UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

FACULTAD CIENCIAS DE LA VIDA

CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISM

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

TEMA:

“PLAN ESTRATÉGICO DE REACTIVACIÓN TURÍSTICA EN LA CIUDAD DE PUYO POST PANDEMIA”

AUTOR(ES):

Lucila Lizbeth Cordones Morejón

María José Ochoa Solís

DOCENTE - TUTOR:

Msc. Eduardo Ruiz

Puyo - Pastaza - Ecuador 2022

1. "Plan estratégico de reactivación turística en la ciudad de Puyo post pandemia"

CORDONES MOREJON LUCILA LIZBETH[1]
ll.cordonesm@uea.edu.ec
OCHOA SOLÍS MARÍA JOSÉ[2]
mj.ochoas@uea.edu.ec
RUIZ MARMOL EDISON EDUARDO[1]
eruiz@uea.edu.ec

[1]Universidad Estatal Amazónica, Facultad Ciencias de la Vida, Carrera de Licenciatura en turismo.

2. Resumen

El presente trabajo de investigación se desarrolló con el propósito de contribuir con la reactivación del sector turístico de la ciudad de Puyo post pandemia COVID 19, la ciudad jamás se había afrontado una crisis económica como la que dejó la pandemia; teniendo en cuenta la siguiente pregunta a realizarse ¿el sector turístico de la ciudad de Puyo cuenta con las condiciones necesarias para orientar su reactivación post- COVID 19 por medio de un plan?; para la estructura de la propuesta del plan estratégico de reactivación turística se inició con un diagnóstico de los escenarios en el ámbito interno y externo del turismo de la ciudad de Puyo, al tratarse de una investigación de tipo participativo con un enfoque cualitativo y cuantitativo por lo cual se definió líneas estratégicas a partir de los resultados obtenidos y se complementa la investigación con la propuesta de un plan estratégico con visión de reactivación turística, evaluando los factores externos MEFE e internos MEFI para medir la favorabilidad, seguidamente se elaboró la MPC para establecer la competitividad, complementando la determinación de las líneas estratégicas de acción evaluadas por medio de la matriz cuantitativa de planificación estratégica MCPE obteniendo Estrategias como DO3 *Realizar diferentes eventos motivacionales para la concientización del trabajo en equipo entre los servidores turísticos de la ciudad*, dando a entender el beneficio que trae esto, y DA1: *Realizar un plan de manejo adecuado para la construcción de la infraestructura turísticas, para evitar la alteración las condiciones*

del lugar turístico, esto complementado con un marco programático donde se ha planteado visión, misión, objetivos, políticas, principios, valores, objetivos. Con los resultados obtenidos, se plantearon una serie de estrategias orientadas a la reactivación turística. Se concluye que la ciudad del Puyo si cuenta con las condiciones necesarias para la reactivación turística post COVID 19 mediante la ayuda de las diferentes autoridades pertinentes a las cuales se les aplicó las entrevistas ya que tienen un entusiasmo por el crecimiento turístico de la ciudad.

Palabras clave

Turismo, reactivación turística, COVID 19, MEFE, MIFE, MPC, MCPE

ABSTRACT

The present research work was developed with the purpose of contributing to the reactivation of the tourism sector of the city of Puyo post COVID 19 pandemic, the city had never faced an economic crisis like the one left by the pandemic; taking into account the following question: Does the tourism sector of the city of Puyo have the necessary conditions to guide its reactivation post COVID 19 by means of a plan? ; For the structure of the proposal of the strategic plan for tourism reactivation, we started with a diagnosis of the internal and external scenarios of tourism in the city of Puyo, since it is a participatory research with a qualitative and quantitative approach, we defined strategic lines based on the results obtained and complemented the research with the proposal of a strategic plan with a vision of tourism reactivation, The MPC was then elaborated to establish competitiveness, complementing the determination of the strategic lines of action evaluated by means of the quantitative matrix of strategic planning MCPE, obtaining Strategies such as DO3 To carry out different motivational events to raise awareness of teamwork among the city's tourism workers, making them understand the benefits that this brings, and DA1: Carry out an adequate management plan for the construction of the tourist infrastructure, to avoid altering the conditions of the tourist site, this complemented with a programmatic framework where vision, mission, objectives, policies, principles, values, objectives have been raised. With the results obtained, a series of strategies aimed at reactivating tourism were proposed. It is concluded that the city of Puyo does have the necessary conditions for tourism

reactivation post COVID 19 with the help of the different relevant authorities to whom the interviews were applied, since they are enthusiastic about the city's tourism growth.

Key words

Tourism, tourist reactivation, COVID 19, MEFE, MIFE, MPC, MCPE

3. Introducción

El turismo se ha posicionado en los últimos años como una opción para el desarrollo turístico; a nivel mundial, aprovechando los recursos culturales y naturales de las distintas localidades, esta actividad ha llevado a que este sector a que se encuentre presente en las agendas de trabajo en el ámbito público y privado (Llugsha, 2021), sin embargo, con la crisis causada por el COVID 19 e han desatado una serie de problemáticas que han perjudicado a la industria turística de manera significativa, el turismo continúa siendo uno de los sectores más afectados por la pandemia de COVID 19, principalmente en los países de la región de Asia-Pacífico y las Américas. Los efectos de esta pandemia tuvieron mayor efecto en otros países debido a la globalidad, por lo que no solo hay que estar preparado para una pandemia que afecte nuestro país, sino para aquellas que no nos afecten tanto económica como turísticamente (Warwick & Roshen, 2020). Los gobiernos de todo el mundo han tomado normativas para mitigar el impacto económico sobre las empresas turísticas. Ya que a largo plazo deben irse adaptando a nuevas normativas de reactivación. Se estima que las llegadas de turistas han caído un 74% en 2020 con respecto a los datos de 2019. Desde abril de 2020, el turismo en la región se ha frenado en gran parte como resultado de la pandemia de COVID-19 (OMT, 2022).

La OMS (organización mundial de la salud) y la OMT (organización mundial del turismo) están trabajando conjuntamente para para ayudar a los países a garantizar las debidas medidas sanitarias y protocolos de bioseguridad de forma que se permita reducir las interferencias en el trafico y comercio internacional ayudando al sector turístico que esta plenamente comprometido con el principio de poner adelante a todas las personas y su bienestar, contribuyendo eficazmente a la contención del COVID 19. (OMS, 2020)

En Ecuador por otra parte, el escenario se desenvuelve desde un panorama negativo en que el “sector turístico estima que perderá mensualmente hasta unos USD 400 millones a causa de la pandemia que obligó al cierre de fronteras en el país” (Comercio, 2020). Es así que el Ministerio de Turismo ha planteado medidas como la iniciativa “Te

prometo Ecuador" así como el establecimiento de protocolos de bioseguridad en establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas y agencias de viaje, y el reciente reconocimiento a la capital como destino seguro de parte del Ministerio de Turismo (MINTUR, Ministerio de Turismo , 2020)

La ciudad de Puyo jamás había afrontado una crisis económica como la que dejó la pandemia COVID 19, de hecho, se manifiesta que la actividad ha tenido una afectación económica considerable, y el tiempo de resiliencia se está dilatando por problemas diferentes al de la pandemia, motivos que se asumen como la situación problémica de la investigación; efectuando la siguiente pregunta a resolver ¿el sector turístico de la ciudad de Puyo cuenta con las condiciones necesarias para orientar su reactivación post- COVID 19 por medio de un plan? Como se plantea el MINTUR (2020) para la reactivación y fortalecimiento del turismo en la provincia.

El articulo científico se desarrolló con el propósito de elaborar un plan estratégico el cual se entiende como una planificación que incluye un diagnóstico de la posición actual de una entidad, la estrategia y la organización en el tiempo de las acciones y los recursos que permitan alcanzar la posición deseada (Brenes, 2003) que contribuya con la reactivación del sector turístico de Puyo post pandemia COVID- 19, en resumen esta investigación siguió los siguientes pasos: diagnóstico de los escenarios en el ámbito interno y externo del turismo de Puyo, y con ello posteriormente definir las líneas estratégicas a partir de los resultados y se concluye con la propuesta un plan estratégico con visión de reactivación del sector turístico.

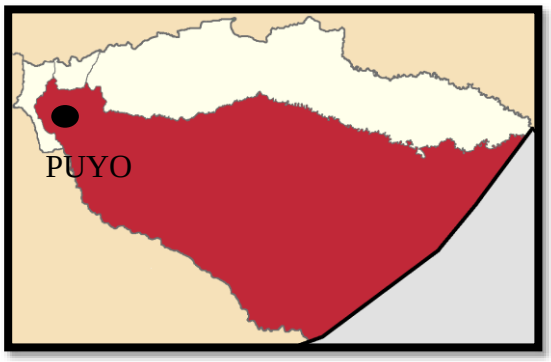
4. Materiales y Métodos/Metología

Área de estudio

Este proyecto de investigación se realizó en la ciudad de Puyo (Figura 1) perteneciente a la zona central de la región amazónica ecuatoriana, la ciudad posee una gran riqueza y diversidad cultural, siete de las catorce nacionalidades presentes en el país se encuentran en cantón (Kichwa, Waorani, Shuar, Achuar, Shiwiar, Andwa, Sápara).

LOCALIZACIÓN

Figura 1: Ubicación de la ciudad de Puyo.



