales, represas, etc.), "capital social fijo" (Varisco, 2016).

2.3.5. Supraestructura

Según Varisco, C. (2013), una supraestructura es aquel soporte del cual hacen parte las entidades públicas e institutos públicos y privados, internacionales o nacionales, estos tienen como función el fomento y desarrollo del turismo dentro de la superestructura participan departamentos y municipios junto a entidades nacionales las cuales tienes como función específica la promoción de los mismos.

Por otro lado, Marcó, F. (2019), indica que es el conjunto de organismos públicos y privados que regulan, fomentan y coordinan la actividad turística; y afirma que es una organización compleja que permite armonizar tanto la producción y venta de bienes y/o servicios que se han de producir por las obras de infraestructura y las empresas que comprenden el equipamiento, como las relaciones resultantes de la práctica de turismo.

2.4.Plan

Es el proceso del planeamiento estratégico, se efectúa la elaboración de diversos escenarios posibles, con la alteración de una o más variables relevantes. Se estudia el concepto de escenario, sobre cuya definición no hay unidad, para el esclarecimiento necesario se propone distinguir entre futuros deseados, probables y posibles. Donde un futuro deseado es parte de la visión, el futuro probable es la predicción que futuro que se hace a partir de los indicadores y evidencia disponibles. El futuro posible es más amplio y que incluye a los probables como los deseados (Matus, 1998).

2.5.Plan de reactivación

Para Betancourt, K. (2021), menciona que, para la recuperación, se hace necesario proporcionar estímulos financieros, aplicar políticas fiscales favorables, avanzar en la digitalización, impulsar el marketing y brindar información que incremente la confianza de los consumidores.

Para empezar, se enfoca en la recuperación económica, para medir los impactos del COVID-19, mediante análisis cualitativos y cuantitativos de la situación actual, además

de desarrollar planes de recuperación estratégicos en cada país de acuerdo a su respectivo contexto, y, asimismo, el apoyo a programas de micro, pequeñas y medianas empresas, con el fin de reorientar la cadena de valor del turismo hacia la sostenibilidad.

2.6.FODA

El concepto que aborda Sarli (2015) recalca la necesidad de realizar sistemáticamente y en forma continua acciones de evaluación para efectos de diagnóstico en las organizaciones del sector productivo, basadas en la aplicación de una herramienta objetiva, práctica y viable, conocida como matriz FODA y proporcionar juicios para la construcción de un balance estratégico, que representa para la dirección de las organizaciones la posibilidad de participar en forma exitosa en la implantación de estrategias.

2.6.1. Fortaleza

Para Sarli, R. (2015) las fortalezas y oportunidades son, en conjunto, las capacidades, esto es, los aspectos fuertes como débiles de las organizaciones o empresas competidoras (productos, distribución, comercialización y ventas, operaciones, investigación ingeniería, costos generales, estructura financiera, organización, habilidad directiva, etc.)

2.6.2. Debilidades

Según Otero, D. (2006), manifiesta que son limites, fallas o defectos que presenta una empresa y que constituyen una barrera para alcanzar sus objetivos; por lo general, esto se registra porque la unidad económica tiene un desempeño pobre o porque sus capacidades y sus recursos son inferiores que los de la competencia.

2.6.3. Oportunidades

Para Ponce, H. (2007), las oportunidades componen aquellas fuerzas ambientales externas no controlables por la organización, pero que representan elementos potenciales de crecimiento o mejoría. La oportunidad en el medio es un factor de gran importancia que permite de alguna manera moldear las estrategias de las organizaciones

2.6.4. Amenazas

Según Ponce, H. (2007), menciona que representan la suma de las fuerzas ambientales no controlables por la organización, pero que representan fuerzas o aspectos negativos y problemas potenciales.

Las amenazas en el análisis FODA son todos aquellos problemas, desafíos, obstáculos o dificultades por los que puede atravesar una empresa. Estas situaciones negativas pueden llegar a provocar problemas, conflictos o hasta poner en riesgo la permanencia de la organización.

2.6.5. MEFE

Una vez elaboradas las matrices FODA y MAFE, existen otras matrices que pueden enriquecer el análisis estratégico. La siguiente matriz es de evaluación de los factores externos como lo propone en el cuadro 4, observando algunos cambios con respecto a las anteriores, ya que establece un análisis cuantitativo simple de los factores externos, es decir, de las oportunidades y las amenazas. (Ponce, 2007).

2.6.6. Visión

De acuerdo a Thompson, I. (2006), la visión se encarga de contestar las preguntas que nos hacemos sobre lo que quiere la empresa a futuro, deseable y posible, determinándose las aspiraciones cualitativas (propósitos) y cuantitativas (objetivos). Por otro lado, Benavides, C. (2003), establece que una visión expresa las aspiraciones fundamentales de una organización, apelando por lo general a las emociones e inteligencia de sus miembros. Una declaración de visión dota de “espíritu” a las declaraciones de misión.

2.6.7. Misión

Para Thompson, I. (2006), expone que la misión de una organización es su finalidad específica, que la distingue de otras de su tipo. Igualmente señala que la misión es la

finalidad más amplia que una organización escoge para sí misma, y la señala en base a términos de sus productos o servicios que ofrece al mercado, o clientela que le sirve.

2.6.8. Objetivos estratégicos

Para Andía, W. (2016), los objetivos estratégicos son, por definición, objetivos de mediano y largo plazo, orientados al logro de la misión de la organización. Son los resultados más relevantes y de mayor nivel que la institución espera lograr para cumplir con su misión.

2.6.9. Mapa estratégico

De acuerdo a Landa, L. (2020), menciona que el mapa estratégico proporciona información en forma simple y de fácil entendimiento para describir la estrategia de una organización, con la finalidad de definir y establecer los objetivos más importantes que permitirán establecer indicadores a corto mediano y largo plazo.

Presupuesto.

Acorde con lo expuesto, Parra, J. (2017), afirma que el presupuesto es una herramienta administrativa de planeación y control financiero donde se presentan ordenadamente y en términos monetarios, los resultados previstos de un plan, un proyecto, una estrategia. De igual forma el autor señala que el presupuesto no es algo aislado, más bien; como herramienta administrativa, es el resultado del desarrollo eficaz del proceso gerencial, en tal sentido:

- El presupuesto se encuentra íntimamente relacionado con la planeación financiera.
- El presupuesto está orientado hacia el futuro y no hacia el pasado, el presupuesto puede referirse a cualquier lapso de tiempo (días, semanas, meses y años).

2.7.Estrategias de promoción y publicidad

Según Tellis, G. (2022), hace mención que la publicidad es comunicar al consumidor final o al cliente acerca de productos del anunciante y los beneficios de la marca y, después de todo se trata de influir para que este elija esa marca. La publicidad, es una comunicación no personal, sufragada por un patrocinador identificado y que implica una comunicación

masiva, por medio de periódicos, la publicidad en si trata de fijar el nombre de a imagen de la marca en la mente del consumidor durante un largo tiempo.
Es un documento escrito, que se realiza correctamente la publicidad a largo plazo, y debe enfocarse a largo plazo, por lo cual se pretende cumplir y resolver los problemas publicitarios que tiene la comunidad Paz Yaku.

2.7.1. Slogan

Según Rodriguez, L. (2018), menciona que el slogan son frases que pretenden comunicar aspectos descriptivos o persuasivos sobre una marca. En el plano teórico el slogan debería reunir varias características para que puedan servir con eficacia a la marca sobre la que pretender comunicar, el slogan que tiene pocas palabras tiende a ser recordados con más facilidad que los eslóganes con muchas palabras.

2.7.2. Isologo

Para Cardona, A. (2017), un Isologo es el resultado de la combinación de elementos gráficos tales como símbolos, formas, colores y letras que logran reflejar la identidad corporativa de una empresa, proyecto, persona, entre otros. Existen varios tipos, los cuales son:
Isologo: Compuestos por tipografía y símbolos que no pueden separarse.

2.7.3. Redes sociales

Una red social se define como un servicio que permite a los individuos (1) construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, (2) articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y (3) ver y recorrer su lista de las conexiones y de las realizadas por otros dentro del sistema. La naturaleza y la nomenclatura de estas conexiones pueden variar de un sitio a otro. Estas autoras han desarrollado un artículo en el cual se detalla la historia de las redes sociales, desde la aparición del primer sitio reconocido de red social en 1997, de. En este artículo, también se incluyen referencias de investigaciones sobre el tema de la privacidad en las redes sociales relacionadas con la seguridad, las amenazas potenciales para los más jóvenes, entre otras (Ángel, et *al*. 2020).

CAPITULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.Localización



Figura 2 - 3: Mapa político del Ecuador
Fuente: GADP Pastaza, 2019



Figura 3 - 3: Mapa del Provincia Pastaza
Fuente: GADP Pastaza, 2019



Figura 4 – 3: ***Mapa del centro turístico Paz Yaku***
Fuente: Google Earth

Paz Yaku está ubicado en las faldas de la montaña Jacalú Urku en el kilómetro 1 vía Puerto Santana, parroquia Madre Tierra del cantón Mera, en la provincia de Pastaza.

3.1.1. Limites

La Parroquia Madre Tierra se encuentra ubicada al Suroeste de la Provincia de Pastaza, sus límites son: Norte: hasta encontrase con la carretera, hasta topar con el puente del rio Pindo Grande Sur: partiendo del rio Pastaza, el límite divisorio entre la comuna indígena y la parroquia a formarse límites, se encuentran enmarcados hitos puestos por los Señores Ingenieros del departamento de tierras baldías del I.N.C. partiendo desde el puente sobre el río Pindo Grande, debajo del margen derecho del mismo río hasta encontrarse con el lindero de la parroquia Tarqui y la de Madre Tierra Oeste: el río Pastaza del punto de partida norte al punto de partida sur (SENPLADES, 2010).