Fuente: GADMP
Elaborado por: Cordones, L; Ochoa, M. (2022)

Puyo se encuentra en la Amazonía ecuatoriana siendo la cabecera cantonal del cantón Pastaza, se caracteriza por poseer bosque húmedo-tropical con una temperatura que oscila entre 18° C. y 24° C. Contando con una altitud de 960 msnm; con una latitud sur de 0º 59´1´´ y a una longitud oeste de 77º49´0´´; el cantón Pastaza es parte de la región amazónica central del Ecuador, con una precipitación anual de 4500 mm, tiene una extensión de 19.944,86 km2. Se encuentra limitada en el norte con el cantón Arajuno, al sur con la provincia de Morona Santiago, al este con la República de Perú y al oeste con el cantón Mera y Santa Clara. (GADPP, 2019)

Metodología

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo en un inicio para el diagnóstico de la realidad del turismo en la ciudad y una segunda parte para el procesamiento de datos un carácter cuantitativo en la construcción de la matrices de planificación; con un alcance de tipo descriptivo que menciona la realidad del sitio, así escenario externo evaluando las realidades sociales, económicas, ambiental y cultural, y posterior a ello un análisis interno del turismo en la ciudad considerando los procesos fundamentales: gerencia/gobernanza, producto/servicio y mercadeo, complementando con los procesos de apoyo investigación + desarrollo + innovación (I+D+i) y finanzas. Se analiza por medio del método analítico sintético determinando los factores claves de cada área en particular que posteriormente serán analizados para considerarlos en las matrices de evaluación como lo propone la técnica de diagnóstico FODA, que analiza los factores externos e internos por medio de

matrices que orientan el accionar del personal gerencial, con el uso de programas como el Excel que permitió determinar las matrices de evaluación MEFE, MEFI, MPC, FODA, MCPE para determinar líneas de acción y posterior a ello la elaboración de un marco pragmático de las actividades a realizarse a manera de reactivación del sector turístico en la ciudad de Puyo.

Diseño de la investigación

Se cumplieron diversas actividades iniciando la recolección de información secundaria posteriormente se realizó el análisis de involucrados verificando los informantes de calidad, para la elaboración y aplicación de herramientas de recopilación de información primaria y obtener la valoración de resultados, aplicación de las Matrices de evaluación de factores internos y externos, Se estableció el macro programático cual permitirá dar direccionamiento para el Plan estratégico de reactivación turística, posterior a ello se hizo la revisión y análisis de las líneas estratégicas, ya que es la elaboración del Plan estratégico de reactivación turística.

5. Resultados y Discusión

Luego de la consolidación y análisis de involucrados se ha obtenido la siguiente información relevante para la evaluación de factores internos y externos.

Escenarios externos

Ámbito social

Puyo se constituye como el punto de desarrollo de la población en la mayor parte de proyectos sociales que se desenvuelven en esta ciudad lo que genera una fuerte presión sobre este poblado al poseer la mayor cantidad y calidad de equipamientos y servicios, convirtiéndose en un centro de atracción para la población rural.

Un factor negativo es la migración que ha provocado que los visitantes tanto locales como extranjeros a la ciudad se vean envueltos en una serie de problemáticas sociales como la inseguridad o robo. (PDOT, 2020)

Ámbito cultural

En la ciudad de Puyo habitan 6 de las 7 nacionalidades que habitan en la provincia con presencia en todo el territorio, estas son: Kichwa, Achuar, Zapara, Shiwiar, Shuar y Andwa, cada nacionalidad mantiene su lengua y cultura propias que permite la diversificación del producto de cultura para el turismo.

Algunas de ellas se encuentran en peligro de desaparecer culturalmente, por lo que es urgente la implementación de acciones para mantener y rescatar sus valores culturales y tradiciones ancestrales dando a entender que no cuenta con oferta cultural en gran cantidad y alto significado. (PDOT, Plan de desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2020)

Ámbito político

La ciudad cuenta con el apoyo por parte de las autoridades pertinentes insertando al turismo en la política de estado y en la planificación nacional potencializando el turismo. La estabilidad política en la amazonia es bastante inestable puesto que en este espacio distribuyen algunas tendencias políticas, mismas que causan ineficiencia en la gobernanza, se plantea también que desde los tiempos de la colonia los pueblos han enfrentado varios inconvenientes por la inequidad del reparto de los beneficios de la explotación petrolera.

Ámbito económico

En la ciudad de Puyo el principal ámbito ha sido la agricultura como un impulso al ingreso económico de las familias, sin dejar de lado el turismo ya que conlleva de la mano el desarrollo del buen vivir de los prestadores de servicios. Su emplazamiento al extremo occidental de la provincia ha permitido mayor y cercanía e intercambio comercial con las ciudades de Baños y Tena, lo que ocasiona que se convierta en un nodo de atracción y articulación inter e intra regional de gran dinamismo económico en la amazonia ecuatoriana. (PDOT, Plan de desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2020)

Según el Barómetro del Turismo Mundial (OMT, 2022), el turismo internacional experimentó un aumento interanual del 182% en enero-marzo de 2022, y los destinos de

todo el mundo recibieron unos 117 millones de llegadas internacionales, frente a los 41 millones del primer trimestre de 2021.

Ámbito ambiental

Siendo que el Ecuador uno de los 17 países megadiversos del planeta, la región amazónica esta justamente en la franja de mayor biodiversidad, lo que la hace apetecible para temas de turismo de naturaleza, científico, que se verifica con los paquetes de turismo ornitológico que hoy se expenden, es momento del aprovechamiento responsable del patrimonio natural con la estrategia de conservación de recursos más sostenible "el turismo".

La (OMT, 2019) menciona que el turismo orientado al cuidado y conservación de la naturaleza incrementara en el 2030.

FACTORES INTERNOS

Gobernabilidad

El Ministerio de Turismo es el encargado de la regulación, control, planificación, gestión, promoción y difusión, a fin de posicionar a la ciudad de Puyo como un destino turístico preferente por su excepcional diversidad cultural, natural y vivencial en el marco del turismo. Teniendo en cuenta las mejoras a el sector ya que no cuenta con personal capacitado en el ámbito con sus limitadas operadoras turísticas.

En él, se desarrolla planes turísticos en conjunto con las provincias y cantones, ya que no existe estrategias a largo plazo para promover la recuperación y la potenciación de valores de la identidad cultural.

Servicio/producto

El turismo enfocado a las familias es una nueva alternativa de desarrollo potencial en atractivos no concurridos teniendo experiencias directamente con la naturaleza, teniendo en cuenta el potencial turístico natural y cultural que posee en los atractivos turísticos sin dejar de lado la protección y la conservar del medio ambiente. No obstante, sabiendo que la biodiversidad de flora y fauna en la ciudad de Puyo es de gran aportación para acoger

la atención del visitante, teniendo en cuenta que todos los lugares de visita cuentan con el cumplimiento de los protocolos de seguridad.

Por lo cual el Administrador de Proyectos Turísticos en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal (GADM) manifestó que para poder reactivar la promoción de los productos turísticos se necesitan alianzas entre los diferentes servidores turístico adoptando un turismo estratégico que impulse a la ciudad poniendo como ejemplo paquetes innovadores.

Mercadeo

La ciudad de Puyo realiza varias actividades para motivar el desarrollo económico y así mejorar la calidad de vida tanto de los que brindan sus servicios turísticos como de la población; pero a raíz de la pandemia COVID-19 varios atractivos turísticos cerraron por el decreciente número de turistas, provocando la paralización de suministros, afectando a los vendedores de productos propios de la zona, con actividades productivas insostenibles.

Destacando a esto, se puede notar que existe una especulación entre la producción y la demanda turística por el alza de precios en feriados, creando un gran decrecimiento de visitas y también notando una informalidad cultural por parte de la población. Sin dejar de lado que mediante los protocolos de bioseguridad implementados ha aumentado la visita de turistas en la ciudad con mayor seguridad, haciendo que los emprendimientos micro y macro mejoren la dinámica económica con la actividad turística y se pueda expender sus productos tanto en la localidad como a nivel nacional.

Investigación y desarrollo

La capacidad de innovación que tiene el sector es grande, buscando así conocer nuevas ofertas en combinación con la naturaleza y la tecnología mediante investigaciones por parte de los estudiantes de la carrera de Turismo; dando como importancia principal a las culturas, tradiciones y costumbres parar lograr su sostenibilidad, cuidar los espacios naturales turísticos, y explotar los recursos de forma planificada, comprometida con la sociedad y el medio ambiente.

Finanzas

Pastaza cuenta con un presupuesto de 26,499,143.00$ de los cuales $ 435.548,67 son para el sector Turístico lo que equivale al 2% de su totalidad, los cuales están destinados para programas turísticos y sociales en la provincia (OMP, 2021).

Hubo un decrecimiento turístico de más del 64% por la pandemia COVID-19 perjudicando al sector económico por lo cual el GAD municipal ha buscado estrategias de reactivación económica y turística. Siendo responsabilidad de la empresa privada el desarrollo de la actividad turística, se asume que los presupuestos mencionados son exclusivamente para las competencias de cada Organización.

MATRIZ FODA

Tabla1. Base de datos FODA

Fortalezas	Debilidades
F1 La ciudad de Puyo cuenta con potencial turístico natural y cultural. **F2** Biodiversidad de flora y fauna en la ciudad de Puyo. **F3** Interés de emprendedores y empresarios para el desarrollo turístico con proyección a futuro. **F4** Desarrollo de recorridos internos recuperados para el fortalecimiento económico. **F5** Gran acogida de paquetes turísticos en destinos no concurridos. **F6** Lugares de visita con el cumplimiento de los protocolos de seguridad.	**D1** Déficit de estructura turística. **D2** Especulación entre la producción y la demanda turística por el alza de precios en feriados. **D3** Débil promoción de valores de la identidad cultural para el turismo. **D4** Actividades turísticas con baja rentabilidad. **D5** Déficit de señalización turística en la localidad. **D6** Limitadas operadoras turísticas. **D7** Limitado personal capacitado en el ámbito turístico. **D8** Egoísmo entre los servidores turísticos de la ciudad de Puyo. **D9** Débil cultural turística por parte de la población.
Oportunidades	**Amenazas**
O1 Interés de Apoyo por parte de las autoridades pertinentes. **O2** Presencia de las 7 nacionalidades indígenas en el territorio que permite la diversificación del producto de cultura para el turismo. **O3** Incremento en los gastos turísticos y la disposición de las personas en viajar post- COVID. **O4** La OMT menciona que el turismo orientado al cuidado y conservación de la naturaleza incrementara en el 2030. **O5** Vías seguras para el acceso a la ciudad de Puyo. **O6** El Puyo es la segunda ciudad del mundo con más recursos hídricos	**A1**Inestabilidad política, económica de apoyo a los emprendimientos turísticos. **A2** Débil aprovechamiento de las bellezas escénicas y manifestaciones culturales únicas por medio del turismo. **A3** Alto nivel de infraestructura turística inadecuada. **A4** Decadencia de la comercialización del producto turístico a nivel nacional. **A5** La migración ha provocado que los turistas que visitan la ciudad se vean envueltos en la inseguridad o robo. **A6** Especulación de los servidores turísticos. **A7** Limitada afluencia de turistas nacionales y extranjeros **A8** Escaso consumo de agua potable para visitantes locales y extranjeros.

Fuente: trabajo de investigación
Elaborado por: Cordones, L; Ochoa, M. (2022)

Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)

Tabla2. Matriz de evaluación de factores externos MEFE

N°	Oportunidades	Ponderación	Clasificación	Resultado ponderado
O1	Interés de Apoyo por parte de las autoridades pertinentes	0.05	3	0.15
02	Presencia de las 7 nacionalidades indígenas en el territorio que permite la diversificación del producto de cultura para el turismo	0.09	4	0.36
03	Incremento en los gastos turísticos y la disposición de las personas en viajar post- COVID	0.09	4	0.36
04	La OMT menciona que el turismo orientado al cuidado y conservación de la naturaleza incrementara en el 2030	0.07	4	0.28
O5	Vías seguras para el acceso a la ciudad de Puyo	0.06	3	0.18

06	El Puyo es la segunda ciudad del mundo con más recursos hídricos	0.08	4	0.32
	Amenazas			
A1	Inestabilidad política económica de apoyo los emprendimientos turísticos	0.07	2	0.14
A2	Débil aprovechamiento de las bellezas escénicas y manifestaciones culturales únicas por medio del turismo.	0.07	1	0.07
A3	Alto nivel de infraestructura turística inadecuada	0.06	2	0.12
A4	Decadencia de la comercialización del producto turístico a nivel nacional.	0.08	1	0.16
A5	La migración ha provocado que los turistas que visitan la ciudad se vean envueltos en la inseguridad o robo.	0.09	1	0.18
A6	Especulación de los servidores turísticos	0.05	2	0.10
A7	Limitada afluencia de turistas nacionales y extranjeros.	0.08	1	0.08
A8	Limitado consumo de agua potable para visitantes locales y extranjeros.	0.06	2	0.12
	Total	1.00		**2.62**
	Parámetros de calificación: **0.0 Sin importancia** **1 Debilidad importante** **3 Fortaleza menor** **1.0 De gran importancia** **2 Debilidad menor** **4 Fortaleza importante**			

Fuente: trabajo de investigación
Elaborado por: Cordones, L; Ochoa, M. (2022)

Análisis de la matriz MEFE

El análisis del escenario externo del sector turístico de la ciudad de Puyo es sin duda un aspecto muy importante con el objetivo de conocer las oportunidades y amenazas que inciden directa o indirectamente en el accionar diario de la ciudad para poder realizar planes estratégicos de reactivación que mejore la actividad turística, se hace referencia a los resultados obtenidos mismos que arrojaron un Resultado total ponderado de 2,62 que representa un escenario favorable para el desarrollo de la actividad turística al estar 12 centésimas por encima de la media, sin embargo, se reconocen los factores O2: "Presencia de las 7 nacionalidades indígenas en el territorio que permite la diversificación del producto de cultura para el turismo" y O3 "Incremento en los gastos turísticos y la disposición de las personas en viajar post- COVID" con un resultado ponderado de 0,36 cada uno, así como se reconoce al factor O6 "Puyo es la segunda ciudad del mundo con más recursos hídricos" con un resultado ponderado de 0,32 "O4: La OMT menciona que el turismo orientado al cuidado y conservación de la naturaleza incrementara en el 2030" con un Resultado ponderado de 0,28; así como las amenazas se reconocen los factores A5: "La migración ha provocado que los turistas que visitan la ciudad se vean envueltos en la inseguridad o robo" con un resultado ponderado de 0,18, así como se reconoce al factor A4: "Decadencia de la comercialización del producto turístico a nivel nacional" con un resultado ponderado del 0,16 y siguiéndole el factor A1: "Inestabilidad política económica de apoyo los emprendimientos turísticos.". Esto nos permitió tener una directriz para el desarrollo de las estrategias.

MATRIZ DE EVALUACION DE FACTORES INTERNOS (MEFI)

Tabla 3. Matriz de evaluación de factores internos (MEFI)

	Fortalezas	Ponderación	Clasificación	Resultado ponderado
F1	La ciudad de Puyo cuenta con potencial turístico natural y cultural.	0,09	4	0,36
F2	Biodiversidad de flora y fauna en la ciudad de Puyo	0,08	4	0,32
F3	Interés de emprendedores y empresarios para el desarrollo turístico con proyección a futuro	0,08	4	0,32
F4	Desarrollo de recorridos internos recuperados para el fortalecimiento económico	0,09	4	0,36
F5	Gran acogida de paquetes turísticos en destinos no concurridos	0,1	3	0,3
F6	Lugares de visita con el cumplimiento de los protocolos de seguridad	0,09	3	0,27
D1	Déficit de estructura turística	0,05	1	0,05
D2	Especulación entre la producción y la demanda turística por el alza de precios en feriados.	0,04	1	0,04
D3	Débil promoción de valores de la identidad cultural, para el turismo.	0,1	1	0,1
D4	Actividades turísticas con baja rentabilidad.	0,05	2	0,1
D5	Déficit de señalización turística en la localidad	0,03	2	0,06
D6	Limitadas operadoras turísticas	0,04	1	0,04
D7	Limitado personal capacitado en el ámbito turístico.	0,08	1	0,08
D8	Egoísmo entre los servidores turísticos de la ciudad de Puyo.	0,04	1	0,04
D9	Débil cultura turística por parte de la población.	0,04	2	0,08
	Total	1		2,52
	Parámetros de calificación: **0.0 Sin importancia** **1 Debilidad importante** **3 Fortaleza menor** **1.0 De gran importancia** **2 Debilidad menor** **4 Fortaleza importante**			

Fuente: trabajo de investigación
Elaborado por: Cordones, L; Ochoa, M. (2022)

Análisis de la matriz MEFI

Después de haber realizado la matriz de evaluación de factores internos (MEFI) siguiendo los parámetros de calificación establecidos indicados; se obtiene como resultado que la ciudad de Puyo tiene una ponderación de 2,52 que significa que el escenario interno se encuentra favorable con dos centésimas por encima de la media. Cabe indicar que la ciudad posee importantes debilidades, pero sin embargo es necesario exponer que el factor F5: “Gran acogida de paquetes turísticos en destinos no concurridos.” con un resultado ponderado 0,30 continuando con F1:“La ciudad de Puyo cuenta con potencial turístico natural y cultural” con un resultado ponderado de 0,28; reconociendo también a F6: “Lugares de visita con el cumplimiento de los protocolos de seguridad” con un resultado ponderado de 0.27; teniendo en cuenta al factor F2: “Biodiversidad de flora y fauna en la ciudad de Puyo” con un resultado ponderado de 0,24 y F4: “Desarrollo de recorridos internos recuperados para el fortalecimiento económico” con un resultado ponderado de 0,20; así como las debilidades se reconoce al factor D9: “Débil cultura turística por parte de la población” con un resultado ponderado de 0,24; continuando con la D3: “Débil promoción de valores de la identidad cultural, para el turismo” Y D4: “Actividades turísticas con baja rentabilidad” con un resultado ponderado de 0,10 cada una, y por último D2: “Especulación entre la producción y la

demanda turística por el alza de precios en feriados" con un resultado ponderado de 0,09, por tanto, estas se consideran importantes para el desarrollo de las estrategias.

MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO MPC

Tabla 4. Matriz de perfil competitivo (MPC)

N.º	FACTORES COMPETITIVOS PARA EL ÉXITO		COMPETIDORES					
			PUYO			BAÑOS		TENA
		Ponderación	Clasificación	Resultado ponderado	Clasificación	Resultado ponderado	Clasificación	Resultado ponderado
1	La ciudad de Puyo cuenta con potencial turístico natural y cultural	0,09	4	0,36	4	0.28	4	0.28
2	Biodiversidad de flora y fauna en la ciudad de Puyo	0,08	4	0,32	4	0.24	3	0.18
3	Interés de emprendedores y empresarios para el desarrollo turístico con proyección a futuro	0,08	4	0,32	4	0.12	4	0.12
4	Desarrollo de recorridos internos recuperados para el fortalecimiento económico	0,09	4	0,36	4	0.2	3	0.15
5	Gran acogida de paquetes turísticos en destinos no concurridos	0,1	3	0,3	4	0.4	3	0.3
6	Lugares de visita con el cumplimiento de los protocolos de seguridad	0,09	3	0,27	4	0.36	3	0.27
7	Déficit de estructura turística	0,05	1	0,05	2	0.1	1	0.05
8	Especulación entre la producción y la demanda turística por el alza de precios en feriados	0,04	1	0,04	1	0.09	2	0.18
9	Débil promoción de valores de la identidad cultural para el turismo	0,1	1	0,1	2	0.2	2	0.2
10	Actividades productivas con baja rentabilidad	0,05	2	0,1	2	0.1	1	0.05
11	Déficit de señalización turística	0,03	2	0,06	2	0.06	2	0.06
12	Limitadas operadoras turísticas	0,04	1	0,04	2	0.08	1	0.04
13	Limitado personal capacitado en el ámbito turístico	0,08	1	0,08	2	0.16	1	0.08
14	Egoísmo entre los servidores turísticos de la ciudad de Puyo	0,04	1	0,04	2	0.08	2	0.08
15	Débil cultura turística por parte de la población	0,04	2	0,08	2	0.24	2	0.24
	Total	1		2,52		2.71		2.28
	Parámetros de calificación:	**0.0 sin importancia**	**1 debilidad importante**		**3 fortaleza menor**			
		1.0 De gran importancia	**2 Debilidad menor**		**4 Fortaleza importante**			

Fuente: trabajo de investigación
Elaborado por: Cordones, L; Ochoa, M. (2022)

Análisis de la matriz del perfil competitivo (MPC)

Una vez identificado a los competidores mediante la matriz del perfil competitivo, podemos analizar cómo se encuentra la ciudad ante los competidores en la actividad turística el cual indico que el competidor directo es la ciudad de Tena con un resultado ponderado de 2,28; seguido de la cuidad de Baños de Agua Santa con un resultado ponderado de 2,71 y como el competidor considerable es la ciudad de Puyo con 2,18 como resultado ponderado.