Limites:

Norte: Provincias de Napo Y Orellana

Sur: Provincia de Morona Santiago

Este: Republica de Perú

Oeste: Provincia de Tungurahua

3.2.Tipo o diseño de investigación

3.2.1. Enfoque cualitativo

Es un tipo de investigación sin mediciones numéricas, tomando encuestas, entrevistas, descripciones, experiencias de los investigadores, reconstrucción de hechos suscitados, no imponiendo en general la prueba de hipótesis como algo necesario en el proceso investigativo. Las herramientas cualitativas intentar definir las preguntas de investigación. Destacar que en este enfoque se pueden desarrollar las preguntas de investigación a lo largo del proceso investigativo; al inicio, en el trascurso y después. El proceso de investigación es más dinámico mediante la interpretación de los hechos, su alcance es más bien el entender las variables que intervienen en el proceso más que medirlas y acotarlas. Este enfoque tiene su mayor eficacia en las ciencias sociales (Cabezas, 2018).

3.2.2. Exploratoria

Según Hernández, R. (2014), los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas.

Los estudios exploratorios son como realizar un viaje a un sitio desconocido, del cual no hemos visto ningún documental ni leído ningún libro, sino que simplemente alguien nos hizo un breve comentario. Al llegar no sabemos qué atracciones visitar, a qué museos ir, en qué lugares se come bien, cómo es la gente; en otras palabras, ignoramos mucho del sitio. Lo primero que hacemos es explorar: preguntar sobre qué hacer y a dónde ir al taxista o al chofer del autobús que nos llevará al hotel donde nos hospedaremos; además, debemos pedir información a quien nos atienda en la recepción, al camarero, al cantinero del bar del hotel y, en fin, a cuanta persona veamos amigable. Desde luego, si ya había información del lugar y no la buscamos, perdimos dinero y mucho tiempo. De esta forma, quizá veamos un espectáculo no tan agradable y caro, al tiempo que nos perdemos de uno

fascinante y más económico; por supuesto que, en el caso de la investigación científica, la inadecuada revisión de la literatura trae consecuencias más negativas que la simple frustración de gastar en algo que a fin de cuentas no nos gustó (Hernández, 2014).

3.2.3. Descriptiva

De acuerdo Mousalli-Kayat, G. (2015), los diseños descriptivos buscan especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre las variables a las que se refieren. Esto es, su objetivo no es como se relacionan éstas. Valor: Es útil para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de los fenómenos, suceso, comunidad, contexto o situación.

3.2.4. No experimental

Castañeda (2013), lo define como la investigación educativa y pedagógica donde se emplean por ejemplo en la validación de materiales instruccionales como métodos de enseñanza, textos, ambientes escolares, etc. Todo esto en pequeños grupos y en contextos experimentales. Un experimento es una investigación en la cual el investigador manipula y controla una o más variables independientes y observa la o las variables dependientes para medir las variaciones concomitantes.

3.2.5. Documental o bibliográfico

Según Jeréz (2020), lo define como un servicio de información retrospectivo, en oposición a un servicio de información corriente, de una Unidad de Información. Se entiende por Unidad de Información aquella institución dedicada a la recopilación, procesamiento y difusión de la información científica y técnica. Este trabajo lo hacen las Bibliotecas, los Centros de Documentación y/o Información, los Bancos de Datos, los Centros de Análisis de Información, los Archivos, los Museos, etc. Por lo que, estas Instituciones, constituyen Unidades de Información. Por ello mismo, son un lugar de trabajo natural del investigador. Es decir, el espacio donde el investigador obtiene información.

3.3.Métodos de investigación

3.3.1. Inductivo

El modelo inductivo que etimológicamente se deriva de la conducción a o hacía— es un método basado en el razonamiento, el cual "permite pasar de hechos particulares a los principios generales". Fundamentalmente consiste en estudiar u observar hechos o experiencias particulares con el fin de llegar a conclusiones que puedan inducir, o permitir derivar de ello los fundamentos de una teoría. (Aulestia, 2021)

De acuerdo con José Prieto (2017), menciona que uno de los problemas de este tipo de método es que solo puede ser aplicado a objetos de cierta clase, cuyas partes deben ser identificables durante el estudio. Cabe destacar que la anterior condición se formula con el fin de encontrar todos los elementos propios del análisis. En ese sentido, la inducción científica no podrá ser completa en el contexto del conocimiento buscado, ya que es casi imposible observar todos los elementos que influyen en la investigación. En suma, para probar que una teoría es cierta o correcta se usan las estadísticas que permitirían confirmar o desvirtuar la postura de que determinada teoría en estudio es en efecto correcta

3.3.2. Observación

La observación participante es el proceso que faculta a los investigadores a aprender acerca de las actividades de las personas en estudio en el escenario natural a través de la observación y participando en sus actividades. Provee el contexto para desarrollar directrices de muestreo y guías de entrevistas (Kawulich, 2005)

- ✓ Para el cumplimiento del primer objetivo específico: Diagnosticar la situación actual del centro de turismo comunitario Paz Yaku se utilizará análisis FODA (MEFE) y sistema turístico (atractivos turísticos, oferta y demanda, infraestructura y supraestructura).
- ✓ Para el cumplimiento del segundo objetivo específico: Establecer la visión, misión, objetivos estratégicos, mapa estratégico y presupuesto, se utilizará la metodología de Plan Estratégico.

- ✓ Para el cumplimiento del tercer objetivo específico: Diseñar estrategias de promoción y publicidad para la reactivación post COVID 19, se utilizará diseño de logo, publicidad en redes sociales.

.

CAPITULO IV

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. Diagnóstico de la situación actual del centro de Turismo Comunitario Paz Yacu.

4.1.1. Atractivos turísticos

Son el conjunto de elementos materiales e inmateriales que posee el centro turístico de Paz Yacu y son capaces de ser convertidos en un producto turístico, pudiendo incidir sobre el proceso de decisión de turista provocando su visita.

Atractivo #1

1. **Datos Generales**

a) **Nombre**: Mirador Samay Urku
b) **Categoría:** Atractivo Natural
c) Tipo: Montaña
d) **Subtipo**: Baja Montaña

1.1. Ubicación

a) **Provincia:** Pastaza
b) **Cantón:** Mera
c) **Parroquia**: Madre Tierra
d) Latitud: -1572475
e) Longitud: -78.023855
f) Altura: 1.128msnm



Figura 5 – 4: *Mirador Samay Urku*
Fuente: Andreina Punguil

2.Calidad

a) Características

Temperatura entre los 19 °c y 21°c, su precipitación Pluviometrica:4200mm.

El mirador Samay Urku se encuentra a 1128 msnm para llegar al mirador se recorrió un sendero que se encuentra un buen estado a través del recorrido que dura 40 minutos se puede observar la grande variedad de flora, orquídeas, líneas, árboles maderables, arbustos hacen de este lugar único, finalmente, cuando se llega al mirador se encuentra una cabaña típica donde se puede descansar y un área para realizar camping, rodeado de una exuberante naturaleza y ambiente de tranquilidad.

Desde el mirador se puede mirar el majestuoso volcán Sangay el brazo del rio Pastaza, el cantón Mera y los asentamientos que se encuentran cerca de la comunidad

b) Valor intrínseco

Es un sitio natural donde se puede realizar estudios científicos ya que están rodeada de una gran vegetación, también se puede observar la comunidad Paz Yaku diferentes flora y fauna.

Flora: orquídeas, bromelias, anturios, y heliconias (platanillo)

Fauna: loros, pájaros, pavas de monte, mono chichico, mariposa y otras especies.

c) Valor extrínseco

Se llama Urcu Yuasi, Urcu en español es montaña o loma y Yausi significa casa debido que existen unas cabañas en la loma los turistas pueden realizar diferentes actividades como camping, descanso etc.

d) Estado de conservación

Conservado

Causa: los comuneros conservan este lugar por lo que no arrojar ni queman la basura el suelo no está erupcionando o compactado debido a que este punto no llega muchos turistas.

e) Entorno

Semi-intervenido

Causa: alrededor del mirador se encuentra en las buenas condiciones.

3.Apoyo

3.1. Infraestructura vial y acceso

a) Tipo: Terrestres **d) Transporte:** Bus, taxi

b) Subtipo: Sendero **e) Frecuencia:** Todos los días

c) Estado de vía: Bueno **f) Temporalidad de Acceso:** Todo el año

Observación: En época de invierno no es recomendable visitar el atractivo hay demasiada precipitación de agua y el sendero que hace el difícil acceso.

3.2. Facilidades turísticas

La información turística de sitio es dada por los guías nativos de la comunidad, se puede acceder los servicios de alojamientos, alimentación entro otras de la comunidad.

3.3. Infraestructura básica

a) Agua: Entubada

b) **Energía eléctrica:** Si existe

c) **Alcantarillado:** Pozo séptico

3.4. Asociación con otros atractivos

a. **Nombre:** Paz Yaku **Distancia**: 45 minutos

4**. significado**

Difusión: local

5. Valoración

Tabla 1 – 4: *Valoración de atractivo turístico 1*

Variable	Factor	Puntos
Calidad	a. Valor intrínseco	10
	b. Valor extrínseco	12
	c. Estado se conservación	10
	d. Entorno	10
Apoyo	Acceso	9
	Servicio	9
	Asociación con otros atractivos.	0
Significado	Local	8
	Provincial	
	Nacional	
	Internacional	
Total		68

Fuente: trabajo de campo
Elaborado por: Andreina Punguil -Edgar Tiwi

Jerarquización

El mirador Urcu Huasi tiene una valoración de 66/100 por lo q tiene una jerarquía II es capaz de motivar a los visitantes de mercados internos con un menor porcentaje al mercado internacional solo o por otros atractivos.

Atractivo # 2

1. **Datos Generales**
2. **Nombre**: Sendero Botánico Anita Nambyo
3. **Categoría:** Atractivo Natural

c) Tipo: Realizaciones técnico

d) **Subtipo**: Centro de exhibición flora y fauna

2. **Ubicación**

a) Provincia: Pastaza
b) Cantón: Mera
c) Parroquia: Madre Tierra
d) Latitud: -1.573099
e) Longitud: -78.027442
f) Altura: -961m.n.s.m



Figura 6 – 4: *Sendero Botánico Anita Nambyo*
Fuente: Andreina Punguil

2. Calidad

a) Características

Temperatura entre los 19 °c y 21°c, su precipitación pluviométrica 4.200mm.

Sendero Botánico Anita Ñamby tiene extensión de 37 metros, el camino es empedrado con materiales propias de la zona durante el recorrido se puede observar distintas especies vegetales tanto amazónicas e introducidas tales como: orquídeas, bromelias, plantas medicinales, plantas comestibles, hongos, plantas herbáceas, árboles maderables, guadua, palmito etc., y un sin número de insectos aves endémicas. Al final del recorrido se encuentra una pequeña cascada y un área de camping.

b) Valor intrínseco

Es un sitio natura el turista puede quedarse maravillado con la belleza de estas plantas que están rodeada de una gran vegetación, también se puede observar la comunidad Paz Yaku diferentes flora y fauna.

Flora: orquídeas, bromelias, anturios, y heliconias (platanillo)

Fauna: loros, pájaros, pavas de monte, mono chichico, mariposa y otras especies.

c) **valor extrínseco**

Se llama Urcu Yuasi, Urcu en español es montaña o loma y Yausi significa casa debido que existen unas cabañas en la loma los turistas pueden realizar diferentes actividades como camping, descanso etc.

d) Estado de conservación

Conservado

Causa: la gente de la comunidad conserva este lugar ya que tipo de sendero donde va generando para su economía y alimentación.

e) **Entorno**

Bueno

Causa: Debido a la gran variedad de especies de flor exótica en el sitio.

3.Apoyo

3.1. Infraestructura vial y acceso

a) Tipo: Terrestres

b) Subtipo: Sendero

c)Estado de vía: Bueno

d). Transporte: Se accede a pie al lugar turístico.

e) Frecuencia: Todos los días

f) Temporalidad de acceso: Todo el año

Observación: En época de invierno no es recomendable visitar el atractivo hay demasiada precipitación de agua y el sendero que hace el difícil acceso.

3.2. Facilidades turísticas

La información turística de sitio es dada por los guías nativos de la comunidad, se puede acceder los servicios de alojamientos, alimentación entro otras de la comunidad.

3.3. I**nfraestructura básica**

a) **Agua**: Entubada

b) **Energía Eléctrica:** Si existe

c) **Alcantarillado:** Pozo séptico

3.4. **Asociación con otros atractivos**

a. **Nombre:** Paz Yaku **Distancia**:50 minutos

4**. Significado**

Difusión: local

5. Valoración

Tabla 2 – 4: *Valoración de atractivo turístico 2*

Variable	Factor	Puntos
Calidad	a. Valor intrínseco	10
	b. valor extrínseco	12
	c. estado se conservación	8
	d. entorno	8
Apoyo	Acceso	8
	Servicio	7
	Asociación con otros atractivos.	3
Significado	Local	9
	Provincial	
	Nacional	
	Internacional	
Total		65

Fuente: trabajo de campo
Elaborado por: Andreina Punguil -Edgar Tiwi

Jerarquía

El mirador Urcu Huasi tiene una valoración de 65/100 por lo que tiene una jerarquía la jerarquía II, es capaz de motivar a los visitantes de mercados internos con un menor porcentaje al mercado internacional solo o por otros atractivos.

Atractivo # 3

1. Datos Generales

a). Nombre: Gastronomía Kichwa Paz y Yaku **c) Tipo:** Folklore

b). Categoría: Manifestaciones culturales d) **Subtipo**: Gastronomía

2. **Ubicación**

- **a) Provincia:** Pastaza
- **b) Cantón:** Mera
- **c) Parroquia**: Madre Tierra
- **d) Latitud: -1.5771483**
- **e) Longitud: -78.028193**
- **f) Altitud: -959 m.s.n.m**



Figura 7 – 4: *Gastronomía Kichwa Paz y Yaku*
Fuente: Andreina Punguil

3. Descripción

Gastronomía Kichwa, a la cultura Kichwa tiene una gama de alimentos entre ellos cultivados y extraídos de la selva amazónica, los principales productos base son el pescado, chota curo, y especies vegetales, como la maría panga que se utiliza como ensalada o acompañado en el Maito que puedes ser de pollo, pescado u otra especie cual viene acompañado de yuca, plátano. Maduro, las bebidas más importantes son el Uku Yaku chicha de yuca, chicha de chonta, chicha de hongos que son una bebida muy refrescante y muy nutritiva.

Los platos típicos es el Maito acompañado con la chicha de chonta o yuca, otra comida típica es el mayones conocidas como gusano de chonta, Maito puede ser de tilapia otros pescados y pollo, los cuales son preparados a base de hojas de bijao y palmito.

4. Centros poblados más cercanos

La parroquia Madre Tierra está a uno 45 minutos y también la ciudad de Puyo esta 20km, también se encuentra el puerto Santa Ana 1km.

5. Estado de conservación

6. **Entorno**
7. **Características climatológicas**

Aproximadamente está a 1000 msm, con una temperatura entre los 20°c-22°c, su precipitación pluviométrica es de 4000 y 8000 mm/anuales.

8. Infraestructura vial y acceso

a) Tipo: Terrestres

b) Subtipo: sendero

c) Estado de vía: Bueno

d). Transporte: Si existe buses**.**

e) Frecuencia: Todos los días

f) Temporalidad de acceso: La comunidad abre desde 8h00am en adelante.

9. Facilidades turísticas

La información de la cultura de sitio es dada por los guías nativos de la comunidad, se puede acceder los servicios de alojamientos, alimentación entro otras de la comunidad.

10. I*nfraestura básica*

a) **Agua**: entubada

b) **Energía eléctrica:** si existe

c) **Alcantarillado:** Pozo séptico

d) **Internet:** No existe acceso a internet

3.4. **Asociación con otros atractivos**

a. **Nombre:** Paz Yaku **Distancia**: 50minutos

4**. significado**

11. Difusión: local

Atractivo #4

2. Datos Generales

a). Nombre: Danza Kichwa **c) Tipo:** Folklore

b). Categoría: Manifestaciones culturales d) **Subtipo**: Danza Kichwa

2. **Ubicación**

- **g) Provincia:** Pastaza
- **h) Cantón:** Mera
- **i) Parroquia**: Madre Tierra
- **j) Latitud: -1.571483**
- **k) Longitud: -78-028193**
- **l) Altura: -959m.s.n.m**



Figura 8 – 4: *Danza Kichwa Paz Yaku*
Fuente: Andreina Punguil

3. Descripción

La cultura Kichwa ofrecen danza típica sobre todo durante eventos especiales o fiestas ceremoniales las cuales están conformadas por los miembro comunitarios los cuales realizan sus danzas con su propio vestuario que son realizado a mano con material de la zona, los varones vintén pantalones azul y se adornan con corona de plumas y coraleros

hechos de semillas y mullos extraídos de la selva llevan un tambor el cual van tocando al ritmo de la música, las mujeres visten faldas de hechos llanchama y adornados de aretes de plumas y su respectiva pintura de rostro.

4. Centros poblados más cercanos

La parroquia Madre Tierra está a uno 45 minutos y también la ciudad de Puyo esta 20km, también se encuentra el puerto Santa Ana 1km.

5. Estado de conservación

Conservación

Causas; Es conservado por las fiestas son prácticas en las visitas de los turistas y también en fechas especiales para la comunidad**.**

6. Entorno

Bueno

Causas: Los jóvenes ya no tienen el interés de las fiestas

7. Características climatológicas

Apropiadamente está a 1000 msm, con una temperatura entre los 20°c-22°c, su precipitación pluviométrica es de 4000 y 8000 mm/anuales.

8. Infraestructura vial y acceso

a) tipo: Terrestres

b) subtipo: sendero

c) estado de vía: Bueno

d). Transporte: Si existe buses**.**

e) frecuencia: Todos los días

f) temporalidad de acceso: la comunidad abre desde 8h00am en adelante.

9. Facilidades turísticas

La información de la cultura de sitio es dada por los guías nativos de la comunidad, se puede acceder los servicios de alojamientos, alimentación entro otras de la comunidad.

10. I**nfraestructura básica**

a) **Agua**: entubada

b) **Energía eléctrica:** si existe

c) **Alcantarillado:** Pozo séptico

d) **Internet:** No existe acceso a internet

3.4. **Asociación con otros atractivos**

a. **Nombre:** Paz Yaku **Distancia**: 50minutos

4**. significado**

11. Difusión: local

Tabla 3 – 4: *Resumen de la interpretación de los recursos naturales*

Categorización		Cantidad de atractivos	Porcentaje
Categoría	Sitio Natural	2	50%
	Manifestación cultural	2	50%
	Total	4	100%
Tipo	Montañas	1	25%
	Realización técnica científica	1	25%
	Folklore	2	50%
Total		4	100%
Estado de conservación	Conservado	2	50%
	Poco alterado	1	25%
	Alterado	1	25%
	Total	4	100%
Jerarquía	I	0	0%
	II	4	100%
	III	0	0%
	Total	**4**	**100%**

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Andreina Punguil -Edgar Tiwi

Análisis e interpretación

La comunidad de Paz Yaku presenta los atractivos turísticos, dos de las cuales están en categorías de sitios naturales y los otros dos están en la categoría de atractivos culturales. Los atractivo gastronomía y danza cultura son los que presentan rasgos excepcionales capaz motivar por sí solo o en conjunto con los otros atractivos continuos una corriente actual o potencial de visitantes nacional y extranjeros donde preséntalas condiciones adecuadas para el desarrollo del producto turístico.

4.1.2. Oferta

El centro turismo comunitario Paz Yacu, tiene diferentes productos y servicios que ponen a su disposición para el disfrute y el consumo de los visitantes durante su estadía en el lugar mencionado. Este resultado se basa en los componentes de la oferta turística.

Tabla 4 – 4: *Productos, servicios y actividades turísticas*

Producto	Servicio	Actividades
Turismo comunitario	• Alojamiento • Gastronomía • Guianza	• Caminatas • Intercambio cultural • Camping • Observación flora y fauna • Mirador

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Andreina Punguil -Edgar Tiwi

Tabla 5 – 4: *Precios de los servicios de la comunidad*

Detalles	Costos
Alojamiento	
Habitación	10,00
Alimentación y Bebidas	
Maito de tilapia	5,00
Maito de pollo	5,00
Caldo de pollo criollo	5,00
Guayusa	1,50
Actividades turísticas	
Guianza por 5pax	10,00
Ingreso a los atractivos turísticos	5,00
Equipos deportes de aventuras	5,00

Fuente: Trabajo de campo
Elaborado por: Andreina Punguil -Edgar Tiwi

4.1.3. Demanda del centro de turismo Paz Yaku

Para el análisis de la demanda se basó en los resultados obtenidos sobre la comunidad de Paz Yaku.