La ciudad de Puyo resulto ser el mercado turístico menos competitivo lo que significa que no está trabajando con los lineamientos correctos para la reactivación turística.

Tabla 5. Matriz FODA

PUYO

		FORTALEZAS					DEBILIDADES								
		Potencial turístico natural y cultural	Biodiversidad de flora y fauna en la ciudad de Puyo	Desarrollo de recorridos internos recuperados para el fortalecimiento	Gran acogida de paquetes turísticos en	Lugares de visita con el cumplimiento de los protocolos de seguridad	Déficit de estructura turística	Especulación entre la producción y la demanda turística por el alza de precios en feriados	Débil promoción de valores de la	Actividades turísticas con baja	Déficit de señalización turística en la localidad	Limitadas operadoras turísticas	Falta de personal capacitado en el ámbito	Egoísmo entre los servidores turísticos de la ciudad de Puyo	Débil cultural por parte de la población	TOTAL
OPORTUNIDADES	Interés de Apoyo por parte de las autoridades pertinentes	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	4
	Presencia de las 7 nacionalidades indígenas en el territorio que permite la diversificación del producto de cultura para el turismo	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	10
	Incremento en los gastos turísticos y la disposición de las personas en viajar post-COVID	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	0	0	6
	La OMT menciona que el turismo orientado al cuidado y conservación de la naturaleza incrementara en el 2030	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	8
	Vías seguras para el acceso a la ciudad de Puyo	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	4
	El Puyo es la segunda ciudad del mundo con más recursos hídricos	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
AMENAZAS	Inestabilidad política y económica de apoyo de los emprendimientos turísticos	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	10
	Débil aprovechamiento de las bellezas escénicas y manifestaciones culturales únicas por medio del turismo	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	0	0	1	8
	Alto nivel de infraestructura turística inadecuada	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	4
	Decadencia de la comercialización del producto turístico a nivel nacional	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	5
	La migración ha provocado que los turistas que visitan la ciudad se vean envueltos en la inseguridad o robo.	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	9
	Especulación de los servidores turísticos	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	6
	Limitada afluencia de turistas nacionales y extranjeros	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
	Limitado consumo de agua potable para visitantes locales y extranjeros	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2
	Total	7	6	6	5	6	8	8	4	8	6	6	7	4	7	

Fuente: trabajo de investigación
Elaborado por: Cordones, L; Ochoa, M. (2022).

Tabla 6. Matriz de estrategias

MATRIZ ESTRATEGICA	
Estrategias FO	**Estrategias DO**
FO1: Crear alianzas con las diferentes operadoras turísticas para la promoción y potencialización del turismo de puyo. FO2: Diseñar ofertas turísticas con las nuevas preferencias de los turistas en los lugares no tan recurridos para incrementar la demanda. FO3: Establecer capacitaciones con los representantes de las diferentes nacionalidades para la recuperación de la cultura y el cuidado del turismo de naturaleza, para su conservación. FO4: Solicitar apoyo a las diferentes entidades para la conservación de las vías, para mayor disfrute del turista al direccionarse a la ciudad.	DO1: Crear políticas sin vigencia para la protección de los atractivos turísticos existentes y por crearse, ayudando también a la conservación del ambiente. DO2: Contratar de guías experimentados para mejorar el servicio de guianza hacia los diferentes atractivos de la ciudad. DO3: Realizar diferentes eventos motivacionales para la concientización del trabajo en equipo entre los servidores turísticos de la ciudad, dando a entender el beneficio que trae esto. DO4: Diseñar paquetes turísticos con descuentos para la motivación turista e incrementar la demanda al visitar la ciudad de Puyo. DO5: Implementar publicidad ya sea online como en carteleras de la promoción turística.
Estrategias FA	**Estrategias DA**
FA1: Fortalecer las culturas y tradiciones mediante actividades folclóricas. FA2: Dar a conocer los atributos turísticos de la ciudad por medio de redes sociales para el incremento del gasto turístico y la afluencia de turistas. FA3: Desarrollar cursos para la implementación de señalización turística para los atractivos.	DA1: Realizar un plan de manejo adecuado para la construcción de la infraestructura turísticas, para evitar la alteración las condiciones del lugar turístico DA2: Determinar convenios turísticos para el aprovechamiento de las culturas y las bellezas escénicas. DA3: Crear campañas de concientización sobre la cultura turística.

Fuente: trabajo de investigación
Elaborado por: Cordones, L; Ochoa, M. (2022)

Matriz de resumen de Estrategia para la ciudad de Puyo

Se entrelazan los factores claves como: FO, - FA, - DO, - DA

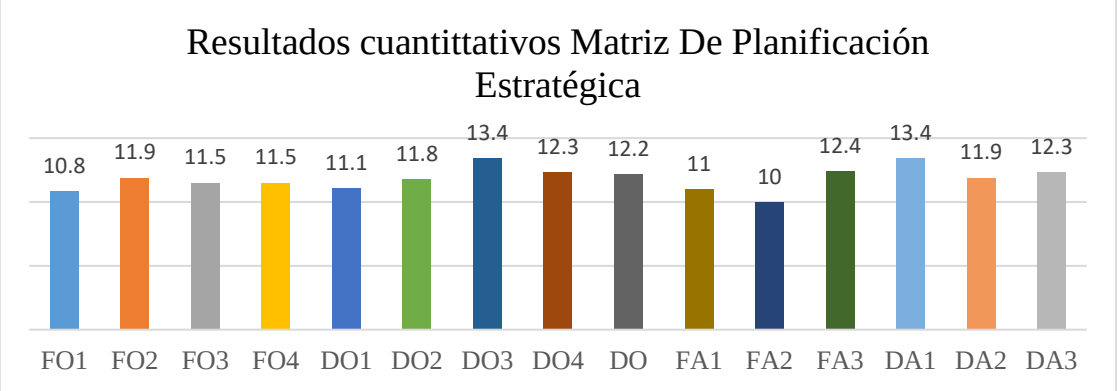
Esto ha permitido obtener 15 resultados como Estrategias, que sirvió como benéfico para la ciudad de Puyo para el direccionamiento de la propuesta del Plan Estratégico de reactivación turística; así logrando que sea un potencial turístico más visitado de la Amazonia ecuatoriana, cumpliendo todos los estereotipos de calidad y seguridad para el turista.