En la forma cuantitativa (registro números de turistas) y la forma cualitativa (grado de satisfacción por los servicios prestados) de los visitantes durante el año 2019.

Tabla 6 - 4. *Genero de los Turistas nacionales y extranjeros 2019.*

Genero	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Masculino	94	52,2	52,2
Femenino	86	47,8	100
Total	180	100	

Fuente: Guerrero Santana, J. O., & Andy Chimbo, S. G. (2020). Paz Yaku, Cantón Mera

Análisis e interpretación

Para el año 2019 se obtuvieron de total 180 encuestas de resultados obtenidos 52.2%de encuestados fueron hombres frente a 47,8de mujeres que observan en la tabla. Nacionales.

Tabla 7 – 4: *Meses que registran turistas durante 2019*

Meses	**Feb**	**Abr**	**Jun**	**Sep**	**Nov**	**Dic**
Extranjeros	14	4	25	6	12	8
Nacional	10	0	0	0	0	0

Fuente: Guerrero Santana, J. O., & Andy Chimbo, S. G. (2020). Paz Yaku, Cantón Mera

Análisis e interpretación

De los 12 meses del año 2019 solo síes presentan visitas de centro comunitario Paz Yaku, siendo el mes de junio con la mayor cantidad con 25 turistas y el mes más bajo de visitas es abril con tales cuatro turistas.

Tabla 8 – 4: *Perfil de los turistas durante 2019*

Extranjeros			**Nacionales**		
Procedencia	Cantidad	%	Procedencia	Cantidad	%
Franceses		24%	Cuenca	10	6%
Españoles	20	12%	Pastaza	6	4%
Norteamericano	8	5%	Otros	4	3%

Fuente: Guerrero Santana, J. O., & Andy Chimbo, S. G. (2020). Paz Yaku, Cantón Mera

Análisis e interpretación

Del total de 60 turistas que estuvieron en el centro turístico Paz Yacu en el 2019, la mayor procedencia de turistas extranjeros es de Francia con el 24% y la mayor precedencia de turistas nacionales proviene de la provincia Cuenca 6%.

Tabla 9 – 4: *Ingresos económicos registrados*

Meses	Feb	Abr	Jun	Sep	Nov	Dic	Total
Extranjeros	200	400	360	500	2500	1000	4960
Nacional	300	230	0	0	2000	0	2530
Total	500	630	360	500	4500	1000	7490

Fuente: Guerrero Santana, J. O., & Andy Chimbo, S. G. (2020). Paz Yaku, Cantón Mera

Análisis e interpretación

En cuanto a los ingresos generados por la actividad turística de la comunidad Paz Yaku se registra un valor total de 25.780 dólares americanos, siendo los meses de junio y noviembre los q representan mayores ingresos vienen principalmente de los turistas extranjeros.

4.1.4. Infraestructura

4.1.4.1.Transporte

Se puede tomar la línea cooperativa Rio Tigre desde la ciudad de puyo hasta la entrada de la comunidad para luego caminar por lapso de 30minutos hasta llegar a la comunidad Paz Yacu y para llega al atractivo se caminan unos 40 minutos por el sendero que se encuentra en un buen estado.

Se reactivarían a la juventud y a la comunidad motivándoles (enseñándoles nuevos modales atención al cliente, manipulación de los alimentos, instruir el idioma extranjero básico) que el turismo es una fuente ingreso económico para el bienestar de cada una de las familias que habitan en el lugar dándoles el conocimiento como mejorar los servicios prestados en la actualidad así los turistas se quedaran satisfechos así abra un ingreso en la comunidad, para que los jóvenes no pueden emigrar a otros cantones por fuente de empleos .

4.1.4.2.Vías de acceso

Se toma la vía Puyo-Madre Tierra que es de primer orden asfaltada hasta llegar al desvió Putuimi-la encañada de ahí se toma a la derecha por una calle de segunda orden que esta lastrada se toma una distancia 2/1km desde las instalaciones de Magap hasta Paz Yacu el

tiempo de recorrido desde la ciudad de Puyo hasta la comunidad es de 20 minutos en camioneta.

4.1.4.3.Salud

La comunidad no cuenta con establecimiento de salud, pero ingresar personal de cuales tres promotores de salud, y una unidad móvil de centro de salud Madre Tierra que hacen su visita anualmente los que realizan vacunas y atención prioritarias como a los niños recién nacidos llevándoles las vacunas y medicinas al sector, así como la población en general.

Los centros de salud más cercanos están localizados en la ciudad de Puyo, como el Hospital de Puyo, Centro de salud Mariscal, Subcentro de salud el Dorado, Subcentro Morete Puyo.

Para el tratamiento y cura de enfermedades leves como gripe, dolores estomacales, fiebres y malestar del cuerpo recuperen al shaman que realizan las limpias energéticas y curan con plantas medicinas que se encuentran en la zona.

4.1.4.4.Agua para consumo humano

Para el abastecimiento del líquido vital la comunidad cuenta con red de agua entubado por medio de sistema de tubería donde abastece a la zona que proviene de un tanga reservorio que es extraída de la montaña aledaña y es distribuida a cada familia la cual no cuenta ningún proceso de purificación ya que el agua baja de una vertiente de un área donde no existe polución, contaminación ambiental, la misma utilizan para la preparación de alimentos por medio de la ebullición.

4.1.4.5.Servicio sanitario

El servicio sanitario en el área rural no existe, por lo cual no cuentan con la implementación de alcantarillado, pero los habitantes han implementado en cuestión sanitaria 2 pozos séptico que están distribuidos en la zona, el primer servicio sanitario está ubicado junta al área de eventos y conferencias y el segunda junto al área de restauración los cuales están dotados con agua corriente e infraestructura adecuada para su funcionamiento.

4*.1.4.6. Energía eléctrica:*

La energía eléctrica es suministrada por la empresa eléctrica Ambato, por medio del sistema nacional Interconectado, cuenta con alumbrado público en las calles y cada casa tiene su propio medidor.

4.1.4.7. Servicio de telefonía:

No cuenta con telefonía fija ya que no existe el cableado telefónico en la zona ya que está alejada del área urbana, el teléfono móvil es el único medio de comunicación q ofrecen las empresas de telecomunicaciones como movistar, claro.

4.1.4.8. Educación:

La comunidad no cuenta con una institución básica en el sector por lo tanto los niños y jóvenes deben trasladarse a la ciudad de Puyo, Tarqui y Shell para recibir la educación primaria, secundaria y de tercer nivel.

4.1.4.9. Gastronomía.

La cultura Kichwa posee una gama de alimento entre cultivos y extraído de la selva amazónicas principales productos base son el pescado,chontacuro,moluscos ,especies vegetales como la maripanga que se utiliza como ensalada o acompañada en el Maito que puede ser de pollo, pescado u otra especie, la cual viene acompañada de yuca, papa china, plátano, maduro, las bebidas más importantes son Uku Yaku chicha de yuca, chicha de chonta, chicha de hongo que son unas bebida refrescante y nutritiva, los pinchos de chontaduros y ukuis o hormigas voladoras uno de los platos exóticos y solicitados por los turistas.

4.1.4.10 Vestimenta

El vestuario típico es utilizado en eventos especial, el mismo que es realizado a mano con materiales de la zona, los varones visten pantalones de tela azul y se adornan con coranas de plumas y corraleros hecho de semilla y mullos extraídos de la selva.

4.1.5. Superestructura

Relacionados con los organismos públicos, privados que se encargar modificar, mejorar y facilitar el sistema productivo y ventas de servicios.

Tabla 10 – 4: *Conformación de la Superestructura del centro turístico Paz Yaku*

Institución	Ámbito de apoyo	Apoyo recibido
Ministerio de Turismo zonal 3	Ejerce la rectoría, regulación, control, planificación, gestión, promoción difusión, a fin de posicionar al Ecuador como un destino turístico preferente por su excepcional diversidad cultural nacional y vivencial en el marco del turismo consciente somo actividad generadora de desarrollo socio económico y sostenible a través de la coordinación zonal 3.	Charlas y capacitaciones de emprendimiento turístico, así como la formación de guías nativos y nacionales.
Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial Madre Tierra	Promover la formación ciudadana e impulsar procesos de comunicación. Promover mecanismos permanentes de transparencias, rendición de cuentas y control social, sobre la gestión, implementación de las políticas públicas parroquiales.	Ha patrocinado algunos eventos culturales, actividades deportivas y recreativas en la comunidad
Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Pastaza	Formula los planes de desarrollo sustentable de su circunscripción territorial, así como, las políticas locales y sectoriales, que se elaboraron a partir de las prioridades, objetivos estratégicos del territorio ejes y líneas de acción, definidas en las instancias de participación.	Capacitación en temas relacionados a turismo comunitario en conjunto con otros entes reguladores, así como emprendimientos turísticos invitación a que participar en Ferias turísticas y Promoción turística.
Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pastaza	Promover el desarrollo sustentable de su circunscripción territorial provincial, para garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas provinciales en el marco de sus competencias constitucionales y legales.	Capacitación y talleres sobre agricultura y producción

Elaborado por: Andreina Punguil – Edgar Tiwi

4.1.6. Análisis FODA

En el presente proyecto de investigación se realizó el análisis de los resultados en base al planteamiento al problema, objetivo, justificación con la aplicación de la metodología propuesta. Para el procedimiento de los análisis resultados se procede a tomar datos anteriores realizados en diferentes proyectos realizados dentro de la comunidad lo cual permiten cumplir con los objetivos propuestos de la investigación.

Tabla 11 – 4: *Análisis FODA*

Evaluación interna	
Fortalezas	**Debilidades**
- Variedad de extensa flora y fauna	- Bajo conocimiento de atención al turista
- Interés por las comunidades por participar en las actividades Comunitarias	- Carencia de la señalética hacia el destino y atractivos del lugar
- Atractivos naturales y culturales	- Ausencia de un logotipo del turismo comunitario
- Sitio potencial para la actividad turística	- Poca publicidad del lugar y sus atractivos
- Disponibilidad de instalaciones de servicio de alojamiento	- Como conocimiento en el idioma de inglés
Evaluación externos	
Oportunidades	**Amenazas**
- Vías de acceso en estado perfectamente	- Crisis económica nivel mundial
- Población interesada en participar en actividades de turismo comunitario	- Duración de la pandemia incierta
	- Forma desconocida de la nueva normalidad

- Apoyo de instituciones públicas y privadas - Demanda por el turismo comunitario	- Competencias con nuevos servicios turístico

Elaborad por: Edgar Tiwi -Andreina Punguil

4.1.7. Análisis MEFE

Tabla 12 – 4: *Análisis MEFE*

Factores externos	Ponderación	Clasificación	R/ponderado
Oportunidades			
- Vías de acceso en estado perfectamente	0.14	2	0,28
- Población interesada en participar en actividades de turismo comunitario	0.16	3	0.48
- Apoyo de instituciones públicas y privadas			
- Demanda por el turismo comunitario	0.09	2	0.18
	0,15	3	0,45
Subtotal			1,39
AMENAZAS			
- Crisis económica nivel mundial	0,05	3	0,15
- Duración de la pandemia incierta	0,14	3	0.42
- Forma desconocida de la nueva normalidad			
- Competencias con nuevos servicios turístico	0.14	2	0.28
	0,13	3	0,39
Subtotal			1,24
Total	1		2,63

Elaborado por: Edgar Tiwi -Andreina Punguil

Análisis e interpretación

La matriz MEFE indica que los cuatros oportunidades identificadas presentan una puntuación de 1,39 y que las cuatro amenazas identificadas presentan un valor de 1,39.

La suma de los valores ponderados da como resultado 2,63 lo que indica que la comunidad puede hacer frente sus amenazas con las oportunidades que poseen.

4.2.Establecimiento de visión, misión, objetivos estratégicos, mapa estratégico y presupuesto.

4.2.1. Visión

Para el año 2027 el centro comunitario Paz Yacu se posesionará como un destino turístico vinculado al desarrollo comunitario, equitativo, asociativo y equilibrado, aprovechando la biodiversidad natural con el uso racional de los recursos y en lo cultural con el rescate

permanente de las costumbres y tradiciones del pueblo Kichwa, ejecutando planes y acciones que inciden en la economía local y que contribuyen al buen vivir de sus habitantes.

4.2.2. Misión

Fomentar el turismo como parte de una actividad productiva de Madre Tierra, mediante procesos integradores, participativos y concertados, que impulse el desarrollo económico y social de la comunidad Paz Yaku, generen ingresos y fuentes de empleos local, a través de microempresas agrícolas, artesanales y turística.

4.2.3. Objetivos estratégicos

- Establecer elementos de intervención inmediata enfocadas al refuerzo y adaptación a la nueva normalidad
- Adecuar el centro turístico para generar garantías de protección y asistencia al visitante.
- Promover una creación de un destino turístico adaptado a las nuevas tecnologías que ayuden a la prevención y control durante el tiempo que dure la crisis sanitaria.
- Iniciar y mantener un desarrollo sostenible sobre las actividades de los recursos naturales del centro turístico

4.2.4. Mapa estratégico

En esta fase se traduce los objetivos estratégicos en programas y proyectos e indicadores de medición. Es un patrón de decisiones coherente, unificador e integrador que establece y revela un propósito organizacional del Centro de Turismo Comunitario Paz Yaku en términos de:

- **Programas de acción:** Se deben considerar aquellos programas que durante el año serán planeados, organizados, ejecutados y evaluados como parte del avance en la ejecución del plan estratégico del Centro de Turismo Comunitario Paz Yaku.
- **Proyectos:** Se considerarán los proyectos que durante el período se encuentran en fase de preinversión (perfil, prefactibilidad y factibilidad) o de inversión (puesta en marcha, ejecución y evaluación), cada proyecto debe explicar sus objetivos, metas, actividades y tareas.
- Responsables del desarrollo de los proyectos.

- Indicadores de medición.
- Línea base de comportamiento para el futuro.
- Medios de verificación.
- Distribución de objetivos en el tiempo y en su desarrollo progresivo.
- Estructuración de las actividades y metas para la consecución de los propósitos previstos. Son las acciones que se ejecutarán con la finalidad de alcanzar los proyectos específicos propuestos.

Tabla 13 – 4: *Mapa Estratégico del centro turístico Paz Yaku periodo 2022 -2026*

Planes estratégicos: Centro de Turismo Comunitario Paz Yaku													
Mapa estratégico													
Objetivos estratégicos	**Programas**	**Proyectos**	**Objetivos de proyectos**	**Indicador de objetivo de proyecto**	**Medio de verificación**	**Programas de proyectos anuales**					**Presupuesto de proyecto**	**Responsables de los proyectos**
						1	2	3	4	5		
Diversificación de nuevas fuentes de ingresos económicos de la comunidad con reactivación de los servicios turísticos	Programas de reaperturas	Proyecto de reactivación turismo comunitario	Mejorar la calidad vida de la humana	En el primer año el 5%de la comunidad será beneficiada, en el segundo el 10%en el tercer año 15%en el quinto año 25 de la comunidad será más beneficiada con los ingresaron para generar la actividad turística	Informes del proyectos, fotografías y registro	5%	10%	15%	20%	25%	8000,00	La directiva de la comunidad
Promover la creación de un destino turístico adoptado a las nuevas tecnologías que ayuden a la prevención y control durante el tiempo que dure la crisis sanitaria	Destino turístico accesible o nueva	Implementación de información y comunicación (TICS) aplicaciones con los servicios turísticos	Implementación de información y comunicación (TICS) aplicaciones con los servicios turísticos	Números de aplicaciones creada en el sistema turístico	Informe técnico compra de materiales y la creación de nuevas apps.	80%	20%	20%	50%	75%	1500,00	Directiva de la comunidad
Gestionar fuentes de financiamiento en empresas públicas, privadas y la corporación internacional	Programa de financiamiento externo	Gestión de financiamiento	Mejorar la infraestructura y la promoción turística.	En el primer año el 10% de la infraestructura está en buenas condiciones en	Informes del proyecto, fotografías Promociones	10	15	25	28	30	25000,00	La directiva y personal Administrativo

				el segundo el 15%en el tercer año 25%, en el cuarto 28 año, en el quinto año 30 la infraestructura y promociones están en mejores condiciones.								
Adecuar el centro turístico para generar garantías de protección y asistencias al turista	Infraestructura el centro turístico Paz Yacu	Remodelación del centro turístico Paz Yacu	Remodelar el centro turístico para enfrentar a los escenarios que se presentan en la nueva normalidad.	Números de lugares adecuados Porcentaje de ejecución según el cronograma	Informes de técnicos, compra de materiales y factura	85%	75%	65%	5%	50%	5000,00	La directiva de la comunidad Administración
Promover nuevas actividades y experiencias ancestrales dirigidos a viajeros individuales o grupos reducidos	Programas culturales	Proyecto de reactivación	Reactivas las actividades culturales en la comunidad	En el primer año el 10% de las actividades serán nuevas están serán implementadas, está en buenas condiciones en el segundo el 15%en el tercer año 25%, en el cuarto 30 año, en el quinto año 38 se implementan nuevas actividades turísticas en la comunidad.	Registros de las actividades realizadas	10%	15%	25%	30%	38%	8.000	Comunidad en general

Rescatar y consolidar el centro turístico bajo condiciones de calidad y seguridad	Capacitaciones al personal	Destino seguro con seguridad y confianza con los servicios ofertados para la comunidad	Implementar talleres de capacitaciones al personal del centro turístico sobre las medidas de bioseguridad	Numero de talleres realizadas Numero de capacitados	Compra de materiales Informe técnico de registro capacitación	80%	15%	20%	35%	40%	4500,00	La directiva de la comunidad

Elaborado por: Edgar Tiwi -Andreina Punguil

4.2.5. Presupuesto

Tabla 14 – 4: *Presupuesto*

Centro turístico comunitario de Paz Yaku		**Plan Estratégico Presupuesto**				
ACTIVOS FIJOS AF	Total,	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipamiento del servicio de alimentación (cocinas, frigorífico, utensilios)	1000	8000	500	500	500	500
Equipamiento del área de cuarentena	1000	8000	500	500	500	500
Cámara de desinfección + insumos	4000	3200	200	200	200	200
Insumos para el personal	3000	2400	150	150	150	150
Activos nominales						
Promoción y publicidad	8500	5100	1275	1275	425	425
Contratación de consultaría	5200	3120	780	780	260	260
Capacitación	2000	1600	100	100	100	100
Capital de trabajo						
Materiales y suministros	3000	2400	150	150	150	150
Sueldos y salarios	25.200	5040	5040	5040	5040	5040
Suma	**70.900**	38.860	8695	8695	7325	7325

Elaborado por: Edgar Tiwi -Andreina Punguil

4.3. Diseño de estrategias de promoción y publicidad para la reactivación post COVID 19

4.3.1. Slogan

Disfruta el turismo comunitario en el Mirador de Paz Yaku en la ciudad de Mera Provincia de Pastaza

4.3.2. Isologo



Figura 9 – 4: *Isologo de CTC Kichwa Paz Yaku*
Fuente: Andreina Punguil

Colores: Representa la riqueza que posee el centro Turístico Paz Yaku y la biodiversidad de flora y fauna.