Tabla 7. Matriz Cuantitativa de Planificación Estratégica

Factores críticos para el éxito	PESO	Estrategias																													
		FO1		FO2		FO3		FO4		DO1		DO2		DO3		DO4		DO5		FA1		FA2		FA3		DA1		DA2		DA3	
Fortalezas		CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA
La ciudad de Puyo cuenta con potencial turístico natural y cultural	0.28	3	0.84	2	0.56	4	1.12	3	0.84	4	1.12	4	1.12	3	0.84	4	1.12	4	1.12	3	0.84	4	1.12	3	0.84	4	1.12	3	0.84	3	0.84
Biodiversidad de flora y fauna en la ciudad de Puyo	0.24	4	0.96	2	0.48	2	0.48	3	0.72	4	0.96	3	0.72	3	0.72	4	0.96	2	0.48	1	0.24	3	0.72	3	0.72	3	0.72	2	0.48	4	0.96
Interés de emprendedores y empresarios para el desarrollo turístico con proyección a futuro	0.09	3	0.27	4	0.36	4	0.36	4	0.36	2	0.18	4	0.36	4	0.36	4	0.36	3	0.27	1	0.09	3	0.27	4	0.36	2	0.18	4	0.36	3	0.27
Desarrollo de recorridos internos recuperados para el fortalecimiento económico	0.2	3	0.6	3	0.6	2	0.4	3	0.6	2	0.4	3	0.6	4	0.8	3	0.6	4	0.8	3	0.6	2	0.4	4	0.8	3	0.6	2	0.4	3	0.6
Gran acogida de paquetes turísticos en destinos no concurridos	0.3	3	0.9	3	0.9	2	0.6	3	0.9	2	0.6	2	0.6	3	0.9	3	0.9	3	0.9	3	0.9	2	0.6	3	0.9	3	0.9	4	1.2	4	1.2
Lugares de visita con el cumplimiento de los protocolos de seguridad	0.27	4	1.08	3	0.81	1	0.27	3	0.81	2	0.54	3	0.81	4	1.08	3	0.81	4	1.08	4	1.08	4	1.08	3	0.81	4	1.08	2	0.54	4	1.08
Debilidades																															
Déficit de estructura turística	0.05	4	0.2	3	0.15	1	0.05	3	0.15	2	0.1	3	0.15	3	0.15	3	0.15	4	0.2	3	0.15	4	0.2	3	0.15	3	0.15	3	0.15	2	0.1
Especulación entre la producción y la demanda turística por el alza de precios en feriados	0.09	4	0.36	3	0.27	2	0.18	3	0.27	2	0.18	4	0.36	3	0.27	3	0.27	4	0.36	3	0.27	4	0.36	1	0.09	3	0.27	4	0.36	3	0.27
Débil promoción de valores de la identidad cultural para el turismo	0.1	4	0.4	3	0.3	2	0.2	3	0.3	2	0.2	3	0.3	4	0.4	3	0.3	4	0.4	4	0.4	3	0.3	1	0.1	2	0.2	3	0.3	3	0.3
Actividades turísticas con baja rentabilidad	0.1	1	0.1	4	0.4	4	0.4	4	0.4	1	0.1	4	0.4	4	0.4	1	0.1	1	0.1	4	0.4	2	0.2	1	0.1	2	0.2	3	0.3	4	0.4
Déficit de señalización turística en la localidad	0.06	2	0.12	1	0.06	1	0.06	1	0.06	2	0.12	2	0.12	2	0.12	2	0.12	1	0.06	1	0.06	2	0.12	3	0.18	4	0.24	2	0.12	2	0.12
Limitadas operadoras turísticas	0.04	1	0.04	1	0.04	2	0.08	1	0.04	3	0.12	2	0.08	3	0.12	1	0.04	1	0.04	1	0.04	2	0.08	1	0.04	4	0.16	4	0.16	3	0.12
Falta de personal capacitado en el ámbito turístico	0.08	2	0.16	1	0.08	1	0.08	1	0.08	3	0.24	1	0.08	2	0.16	2	0.16	2	0.16	1	0.08	1	0.08	1	0.08	2	0.16	2	0.16	2	0.16
Egoísmo entre los servidores turísticos de la ciudad de Puyo	0.04	2	0.08	1	0.04	3	0.12	1	0.04	2	0.08	3	0.12	3	0.12	2	0.08	1	0.04	2	0.08	3	0.12	3	0.12	2	0.08	4	0.16	4	0.16
Débil cultural por parte de la población	0.24	1	0.24	1	0.24	3	0.72	1	0.24	4	0.96	2	0.48	3	0.72	3	0.72	3	0.72	1	0.24	3	0.72	3	0.72	2	0.48	2	0.48	2	0.48
Oportunidades																															
Interés de apoyo por parte de las autoridades pertinentes	0.15	1	0.15	2	0.3	2	0.3	1	0.15	2	0.3	4	0.6	4	0.6	2	0.3	2	0.3	2	0.3	3	0.45	3	0.45	2	0.3	4	0.6	4	0.6
Presencia de las 7 nacionalidades indígenas en el territorio que permite la diversificación del producto de cultura para el turismo	0.36	2	0.72	4	1.44	2	0.72	2	0.72	3	1.08	2	0.72	2	0.72	2	0.72	2	0.72	2	0.72	1	0.36	1	0.36	4	1.44	1	0.36	2	0.72
Incremento en los gastos turísticos y la disposición de las personas en viajar post- COVID	0.36	1	0.36	1	0.36	2	0.72	2	0.72	2	0.72	3	1.08	3	1.08	2	0.72	2	0.72	2	0.72	1	0.36	2	0.72	2	0.72	4	1.44	2	0.72
La OMT menciona que el turismo orientado al cuidado y conservación de la naturaleza incrementara en el 2030.	0.28	1	0.28	3	0.84	2	0.56	2	0.56	2	0.56	2	0.56	2	0.56	2	0.56	2	0.56	2	0.56	1	0.28	2	0.56	2	0.56	2	0.56	2	0.56
Vías seguras para el acceso a la ciudad de Puyo.	0.18	3	0.54	2	0.36	2	0.36	2	0.36	1	0.18	2	0.36	2	0.36	1	0.18	3	0.54	1	0.18	3	0.54	2	0.36	3	0.54	1	0.18	4	0.72
Puyo es la segunda ciudad del mundo con más recursos hídricos.	0.32	3	0.96	2	0.64	4	1.28	3	0.96	1	0.32	2	0.64	4	1.28	3	0.96	2	0.64	3	0.96	4	1.28	3	0.96	1	0.32	1	0.32	2	0.64
Amenazas																															
Inestabilidad política y económica de apoyo de los emprendimientos turísticos	0.14	1	0.14	2	0.28	4	0.56	3	0.42	2	0.28	1	0.14	3	0.42	3	0.42	2	0.28	1	0.14	4	0.56	4	0.56	2	0.28	2	0.28	2	0.28
Débil aprovechamiento de las bellezas escénicas y manifestaciones culturales únicas por medio del turismo	0.07	1	0.07	4	0.28	2	0.14	3	0.21	2	0.14	1	0.07	2	0.14	3	0.21	3	0.21	2	0.14	3	0.21	4	0.28	4	0.28	4	0.28	4	0.28
Alto nivel de infraestructura turística inadecuada	0.12	2	0.24	3	0.36	3	0.36	2	0.24	3	0.36	2	0.24	2	0.24	1	0.12	2	0.24	2	0.24	2	0.24	2	0.24	3	0.36	2	0.24	2	0.24
Decadencia de la comercialización del producto turístico a nivel nacional	0.16	1	0.16	2	0.32	2	0.32	2	0.32	1	0.16	1	0.16	1	0.16	2	0.32	2	0.32	2	0.32	2	0.32	3	0.48	3	0.48	1	0.16	3	0.48
La migración ha provocado que los turistas que visitan la ciudad se vean envueltos en la inseguridad o robo.	0.18	2	0.36	3	0.54	2	0.36	2	0.36	4	0.72	2	0.36	1	0.18	3	0.54	1	0.18	4	0.72	2	0.36	4	0.72	4	0.72	4	0.72	4	0.72
Especulación de los servidores turísticos	0.1	1	0.1	3	0.3	2	0.2	2	0.2	2	0.2	1	0.1	1	0.1	2	0.2	3	0.3	2	0.2	1	0.1	2	0.2	2	0.2	4	0.4	2	0.2
Limitada afluencia de turistas nacionales y extranjeros	0.08	2	0.16	3	0.24	3	0.24	3	0.24	1	0.08	1	0.08	3	0.24	1	0.08	1	0.08	1	0.08	3	0.24	2	0.16	2	0.16	1	0.08	2	0.16
Limitado consumo de agua potable para visitantes locales y extranjeros	0.12	2	0.24	3	0.36	2	0.24	2	0.24	1	0.12	3	0.36	1	0.12	2	0.24	3	0.36	2	0.24	4	0.48	3	0.36	4	0.48	2	0.24	3	0.36
TOTAL			10.8		11.9		11.5		11.5		11.1		11.8		13.4		12.3		12.2		11.0		10.0		12.4		13.4		11.9		12.3

CA = Calificación
TCA= Total de Calificación del Atractivo
Calificación de Atractivo 1 = No es atractivo 2= Algo atractivo 3= Bastante atractivo 4= Muy atractivo

Fuente: trabajo de investigación
Elaborado por: Cordones, L; Ochoa, M. (2022)



Fuente: trabajo de investigación
Elaborado por: Cordones, L; Ochoa, M. (2022)

Interpretación y análisis

Mediante la Matriz Cuantitativa de Planificación Estratégica (MCPE) se estableció el conjunto de estrategias, por medio de estos resultados se ha establecido las estrategias más importantes para el beneficio de la reactivación turística en la ciudad de Puyo, obteniendo 15 estrategias para el desarrollo, continuando con las puntuaciones:

La puntuación más alta entre las estrategias se observa a DO3: "Realizar diferentes eventos motivacionales para la concientización del trabajo en equipo entre los servidores turísticos de la ciudad, dando a entender el beneficio que trae esto." y DA1: ": Realizar un plan de manejo adecuado para la construcción de la infraestructura turísticas, para evitar la alteración las condiciones del lugar turístico" con un valor de 13.4 cada una; FA3: "Desarrollar cursos para la implementación de señalización turística para los atractivos" y DO4: "Diseñar paquetes turísticos con descuentos para la motivación turista e incrementar la demanda al visitar la ciudad de Puyo" con un valor de 12.30 cada una; por otro lado se considera las estrategias menos favorables para la reactivación FO1:"Determinar convenios turísticos para el aprovechamiento de las culturas y las bellezas escénicas" con un valor de 8.6 y para finalizar esta la estrategia 1 FO1: "Crear alianzas con las diferentes operadoras turísticas para la promoción y potencialización del turismo de Puyo" con un valor de 10.8; y FA2: "Dar a conocer los atributos turísticos de la ciudad por medio de redes sociales para el incremento del gasto turístico y la afluencia de turistas"

PLAN DE REACTIVACIÓN TURISTICA PARA LA CIUDAD DE PUYO, CANTÓN PASTAZA

Justificación

La ciudad de Puyo pertenece a la cabecera cantonal de Pastaza, ubicada en la provincia de Pastaza, actualmente no se desarrolla el turismo por falta de planificación y organización de la ciudad y de los gobiernos responsables, sin tener en cuenta que la ciudad cuenta con varios atractivos culturales y naturales para la oferta turística.

Puyo tiene una ubicación geográfica oportuna ya que está en el centro de la Amazonia y tiene una gran riqueza hidrológica a sus alrededores, cuenta con accesos poco favorables para el ingreso a sus atractivos turísticos sin dejar de lado la valiosa naturaleza que en ella rodea.

Ha decaído la economía debido a la falta de apoyo de las Instituciones y Ministerio competentes que ha hecho de esta ciudad un lugar de paso y donde que la principal actividad de fortaleza para esta ciudad como una activad provechosa es el turismo, el Estado Ecuatoriano brinda grandes oportunidades de desarrollo a través de financiamiento con las respectivas Instituciones y gobiernos Seccionales, mediante una planificación de propuestas de proyectos que quiere impulsar el buen vivir a través del turismo, cual hace mención los diferentes artículos.