Café: La artesanía que posee y la tierra con la que son elaborada

Blanco: La bondad que tiene toda la comunidad y la pureza del atractivo turístico

Negro: La paz donde se respira la tranquilidad, armonía con la naturaleza

Flor: Que es la representación de la flora

4.3.3. Redes sociales

Para la publicidad y promoción del atractivo turístico se realiza por los medios de las redes sociales que son Facebook e Instagram



Figura 10 – 4: *Portada de fan page Paz Yaku*
Fuente: Andreina Punguil y Edgar Tiwi

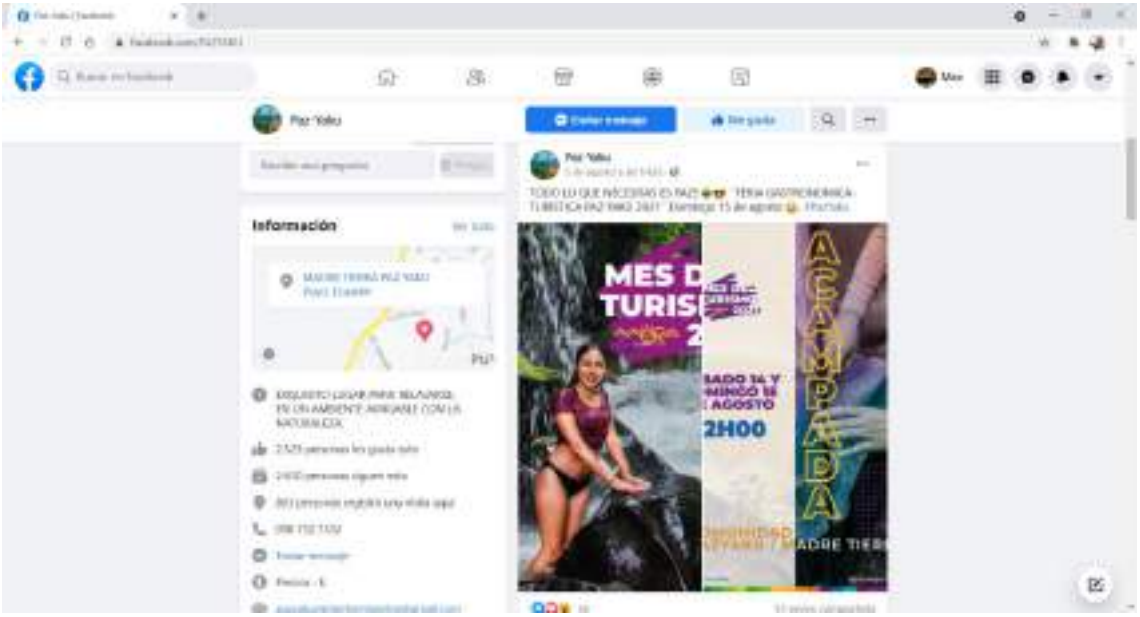


Figura 11 – 4: *Información de fan page Paz Yaku*
Fuente: Andreina Punguil y Edgar Tiwi

En la página de Facebook donde encontramos el atractivo turístico Paz Yaku, cuenta con algunas herramientas que son inicio, servicios, opciones, fotografías etc. En la sección de Galería podemos encontrar las fotos del lugar atractivo Paz Yaku también cuenta con ubicación, donde está ubicado el lugar turístico la página sirve para poder hacer publicidad y promoción turística del sitio así para las personas puedan tener más información. Se realizan publicaciones de las actividades que se hacen en el lugar.

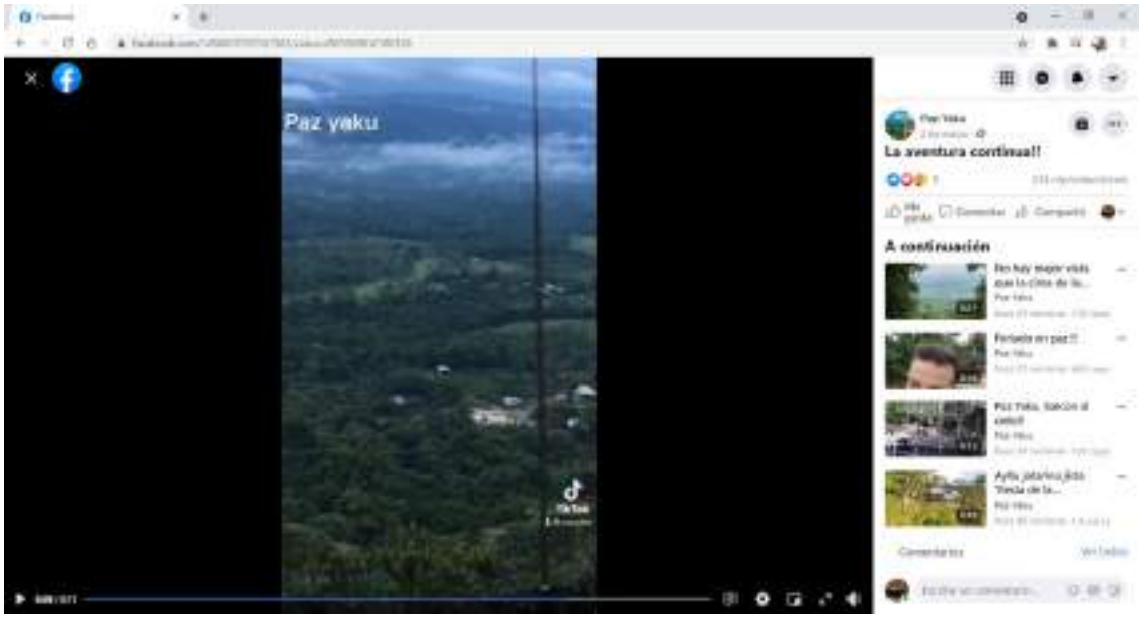


Figura 12 – 4: *Contenidos de videos en fan page Paz Yaku*
Fuente: Andreina Punguil y Edgar Tiwi

Link: https://www.facebook.com/PAZYAKU

Para poder promocionar y hacer publicidad se utiliza otras redes que sociales, pero como principal es el Facebook porque cuenta con más seguidores, así cada usuario que tienen una cuenta personal, así para poder compartir la información con otras personas de los distintos lugares, donde también cada turística realiza su tiktok realizando sus diferentes actividades.

4.3.4. Protocolos de bioseguridad para la reactivación

Para la elaboración del protocolo de bioseguridad, se tomó en cuenta las recomendaciones establecidas en las Guías de Bioseguridad al momento de la reapertura de las actividades turísticas, establecido por el Ministerio de Turismo (MINTUR, 2020), la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2020), Organización Mundial de Salud (OMS, 2020), Ministerio de Salud (MSP, 2020) y Proyectos de Investigación Ashqui (2020), Santi y Andi (2020).

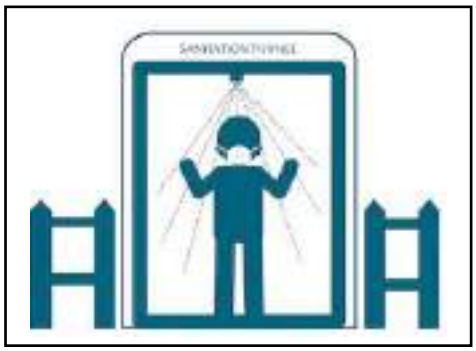
Tabla 15 – 4: *Protocolos de bioseguridad del centro turístico de Paz Yaku*

<table>
<tr><th colspan="2">CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO PAZ YAKU
PROTOCOLOS DE BIOSEGURIDAD</th></tr>
<tr><td colspan="2">Recomendaciones para los empleadores y personal de trabajo</td></tr>
<tr><td>
Solicitar los equipos de protección</td><td>
Aseo diario</td></tr>
<tr><td>
Cambio de ropa antes de ingresar a las instalaciones</td><td>
Quedarse en casa si presenta síntomas relacionados al COVID-19</td></tr>
</table>

CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO PAZ YAKU PROTOCOLOS DE BIOSEGURIDAD	
Recomendaciones para los empleadores y personal de trabajo	
 Recibir capacitaciones sobre las medidas de protección básica	 Realizar los cambios de ropa en el área de vestuario del personal

Fuente: Ashqui (2020); Santi y Andi (2020).

CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO PAZ YAKU PROTOCOLOS DE BIOSEGURIDAD	
Arribo de clientes al establecimiento	
 Evitar aglomeraciones en el área de recepción	 Incentivar el uso de aparatos electrónicos personales
 Colocar dispensadores de alcohol gel en lugares estratégicos y colocar cubos de basura de tapa de pedal en áreas estratégicas	 Desinfectar mostradores escritorios y áreas de atención e información

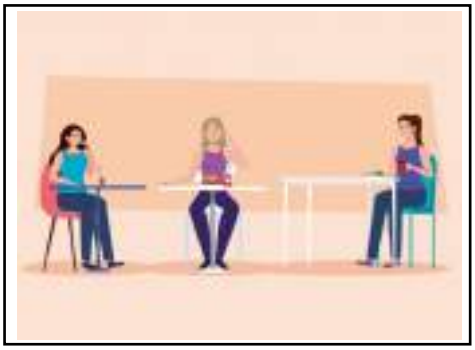
CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO PAZ YAKU PROTOCOLOS DE BIOSEGURIDAD	
Arribo de clientes al establecimiento	
 Es obligatorio la toma de temperatura a todas las personas que ingresan al establecimiento, mediante el uso de dispositivos que no tengan contacto	 Previo al ingreso al centro, las personas se desinfectarán por el túnel de desinfección

Fuente: Ashqui (2020); Santi y Andi (2020).

CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO PAZ YAKU PROTOCOLOS DE BIOSEGURIDAD	
Recepción y almacenamiento de alimentos	
 Limitar el ingreso de proveedores y realizar intercambio en espacios abiertos	 Realizar una desinfección por aspersión sobre la mercadería
Manipulación de alimentos	
 Asegurar el uso de equipo de protección personal	 Colocar informativos de las medidas de seguridad en las áreas

CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO PAZ YAKU PROTOCOLOS DE BIOSEGURIDAD	
Recepción y almacenamiento de alimentos	
 Realizar una desinfección total del ambiente cada dos horas	 Limpiar utensilios y superficie de preparación antes y después de manipular alimentos

Fuente: Ashqui (2020); Santi y Andi (2020).

CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO PAZ YAKU PROTOCOLOS DE BIOSEGURIDAD	
Áreas de servicio de alimentos y bebidas	
 Disponer alcohol gel a los clientes al ingreso del área de servicio	 Asegurar el uso de equipo de protección personal
 El aforo del establecimiento deberá cumplir con la disposición de ocupación máxima de personas	 la disposición de las mesas debería tener una distancia entre el respaldo de silla a silla de 2m

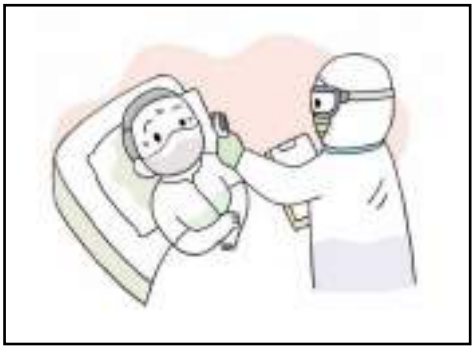
CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO PAZ YAKU PROTOCOLOS DE BIOSEGURIDAD	
Áreas de servicio de alimentos y bebidas	
 Desinfectar las cartas menús esferos después de cada uso de ser posible utilizar menú digital	 Lavar y desinfectar toda la vajilla, mantelería y cristalería incluida la que no se haya usado pero haya podido estar en contacto con los clientes

Fuente: Ashqui (2020); Santi y Andi (2020).

CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO PAZ YAKU PROTOCOLOS DE BIOSEGURIDAD	
Medidas de desinfección de ambientes	
 Desinfectar ambientes utilizando por nebulización ambiental o aplicación directa de agua electrolizada	 Los elementos para uso del cliente que haya sido utilizados deben ser descartados y nunca reutilizados diario
 Promover el uso de toallas de papel desechable para secarse las manos	 Realizar continuamente desinfección después del uso de la habitación por huésped y aislar la habitación en caso de algún caso sospechoso

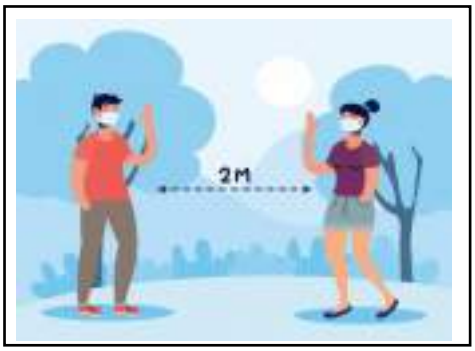
CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO PAZ YAKU PROTOCOLOS DE BIOSEGURIDAD	
Medidas de desinfección de ambientes	
 La mantelería ropa de cama y toallas deben lavarse por separado de manera constante con agua y jabón o máquina a 60 o 90ºC con detergente comercial	 Incorporar un instructivo de lavado de prendas en una zona visible del personal

Fuente: Ashqui (2020); Santi y Andi (2020).

CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO PAZ YAKU PROTOCOLOS DE BIOSEGURIDAD	
Manejo de residuos	
 Las personas que manipulan los residuos generados deberán contar con elementos de protección personal como mascarillas y guantes o equipos de bioseguridad	 Para el buen manejo de residuos se deberán contar con recipientes y fundas en número y tamaño suficiente acorde a la operación
 Para el caso de huéspedes con sospecha o positivo de COVID-19, aplicar el protocolo de aislamiento preventivo	 Para el manejo de desechos generados por huéspedes con sospecha o positivo de COVID-19 deberán cumplir con lo establecido en el protocolo de manejo de desechos

CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO PAZ YAKU PROTOCOLOS DE BIOSEGURIDAD	
Manejo de residuos	
	
En caso de no tener huéspedes con COVID-19 Pueden seguir con el procedimiento detallados en los demás literales	Los residuos reciclables se deben depositar en una funda diferente y almacenarlas hasta que la emergencia sanitaria finalice para su gestión

Fuente: Ashqui (2020); Santi y Andi (2020).

CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO SARAYAKU PROTOCOLOS DE BIOSEGURIDAD	
Actividades de trabajo en zonas rurales	
	
Asegurar el uso de equipo de protección personal a todos los trabajadores	Respetar dentro de lo posible el distanciamiento social de 2 m y en espacios abiertos de 1 m
	
En cada zona de trabajo Se dispondrá de dosificaciones de alcohol para la desinfección	Diagramar un plan de reemplazo de tareas

CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO SARAYAKU PROTOCOLOS DE BIOSEGURIDAD	
Actividades de trabajo en zonas rurales	
 Se evitará el intercambio de herramienta de trabajo personales	 Las actividades recreacionales se ejecutarán solamente con cada grupo de llegada es decir una familia o pareja o grupo a la vez

Fuente: Ashqui (2020); Santi y Andi (2020).

CONCLUSIONES

- Se diagnosticó la situación actual del centro de Turismo Comunitario Paz Yaku, donde van ofertando los servicios de alojamiento, gastronomía y las diferentes actividades turísticas, se identificó 4 atractivos turísticos, 2 de sitios naturales y 2 de manifestaciones culturales, se realizó la matriz FODA y MEFE evaluando los factores claves internos y externos para la estrategia que le permitirá la reactivación de comunidad.

- Se estableció la visión, misión, objetivos estratégicos, mapa estratégico presupuesto, además, traduce los objetivos estratégicos en programas y proyectos e indicadores de medición en el que establecieron un patrón de decisiones coherente, unificador e integrador que establece y revela un propósito organizacional del Centro de Turismo Comunitario Paz Yaku de manera que permita reforzar la reactivación turística que contribuya mejorar la calidad de vida de los habitantes.

- Se diseñó las estrategias de promoción y publicidad para la reactivación del Centro de Turismo Comunitario Paz Yaku, se diseñó slogan, isologo y fan page en Facebook para difundir como un destino de turismo seguro en salud, protección de turistas, reactivación y transformación para el mejoramiento de ingresos económicos. Adicionalmente, se adoptó los protocolos de bioseguridad para diferentes actividades que se desarrolla en centro turístico Paz Yaku. Con un presupuesto estimado de 70.900 dólares (setenta mil novecientos dólares americanos)

RECOMENDACIONES

- Se recomienda al personal del establecimiento dar mejor atención para los turistas nacionales e internacionales, también actualizar la información sobre los inventarios de los recursos naturales y culturales de los servicios turísticos que ofrece el centro turístico.

- Se recomienda de tener una página oficial en las redes sociales como parte de marketing digital, para así realizar la publicidad y promoción del atractivo turístico de la comunidad Paz Yaku, que permita la calidad de mejoramiento de vida de los habitantes.

- Se recomienda establecer alianzas entre las autoridades competentes del centro turístico comunitario y Universidad de la región Amazónica para poder promover líneas de investigaciones enfocadas a la reactivación turística en el tiempo de pandemia Post COVID -19 y las conformaciones de equipos.

- Se recomienda a la Universidad Estatal Amazónica, principalmente a la carrera de turismo que usen la presente investigación como referencia para nuevos centros de Turismo Comunitario como parte de reactivación y transformación. Se recomienda que se aplique el plan estratégico el Centro de Turismo Comunitario Paz y Yaku y que la academia realice nuevas actualizaciones e investigaciones una vez que cumplan con el horizonte de tiempo establecido.

BIBLIOGRAFÍA

Andía, W. (2016). Enfoque metodológico para los objetivos estratégicos en la planificación del sector público Industrial Data, vol. 19, núm. 1, enero-junio, 2016, pp. 28-32 Universidad Nacional Mayor de San Marcos Lima, Perú

Ángel, A., J. Gómez, Upegui, J., K. Mahecha, Méndez, T., Y. Quevedo. (2020). Redes sociales y la internacionalización latina. Facebook, Linkedin y Twitter como actores fundamentales en la internacionalización de las empresas en América. Disponible en: https://theirmagazine.wixsite.com/businessreview/post/redes-sociales-y-la-internacionalizaci%C3%B3n-latina

Arruda, D., M. Branco. (2012). Oferta Turística Virtual: Un estudio del metaverso. Estudios y Perspectivas en Turismo. Volumen 21 (2012) pp. 876 – 903

Ashqui, C. (2020). Plan de Reactivación Turística Post Covid 19, para el centro de turismo comunitario Cotococha, parroquia Tarqui, cantón Pastaza, provincia de Pastaza. Tesis de Pregrado para la Obtención del Título de Ingeniería en Turismo. Universidad Estatal Amazónica.

Aulestia, L. (2021). Análisis y evaluación de gestión de las entidades operativas desconcentradas o descentralizadas (Eod´s) a nivel Fuerza Terrestre para determinar la eficiencia en la ejecución presupuestaria de las unidades militares durante el ejercicio fiscal 2020. Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de Ingeniera en Finanzas, Contadora Pública – Auditora. Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.

Benavides, C. (2003). Gestión del conocimiento y calidad total. Madrid: Díaz de Santos.

Betancourt, K., L. Tomalá. (2021). Plan de reactivación de turismo cultural en el cantón Quevedo, provincia de los Ríos, año 2021. Tesis de Pregrado para la Obtención del Título de Ingeniería en Ecoturismo. Universidad Técnica Estatal de Quevedo. 2021.

Boullón, R. (2006). Espacio turístico y desarrollo sustentable. Aportes y Transferencias, 10(2), 17-24. ISSN 0329-2045

Cabanilla, E. & C. Garrido-Cornejo. (2018). El Turismo Comunitario en el Ecuador. Evolución, problemática y desafíos. Editado y publicado por Universidad Internacional del Ecuador-UIDE. Primera Edición: Septiembre 2018. ISBN N°: 978-9942-923-46-2

Cabezas, E., D. Andrade, Torres, J. (2018). Introducción a la metodología de la investigación científica. Primera edición electrónica. Octubre de 2018

Cardona, A. (2017). Diseño de isologo y piezas gráficas para dar a conocer a clientes reales y potenciales los servicios en el área de mantenimiento y reparación que ofrece la empresa Moto Servicios “Los cuates”. Guatemala, Guatemala 2017. Universidad Galileo 7a. Avenida, calle Dr. Eduardo Suger Cofiño, Zona 1

Castañeda, L.; González, V. & Serrano, J.L. (2011) Donde habitan los jóvenes: precisiones sobre un mundo de redes sociales. En Martínez, F. y solano, I. Comunicación y relaciones sociales de los jóvenes en la red. Alicante: Marfil. pp 47-63

Crosby, A. (1996). Re-inventando el turismo rural, gestión y desarrollo. Centro Europeo de Formación Ambiental y Turística

Escuela Universitaria de Turismo de Murcia. (2012). El Turismo. Conceptos y Definiciones e Importancia Actual. Universidad de Mucia.

Fernández, M. (2011) Turismo comunitario y empresas de base comunitaria turísticas: ¿estamos hablando de lo mismo? (Ensayo). Revista El Periplo Sustentable. Universidad Autónoma del Estado de México. Publicación Semestral Número: 20 Enero / Junio 2011.

Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Pastaza. (2019). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincial de Pastaza al año 2025.