Propuesta de Plan estratégico de reactivación turística de la ciudad de Puyo 2022 2027

MARCO PROGRAMATICO

Propuesta de la visión y objetivos/estrategias:

a) Propuesta de visión

Para el año 2027 la ciudad de Puyo es uno de los mejores destinos Turísticos de la Amazonia, ofreciendo la interacción cultural, la experiencia única de la naturaleza y sus recursos; creando un turismo vivencial y responsable para el cuidado y conservación de la naturaleza y la cultura, promocionando a la Amazonia a nivel nacional e internacional.

b) Propuesta de misión

Ofrecer al turista nacional o extranjero servicios turísticos de la mejor calidad y constante innovación mediante el respaldo del personal capacitado en las diferentes áreas turísticas, y una infraestructura adecuada para el desarrollo de las actividades turísticas y así convertir al turismo como eje clave para el incremento económico y social de la ciudad.

Propuesta de principios

- Aplicar un plan estratégico para reactivar las diferentes actividades turísticas en la ciudad de Puyo.
- Salvaguardar los bienes naturales y culturales de la ciudad.

a) Propuesta de valores

- Respeto a la biodiversidad.
- Calidad
- Innovación
- Responsabilidad
- Solidaridad

b) Determinación de Políticas:

- Actualizar los conocimientos para el desempeño de las actividades turísticas.
- Generar plazas de trabajo como prioridad a los moradores del sector.
- Innovación de paquetes turísticos con precios especiales para grupos locales, nacionales y extranjeros**.**

c) Propuestas de objetivos/estratégicos

- Promover paquetes turísticos para la demanda del mercado nacional e internacional con los debidos protocolos de bioseguridad. En el tercer trimestre del año 2023.
- Promocionar los recursos naturales y culturales para el desarrollo turístico a nivel local nacional e internacional mediante los diferentes canales de difusión para el año 2023.
- Crear nuevas fuentes de empleo, dando alternativas a la no perturbación de la

naturaleza y la migración de los moradores de la ciudad.

- Elaboración de un plan de acción turística que esté encaminado conjuntamente con las estrategias establecidas de acuerdo a la matriz

Formulación de un Plan de acción turística

Tabla 8. Formulación de un plan de acción

NIVEL DE OBJETIVO	RESPONSABLE DE LA GESTIÓN	QUIENES PARTICIPAN	ACCIONES EN TIEMPO	QUIENES APOYAN	PRESUPUESTO ESTIMADO	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
DO3 Realizar diferentes eventos motivacionales para la concientización del trabajo en equipo entre los servidores turísticos de la ciudad dando el beneficio que trae							
DO3.1. Guianza	Representante del GAD Municipal	Todos los propietarios de los atractivos turísticos	Al final del 3er año se a capacitado al 95% a todos los propietarios de los atractivos turísticos de la ciudad		1.000,00	**Contratos, listas de asistencias facturas, fotografías**	**Vías en mal estado, se mantengan los precios en feriados.**
DO3.2. Protocolos de bioseguridad					1.000,00		
DO3.3. Seguridad alimentaria				GAD Municipal GAD Provincial MINTUR	1.300,00		
DO3.4. Administración turística				Policía Nacional Ministerio del Ambiente	1.000,00		
DO3.5. Seguridad ciudadana					1.000,00		
DO4.6. Conservación del medio ambiente					1.000,00		
DA1 Realizar un plan de manejo adecuado para la construcción de la infraestructura turística para evitar la alteración de las condiciones del lugar turístico							
DA1.1. Itinerarios descritos en dos idiomas (español e inglés)	Encargado de marketing y administrador de la paina Web de la ciudad	Todos los habitantes de la ciudad	Al final del 3er año los encargados de esta área están total capacidad para desarrollar por cuenta propia	GAD Municipal MINTUR	600,00	**Contratos, listas de asistencias facturas, fotografías**	**Vías en mal estado, se mantengan los precios en feriado**
DA1.2. Itinerarios hasta de 5 días de actividades turísticas			esta actividad y a su vez se mantendrá		600,00		
DA1.3. Apoyo en páginas webs de la ciudad			en un 100% en constante innovación		750,00		
DA1.4. Dar opción al turista para escoger las actividades que deseen realizar					750,00		
DA3 Desarrollar cursos para la implementación de señalización turística para los atractivos							
DA3.1. Construcción de senderos para ingreso a los atractivos	Director de planificación de ordenamiento territorial.	Todos los propietarios de los atractivos turísticos.	Al final del 2do año se cumplirán en un 70% las gestiones para las diferentes construcciones; y para final del 5to año	GAD Municipal MINTUR	7.000,00	Contratos, listas de asistencias facturas, fotografías	Vías en mal estado, se mantengan los precios en feriado
DA3.2. Construcción de un centro de interpretación cultural			se estarán dando por ejecutadas	GAD Provincial	25.000,00		
DA3.3. Construcción de cabañas para hospedaje y alimentación					20.000,00		
DO4 Diseñar paquetes turísticos con descuentos para la motivación turística e incrementar la demanda al visitar la ciudad de puyo							
DO4.1. Actividades de guianza		Todos los habitantes de la ciudad	Al final del 5to año se cumplirá en un 100% con la delegación de responsabilidades para las áreas destinadas				
DO4.2. Actividades gastronómicas				GAD Municipal GAD Provincial MINTUR		Contratos	
DO4.3. Actividades culturales (danzas, artesanías)				Policía Nacional Ministerio del Ambiente		listas de asistencias facturas	Vías en mal estado
DO4.4. Actividades de convivencia						fotografías	se mantengan los precios variación del clima
DA3 Crear campañas de concientización sobre la cultura turística							
DA3.1. Folletería	Encargado de marketing y administrador de la paina Web de la ciudad	Todos los habitantes de la ciudad	Al final del 1er año se cumplirán al 100% con las gestiones y diseños realizados en cuanto a estas actividades; en el 2do año se dará por ejecutado el		400,00	**Contratos, listas de asistencias facturas, fotografías**	**Vías en mal estado, se mantengan los precios en feriados.**
DA3.2 mapas					200,00		
DA3.3. Vallas publicitarias			mejoramiento requerido en un 100%	GAD Municipal MINTUR	350,00		
DA3.4. Letreros - rótulos.				GAD Provincial	550,00		
				Fotografías	550,00		
			TOTAL, PRESUPUESTO ESTIMADO		**62,050**		

Fuente: trabajo de investigación
Elaborado por: Cordones, L; Ochoa, M. (2022)

Resumen plan de acción*:*

La formulación del plan de acción turística tiene como finalidad realizar actividades relacionadas a la reactivación del turismo en el transcurso de los próximos cinco años, mismas que serán de gran utilidad en su totalidad para el desarrollo de la reactivación turística en la ciudad de Puyo.

Es por eso que se ha realizado una matriz de marco lógico del plan en el cual se identifica elnivel objetivo que detalla 5 objetivos los cuales se citan como actividades importantes que se deben ejecutar, también se detalla la identificación de los indicadores, los medios de verificación y los supuestos que se vinculan al desarrollo de cada una de las actividades.

A continuación, se detalla una formulación de un cronograma de ejecución de las actividadesa desarrollar en el plan de acción:

Cronograma de ejecución – matriz de actividades a realizarse en el plan de reactivación turística en la ciudad de Puyo (Plan de acción)

Tabla 9. Cronograma de ejecución

N°	Estrategias	N°	Acciones	Responsable	Plazo																			
					1er Año				2do Año				3er Año				4to Año				5to Año			
					1er Trimestre	2do Trimestre	3er Trimestre	4to Trimestre	1er Trimestre	2do Trimestre	3er Trimestre	4to Trimestre	1er Trimestre	2do Trimestre	3er Trimestre	4to Trimestre	1er Trimestre	2do Trimestre	3er Trimestre	4to Trimestre	1er Trimestre	2do Trimestre	3er Trimestre	4to Trimestre
FO1	Crear alianzas con las diferentes operadoras turísticas para la promoción y potencialización del turismo de Puyo	1	Capacitar a los habitantes de la ciudad para que puedan trabajar y desenvolverse en la actividad turística	MINISTERIO DE TURISMO GAD PROVINCIAL GAD MUNICIPAL	X				X				X											
		2	Capacitar constantemente a los prestadores de servicios turísticos de la ciudad en relación a la competitividad y mejoramiento de los servicios turísticos		X				X				X											
		3	Crear proyectos en los cuales encaminen la conservación y valoración a los recursos naturales y culturales con los que cuenta la ciudad			X				X														
		4	Informar constantemente de las leyes, políticas y normas legales que rige el turismo para ofertar servicios turísticos.		X				X				X				X				X			
FO2	Diseñar ofertas turísticas con las nuevas preferencias de los turistas en los lugares no tan recurridos para incrementar la demanda.	1	Elaborar propuestas de paquetes turísticos para ser ofertados en el mercado nacional	AGENCIAS DE VIAJESGAD MINICIPAL DIRIGENTE TURISMO DE LA COMUNIDAD			X				X			X					X			X		
		2	Tener como referencia el inventario turístico realizado en la ciudad.				X				X			X					X			X		
		3	Introducir en los paquetes turísticos varias alternativas de servicios turísticos					X				X			X					X			X	
		4	Realizar constantes cambios en los itinerarios de los paquetes turísticos que se establecerán.					X							X	X				X				X
FO3	Establecer capacitaciones con los representantes de las diferentes nacionalidades para la recuperación de la cultura y el cuidado del turismo de naturaleza, para su conservación.	1	Organizar comisiones para asistir a reuniones con los representantes de las distintas organizaciones gubernamentales para solicitar apoyos.	JUNTA COMUNITARIA		X			X				X				X				X			
		2	Buscar e investigar sobre instituciones que aporten al desarrollo del turismo mediante la ejecución de gestiones con más ciudades			X			X				X				X				X			
		3	Delegar responsabilidades en cuanto a la elaboración y construcción de infraestructura en la ciudad para la recuperación del turismo				X	X		X	X				X	X				X			X	X	
FO4	Solicitar apoyo a las diferentes entidades para la conservación de las vías, para mayor disfrute del turista al direccionarse a la ciudad.	1	Organizar grupos o comisiones para que trabajen en las diferentes vías de acceso de los atractivos turísticos	JUNTA COMUNITARIA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
DO1	Crear políticas sin vigencia para la protección de los atractivos turísticos existentes y por crearse, ayudando también a la conservación del ambiente.	1	Delegar un responsable de cada grupo de trabajo para las capacitaciones de conservación del ambiente	JUNTA COMUNITARIA	X				X				X				X				X			
		2	Organizar reuniones de trabajo continuamente para tratar sobre la actividad turísticas	MINTUR/ GAD MUNICIPAL JUNTA COMUNITARIA		X				X				X				X				X		
DO2	Contratar de guías experimentados para mejorar el servicio de guianza hacia los diferentes atractivos de la ciudad.	1	Organizar grupos de guianza a los diferentes atractivos turísticos	JUNTA COMUNITARIA		X			X				X				X				X			
		2	Delegar grupos de trabajo para que constantemente realicen mantenimiento a los escenarios turísticos	JUNTA COMUNITARIA			X																	
DO3	Realizar diferentes eventos motivacionales para la concientización del trabajo en equipo entre los servidores turísticos de la ciudad, dando a entender el beneficio que trae esto.	1	Diseñar un plan de marketing que promocione, difunda y distribuya información turística de la ciudad	MINTUR/ GAD MUNICIPAL JUNTA COMUNITARIA				X			X				X				X					X	
		2	Elaboración de una guía turística de la ciudad	MINTUR/ GAD MUNICIPAL JUNTA COMUNITARIA			X	X																	
		3	Brindar información accesible y fidedigna	MINTUR/ GAD MUNICIPAL JUNTA COMUNITARIA			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
		4	Establecer alianzas estratégicas con agencias de viajes operadoras para que se incluyan este producto dentro de sus ofertas	JUNTA COMUNITARIA AAVV		X			X				X				X				X			
		5	Creación de la marca del destino que identifique las diferentes actividades que se pueden ofrecer en la ciudad	JUNTA COMUNITARIA MINTUR			X	X	X															
DO4	Diseñar paquetes turísticos con descuentos para la motivación turista e incrementar la demanda al visitar la ciudad de Puyo	1	Creación de paquetes turísticos innovadores para llamar la atención de la demanda turística.	GAD MUNICIPAL GAD PROVINCIAL MINTUR BANCO DEL ESTADO				X	X	X														
		2	Programar reuniones con el MINTUR para la socialización de propuestas para la obtención de créditos para aplicar en el ámbito turístico	MINTUR JUNTA COMUNITARIA		X	X		X																
DO5	Implementar publicidad ya sea online como en carteleras de la promoción turística.	1	Crear sitios de web para el posicionamiento de la ciudad en las diferentes plataformas sociales	GAD MUNICIPAL MINTUR					X	X							X	X						
FA1	Fortalecer las culturas y tradiciones mediante actividades folclóricas.	1	Protección de los escenarios culturales de la ciudad	JUNTA COMUNITARIA GAD MUNICIPAL MINTUR				X	X	X						X	X					X		
		2	Dar a conocer y explotar su identidad cultural, siendo esta la riqueza más importante de la ciudad					X	X	X						X	X					X		
		3	Proyectos de participación conjunta entre las culturas					X	X	X						X	X					X		
		4	Realizar grupos de danza de las diferentes culturas de la amazonia					X	X	X						X								
FA2	Dar a conocer los atributos turísticos de la ciudad por medio de redes sociales para el incremento del gasto turístico y la afluencia de turistas.	1	Capacitar al personal encargado del marketing turístico	POLICIA NACIONAL GAD MUNICIPAL JUNTA COMUNITARIA		X	X	X							X			X				X		
		2	Promocionar a la ciudad por medios de las diferentes plataformas sociales	POLICIA NACIONAL CONSEJO DE VIGILANCIA COMUNITARIO			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
		3	Tener una base de datos actualizada de los diferentes servicios turísticos que presta la ciudad					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
FA3	Desarrollar cursos para la implementación de señalización turística para los atractivos.	1	Enseñar a los turistas a conservar la señalización en los atractivos turísticos	AAVV GUIAS TURISTICOS COMUNITARIOS									X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
		2	Hacer demostraciones de los diferentes tipos de señalización, su uso y puesto en práctica	AAVV GUIAS TURISTICOS COMUNITARIOS									X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
		3	Dar capacitaciones cada seis meses sobre la señalética para los establecimientos turísticos	GUIAS TURISTICOS COMUNITARIOS								X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
DA1	Realizar un plan de manejo adecuado para la construcción de la infraestructura turísticas, para evitar la alteración las condiciones del lugar turístico	1	Diseñar actividades de conservación de la biodiversidad	MINISTERIO DEL AMBIENTE MINTUR GAD MUNICIPAL JUNTA COMUNITARIA	X	X	X	X																
		2	Dar prioridad a los escenarios naturales para el proceso de protección				X				X				X				X				X	
		3	Capacitar a la población en temas de protección ambiental y construcción amigable		X	X	X	X				X				X				X				X

Fuente: trabajo de investigación
Elaborado por: Cordones, L; Ochoa, M. (2022)

Posibles vías de financiamiento:

Es importante destacar las posibles vías de financiamiento para dar ejecución al plan de acción en los próximos cinco años, es por ello que a continuación se detallan algunas de las opciones que pueden ser útiles para la ejecución del mismo:

1) Gestionar apoyos financieros con el GAD Municipal y Provincial para la ejecución de obras.

El GAD Municipal y Provincial apoyara con el financiamiento de hasta el 60% del monto total dependiendo el tipo de proyecto desarrollarse, ya sea capacitaciones, infraestructura, entre otras.

2) Realizar créditos a través del Ministerio de Turismo conjuntamente con BanEcuador que;

Se financiará hasta el 100% del proyecto de inversión a realizarse, en las operaciones de microcrédito para actividades que inician su funcionamiento, podrá o no considerarse períodos de gracia, de hasta $15.000 no se requiere garantía hipotecaria, a partir de $15.001 la garantía debe serhipotecaria conforme los lineamientos establecidos.

A continuación, se detalla los porcentajes en los cuales las instituciones aportaran a las distintas capacitaciones y actividades que se realicen

Tabla 10. Fuente de financiamiento

NIVEL DE OBJETIVO	GAD Municipal	GAD Provincial	MINTUR	Ciudad	*Total %*
DO3 REALIZAR DIFERENTES EVENTOS MOTIVACIONALES PARA LA CONCIENTIZACION DEL TRABAJO EN EQUIPO ENTRE LOS SERVIDORES TURISTICOS DE LA CIUDAD DANDO EL BENEFICIO QUE TRAE					
DO3.1. Guianza	60%	10%	20%	10%	**100%**
DO3.2. Protocolos de bioseguridad	60%	10%	20%	10%	**100%**
DO3.3. Seguridad alimentaria	60%	10%	20%	10%	**100%**
DO3.4. Administración turística	60%	10%	20%	10%	**100%**
DO3.5. Seguridad ciudadana	60%	10%	20%	10%	**100%**
DO3.6. Conservación del medio ambiente	60%	10%	20%	10%	**100%**
DA1 REALIZAR UN PLAN DE MANEJO ADECUADO PARA LA CONSTRUCCION DE LA INFRAESTRUCTURA TURISTICA PARA EVITAR LA ALTERACION DE LAS CONDICIONES DEL LUGAR TURISTICO					
DA1.1. Itinerarios descritos en dos idiomas (español e inglés)	60%	10%	20%	10%	**100%**
DA1.2. Itinerarios hasta de 5 días de actividades turísticas	60%	10%	20%	10%	**100%**
DA1.3. Apoyo en páginas webs de la ciudad	60%	10%	20%	10%	**100%**
DA1.4. Dar opción al turista para escoger las actividades que deseen realizar	60%	10%	20%	10%	**100%**
DA3 DESARROLLAR CURSOS PARA LA IMPLEMENTACION DE SEÑALIZACION TURISTICAPARA LOS ATRACTIVOS					
DA3.1. Construcción de senderos para ingreso a los atractivos	50%	20%	20%	10%	**100%**
DA3.2. Construcción de un centro de interpretación cultural	50%	20%	20%	10%	**100%**
DA3.3. Construcción de cabañas para hospedaje y alimentación	50%	20%	20%	10%	**100%**
DO4 DISEÑAR PAQUETES TURISTICOS CON DESCUENTOS PARA LA MOTIVACION TURISTICA E INCREMENTAR LA DEMANDA AL VISITAR LA CIUDAD DE PUYO					
DO4.1. Actividades de guianza	10%	10%	10%	70%	**100%**
DO4.2. Actividades gastronómicas	10%	10%	10%	70%	**100%**
DO4.3. Actividades culturales (danzas, artesanías)	10%	10%	10%	70%	**100%**
DO4.4. Actividades de convivencia	10%	10%	10%	70%	**100%**
DA3 CREAR CAMPAÑAS DE CONCIENTIZACION SOBRE LA CULTURA TURISTICA					
DA5.1. Folletería	20%	20%	60%	0%	**100%**
DA5.2. Mapas	20%	20%	60%	0%	**100%**
DA5.3. Vallas publicitarias	20%	20%	60%	0%	**100%**
DA5.4. Letreros - rótulos	**20%**	**20%**	**60%**	**0%**	**100%**

Fuente: trabajo de investigación
Elaborado por: Cordones, L; Ochoa, M. (2022)

6. CONCLUSIONES

Luego de realizar los análisis correspondientes a la ciudad de Puyo, se aborda a continuación las conclusiones a las que se llegó a través del proceso investigativo que demandó la ejecución del presente articulo científico.