GoRaymi. (2020). Paz Yaku, un emprendimiento comunitario. Disponible en: https://www.goraymi.com/es-ec/pastaza/mera/gestores-comunitarios/paz-yaku-turismo-comunitario-azevkxnez

Guerreo, J. & S. Andy. (2020). Plan de marketing turístico para el posicionamiento del producto turístico de La Comunidad Paz Yaku, Cantón Mera. Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de Ingeniera en Turismo. Universidad Estatal Amazónica.

Guerrero, P., J. Ramos. (2014). Introducción al Turismo. Primera edición Ebook: 2014. ISBN ebook: 978-607-438-875-6

Hernández, R., C. Fernández, Baptista, M. (2014). Metodología de la Investigación. Sexta Edición. McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Jerez, J. A. (2020). Tendencias de investigación en lectura de imágenes y experiencia estética como referentes para la biblioteca escolar. Disponible en https://ciencia.lasalle.edu.co/sistemas_informacion_documentacion/742

Kawulich, B. (2005). La observación participante como método de recolección de datos. Forum Qualitative Social Research, 6(2).

Landa, L. (2020). Cuadro de mando integral como estrategia de mejora para una pequeña empresa. Tesis (maestría en administración). Universidad Autónoma de Aguascalientes. Centro de Ciencias Económicas y Administrativas. Departamento de Finanzas

Marco, F., H. Loguzzo, Fedi, J. (2016). Introducción a la gestión y administración en las organizaciones. Realización Editorial: Universidad Nacional Arturo Jauretche Av. Calchaquí 6200 (CP 1888) Florencio Varela - Buenos Aires

Martínez, F. y solano, I. Comunicación y relaciones sociales de los jóvenes en la red. Alicante: Marfil. pp 47-63

Matus, C. (1998). Estrategia y plan. Siglo Veintiuno Editores de España. S.A.

Ministerio de Turismo – MINTUR. (2019). Indicadores de Tuismo: Producto Interno Bruto Directo Turístico (PIBDT) 2019-2020, Estimaciones diciembre 2020. Disponible en: https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/IndicadoresDeTurismo/IndicadoresDemanda%202019-2020.pdf

Ministerio de Turismo – MINTUR. (2020). Visualizador de Información Turística del Ecuador. Entradas y Salidas de Visitantes al Ecuador. Disponible en: https://servicios.turismo.gob.ec/entradas-y-salidas-internacionales

Ministerio de Turismo del Ecuador-MINTUR (2020). Protocolos de Bio-seguridad. Guía para el uso de Equipos de Bioseguridad y Medidas Sanitarias en Establecimientos Turísticos en Zonas Rurales como: Haciendas Turísticas, Hosterías, Lodges y Campamentos Turísticos para su Reapertura. Disponible en: https://www.turismo.gob.ec/protocolos-de-bio-seguridad/.

Ministerio de Turismo del Ecuador-MINTUR (2020). Protocolos de Bio-seguridad. Guía para el uso de Equipos de Bioseguridad y Medidas Sanitarias en Establecimientos Turísticos en Zonas Rurales como: Haciendas Turísticas, Hosterías, Lodges y Campamentos Turísticos para su Reapertura. Disponible en: https://www.turismo.gob.ec/protocolos-de-bio-seguridad/.

Montenegro, A & C. Anielka. (2018), Análisis socioeconómico del modelo de desarrollo turístico rural comunitario en la comunidad el Ostional, municipio de San Juan del sur, departamento de Rivas, en el periodo enero a diciembre 2017. Universidad Nacional Agraria.

Mousalli-Kayat, G. (2015). Métodos y Diseños de Investigación Cuantitativa. Mérida.

Organización de las Naciones Unidas-OMS. (2020). Informe de Políticas; La Covid-19 y La Trasformación del Turismo.

Organización Mundial del Turismo – UNWTO. (2019). Competición mundial de la OMT Para Startups de Turismo Rural. Disponible en: https://www.unwto.org/es/competicion-mundial-de-la-omt-para-startups-de-turismo-rural

Organización Mundial del Turismo – UNWTO. (2020). Covid-19 y el Sector Turístico: El turismo antes de la pandemia. Disponible en: https://www.unwto.org/es/covid-19-y-sector-turistico-2020.

Organización Mundial del Turismo. (2020). El impacto de la COVID-19 en el Turismo Internacional. Disponible en: https://www.unwto.org/es/evaluacion-de-la-incidencia-del-brote-del-covid-19-en-el-turismo-internacional

Otero, D., F. Gache. (2006). Evoluciones dinámicas en el diagrama FODA. Revista Científica "Visión de Futuro", vol. 6, núm. 2, 2006 Universidad Nacional de Misiones Misiones, Argentina

Parra, J. & La Madriz, J. (2017). Presupuesto como instrumento de control financiero en pequeñas empresas de estructura familiar. Negotium, vol. 13, núm. 38, noviembre, 2017, pp. 33-48 Fundación Miguel Unamuno y Jugo Maracaibo, Venezuela

Pineda, A., G. Sojos, Calle, M. (2019). Análisis del Sistema Turístico de la Parroquia Casacay, Pasaje, Ecuador. Revista interamericana de ambiente y turismo. Rev. interam. ambient. tur. vol.15 no.2 Talca dic. 2019

Ponce, H. (2007). La matriz FODA: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones Enseñanza e Investigación en Psicología, vol. 12, núm. 1, enero-junio, 2007, pp. 113-130 Consejo Nacional para la Enseñanza en Investigación en Psicología A.C. Xalapa, México

Prieto, J. (2017). El uso de los métodos deductivo e inductivo para aumentar la eficiencia del procesamiento de adquisición de evidencias digitales. Pontificia Universidad Javeriana, Colombia

Rigol-Madrazo, L. (2009). Conceptualización de la demanda turística. Ciencias Holguín, vol. XV, núm. 1, enero-marzo, 2009, pp. 1-8. Centro de Información y Gestión Tecnológica de Santiago de Cuba Holguín, Cuba

Rivera, C., M. Izurieta, Cuadro, A. (2019). Aprovechamiento racional de los recursos naturales y culturales para el turismo comunitario, cantón Montalvo-Los Ríos. Ciencia Digital, Publicación 9. Volumen 3. No 3.

Rodas, M., N. Ullauri, Sanmartín, L. (2015). El Turismo Comunitario en el Ecuador: Una revisión de la literatura. RICIT Universidades de Especialidades Turísticas. RICIT No. 9. ISSN: 1390-6305.

Rodriguez, L. (2018). Análisis del uso de personajes representativos de una marca, gimmicks, como estrategia publicitaria en la campaña navideña de Entel con Dimitree. Universidad César Vallejo.

Santi, H. & M. Andi. (2020). Plan estratégico de reactivación de turismo comunitario Post Covid-19, comunidad Sarayaku, Cantón Pastaza. Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de Ingeniera en Turismo. Universidad Estatal Amazónica

Santiago-Nicolás, Denis. (2019). Definiciones de turismo, Diferentes autores, diferentes puntos de vista. Disponible en: https://turismo213410750.files.wordpress.com/2019/04/definiciones-de-turismo.pdf

Sarli, R., I. González, Ayres, N. (2015). Análisis FODA. Una herramienta necesaria. FACULTAD DE ODONTOLOGÍA. UNCuyo. 2015. Volumen 9. Nº 1

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo – SENPLADES. (2019). Diagnóstico del Sistema Territorial Parroquial

Tellis, G. & I. Redondo. (2022). Estrategias de publicidad y promoción. PEARSON EDUCACIÓN, SA Madrid, 2002

Thompson, I. (2006). Misión y Visión Conozca cuál es el significado de los términos "misión y visión" aplicado a empresas y organizaciones. Disponible en: http://www.colegio-isma.com.ar/Secundaria/Apuntes/Mercantil/4%20Mer/Administracion/Mision%20y%20Vision.pdf

Vargas. M., A. Ortega, Machado, E. (2015). Integración y Sostenibilidad del turismo comunitario en Pastaza. Ecuador. Retos Turísticos, Vol. 14 No. 2, 2015 Desarrollo de Productos Turísticos.

Vargas. M., A. Ortega. A., E. Machado. (2017). Modelo Para La Gestión Integrada Del Turismo Comunitario En Ecuador, Caso De Estudio Pastaza. REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos. Volumen. 123 (2017).

Varisco, C. (2013). Sistema turístico. Subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios. Disponible en: http://nulan.mdp.edu.ar/2208/1/varisco.2013.pdf

Vásconez, E. (2019). El turismo comunitario en el Ecuador: Sección II. La Evolución Socioespacial del Turismo Comunitario en Ecuador: Un Proceso Histórico En Construcción.

ANEXOS

Anexo 1: Fotos









Anexo 2: Matriz FODA

Evaluación interna	
Fortalezas	**Debilidades**
- Variedad de extensa flora y fauna - Interés por las comunidades por participar en las actividades Comunitarias - Atractivos naturales y culturales - Sitio potencial para la actividad turística - Disponibilidad de instalaciones de servicio de alojamiento	- Bajo conocimiento de atención al turista - Carencia de la señalética hacia el destino y atractivos del lugar - Ausencia de un logotipo del turismo comunitario - Poca publicidad del lugar y sus atractivos - Como conocimiento en el idioma de inglés
Evaluación externos	
Oportunidades	**Amenazas**
- Vías de acceso en estado perfectamente - Población interesada en participar en actividades de turismo comunitario - Apoyo de instituciones públicas y privadas - Demanda por el turismo comunitario	- Crisis económica nivel mundial - Duración de la pandemia incierta - Forma desconocida de la nueva normalidad - Competencias con nuevos servicios turístico

Anexo 3: MEFE

Factores externos	Ponderación	Clasificación	R/ponderado
Oportunidades			
- Vías de acceso en estado perfectamente	0.14	2	0,28
- Población interesada en participar en actividades de turismo comunitario	0.16	3	0.48
- Apoyo de instituciones públicas y privadas	0.09	2	0.18
- Demanda por el turismo comunitario	0,15	3	0,45
Subtotal			1,39
AMENAZAS			
- Crisis económica nivel mundial	0,05	3	0,15
- Duración de la pandemia incierta	0,14	3	0.42
- Forma desconocida de la nueva normalidad	0.14	2	0.28
- Competencias con nuevos servicios turístico	0,13	3	0,39
Subtotal			1,24
Total	1		2,63