- Dentro del análisis situacional se logró evaluar los factores externos mediante la matriz de evaluación obteniendo un Resultado Total Ponderado de 2,62, mostrando 12 centésimas por encima de la media que son 2,5 lo que representa un escenario favorable para el desarrollo del plan sobre la organización. Por otra parte, se analizó los factores internos dando como resultado una ponderación del 2,18 teniendo un resultado no tan desfavorece al desarrollo del mismo y por último se determina el perfil competitivo mediante el análisis de las empresas dedicadas a la misma actividad, el mismo que dio como

resultado una ponderación de 2,18 ubicándola en el tercer lugar entre las dos competencias.

- Se han establecido 15 líneas estrategias mismas que han sido valoradas por medio de la MCPE que reconoce a **DA1**: *"Realizar un plan de manejo adecuado para la construcción de infraestructura turística, para evitar la alteración de las condiciones del lugar turístico"* y **DO3:** *"Realizar diferentes eventos motivacionales para la concientización del trabajo en equipo entre los servidores turísticos de la ciudad, dando a entender el beneficio que trae esto"* con una Calificación Total de Atractiva de 13,4; seguido de: **FA3:** "*Desarrollar cursos para la implementación de señalización turística para los atractivos"* con una calificación total de atractivo 12,4; **DO4: "***Diseñar paquetes turísticos con descuentos para la motivación turística e implementar la demanda al visitar la ciudad de Puyo"* y **DA3:** *Crear campañas sobre la concientización sobre la cultura turística"* con una Calificación Total de Atractivo de 12,3 entendiendo que estas son las estrategias con mayor prioridad para que la reactivación turística post- COVID 19 tenga éxito.
- Finalmente se realizó el plan estratégico en el cual se integró el marco programático propuesto con la misión, visión, principios y valores; se estableció un tiempo de ejecución de 5 años de este modo, la elaboración del presente plan estaría contribuyendo con la reactivación del sector turístico post pandemia COVID-19, en la ciudad de Puyo.

7. Bibliografía

Ambiental, L. d. (10 de Septiembre de 2004). *Lexis*. https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf

Bonilla, L. B. (1998). *Direccion Estrategica para Organizaciones Inteligentes.*

Brenes, L. (2003). *Direccion Estrategica para Organizaciones Inteligentes* . Universidad Estatal a Distancia.

Calva, J. L. (Junio de 2017). *Enciclopedia Economica*. Matriz FODA: https://enciclopediaeconomica.com/matriz-foda/

Chandler. (2003). *El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica.* Colombia: Emigdio Rafael Contreras Sierra.

Comercio. (22 de Mayo de 2020). *El Comercio*. https://www.elcomercio.com/tendencias/perdidas-sector-turistico-ecuador-coronavirus.html

COOTAD. (2010). *Código Orgánico Organizacional Territorial Autonomia Descentralización.* Ecuador, Quito: Lexis.

David, F. R. (2003). *Concepto de la Administración Estratégica* (Novena ed.). Mexico, Mexico: Camara Nacional de la Industria Editorial Mexicana.

Deloitte. (2022). El futuro del trabajo en un mundo post-pandemia: https://www2.deloitte.com/ec/es/pages/about-deloitte/articles/el-futuro-del-trabajo-en-un-mundo-post-pandemia.html

Elizabeth Savedra C, C. D. (2004). *Promoción turística: una llave para el desarrollo de Chuquisaca.* (M. T. Lema, Ed.) La Paz, Bolivia .

GADPP. (1 de Septiembre de 2019). *Pastaza Gobierno Provincial* . https://pastaza.gob.ec/pastaza/informacion/informacion-de-la-provincia-de-pastaza/

Llugsha, V. (2021). *Turismo y desarrollo desde un enfoque territorial y el covid-19.* Quito-Ecuador: Ediciones Abya Yala.

Martínez, D., & Milla, G. (2005). *La elaboracion del plan estrategico y su implantación a través del cuadro de mando integral* . España: Ediciones Díaz de Santos.

MINTUR. (2020). Glosario de términos de Turismo. *UNWTO*.

MINTUR. (17 de Septiembre de 2020). *Ministerio de Turismo* . EL MINISTERIO DE TURISMO ENTREGÓ EL SELLO QUE RECONOCE A LA CAPITAL DEL ECUADOR COMO UN DESTINO SEGURO: https://www.turismo.gob.ec/el-ministerio-de-turismo-entrego-el-sello-que-reconoce-a-la-capital-del-ecuador-como-un-destino-seguro/

MINTUR. (2020). *Plan de reactivacion turística* . Quito-Ecuador .

OMP. (2021). *Desarrollo de Destinos y Servicos Turísticos.* Ecuador,Puyo.

OMS. (27 de Febrero de 2020). *Organización Mundial de la Salud*. https://www.who.int/es/news/item/27-02-2020-a-joint-statement-on-tourism-and-covid-19---unwto-and-who-call-for-responsibility-and-coordination

OMT. (2019). *EL TURISMO EN LA AGENDA 2030.* Madrid, España.

OMT. (6 de Junio de 2022). *Organización Mundial del Turismo* . UNWTO: https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347

Orgaz, F. (2014). Turismo y cooperación al desarrollo: Un análisis de los bene ficios del ecoturismo para los destinos. *REDALY*, 47-66.

Ortega, A. (2006). *Diccionario de Planeación y Planificación* . EE.UU, Texas: Edicol.

PDOT. (2020).

PDOT. (Junio de 2020). *Plan de desarrollo y Ordenamiento Territorial*. https://puyo.gob.ec/wp-content/uploads/documentos/departamentos/planificacion/pdot/pdot-pastaza-2020-2030.pdf

PNUD. (2022). *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.* COVID-19: LA PANDEMIA: https://www.undp.org/es/ecuador/covid-19-la-pandemia

Rivera, S. (2009). Conceptos de patrimojio, atractivo turístico y recurso turístico. *SciELO*.

Souza, A. d. (2017). Diagnóstico . *Conceptos*.

Turismo, O. M. (6 de Junio de 2022). *UNWTO.* https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347

Warwick, M., & Roshen, F. (2020). *Los impactos macroeconómicos globales del COVID-19: Siete escenarios.* Australia.

ANEXOS

1. Turismo

Según el (MINTUR, 2020), nos dice que, “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios”.

2. Plan

Para (Ortega, 2006) el plan se define al conjunto de perspectivas y previsiones, es el instrumento más eficaz para racionalizar la intervención, generalmente estatal en la economía.

3. Estrategia

El autor (Chandler, 2003) nos dice que la estrategia es la determinación de las metas y objetivos de una empresa a largo plazo, las acciones a emprender y la asignación de recursos necesarios para el logro de dichas metas.

4. Plan estratégico

Plan estratégico es un documento que sintetiza a nivel económico-financiero, estratégico y organizativo el posicionamiento actual y futuro de la empresa y cuya elaboración nos obligará a plantearnos dudas acerca de nuestra organización, de nuestra forma de hacer las cosas y a marcarnos una estrategia en función de nuestro posicionamiento actual y del deseado. (Martínez & Milla, 2005)

5. Atractivo turístico

Atractivo turístico se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico. (Rivera, 2009)

6. Diagnostico

(Souza, 2017) nos dice que diagnóstico es un método de conocimiento y análisis del desempeño de una empresa o institución, interna y externamente, de modo que pueda facilitar la toma de decisiones.

5. COVID 19

La pandemia de coronavirus COVID-19 es la crisis de salud global que define nuestro tiempo y el mayor desafío que se ha enfrentado, pero el COVID-19 es mucho más que una crisis de salud. Al poner a prueba a cada uno de los países que toca, la enfermedad por COVID-19 tiene el potencial de crear crisis sociales, económicas y políticas devastadoras que dejaron profundas cicatrices. (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2022)

7. Post pandemia

Es una forma de transformar y evolucionar con un enfoque estratégico en el trabajo y el propósito, el significado y el valor de la organización. Requiere que pensemos y trabajemos de manera diferente y que desafiemos constantemente las creencias aborales del pasado (Deloitte, 2022)

8. Propuesta

La propuesta se define como un instrumento “canalizador y ejecutador de acciones” y proyectos de promoción turística, que subsane los obstáculos al desarrollo turístico, logrando mecanismo de auto organización (Elizabeth Savedra C, 2004)

9. Matriz

Una matriz es una tabla bidimensional de números en cantidades abstractas que pueden sumarse y multiplicarse. Las matrices se utilizan para describir sistemas de ecuaciones lineales, y registrar los datos que dependen de varios parámetros. Las matrices se describen en el campo de la teoría de matrices.

10. FODA

El DAFO, también conocido como Matriz o Análisis DOFA o FODA, es una metodología de estudio de la situación de una empresa o un proyecto, analizando sus características internas (Debilidades y Fortalezas) y su situación externa (Amenazas y Oportunidades) en una matriz cuadrada. Proviene de las siglas en inglés SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities y Threats). (Calva, 2017)

Es una herramienta para conocer la situación real en que se encuentra una organización, empresa o proyecto, y planificar una estrategia de futuro. Durante la etapa de planificación estratégica y a partir del análisis DAFO se debe poder contestar cada una de las siguientes preguntas:

- ¿Cómo se puede destacar cada fortaleza?
- ¿Cómo se puede disfrutar cada oportunidad?
- ¿Cómo se puede defender cada debilidad?
- ¿Cómo se puede detener cada amenaza?

11. Matriz MEFE

(David, 2003) dice que una matriz de evaluación de factor externo (EFE) permite a las estrategias resumir y evaluar la información económica, social, cultural demográfica, ambiental política, gubernamental, legal, tecnológica y competitiva.

12. Matriz MEFI

La matriz de factores internos que denomina EFI se desarrolla iniciando con la lista de fortalezas y debilidades. En segunda instancia, se asigna un peso de 0.0 a 1.0 a cada uno de ellas, relacionando cada característica con su peso relativo para el éxito en la industria (la suma será 1.0) y posteriormente se calificará de acuerdo con el criterio de fortaleza o debilidad menor y fortaleza o debilidad mayor, asignando números del 1 al 4; en este caso, la calificación se refiere a la organización. (Bonilla, 1998)