UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

FACULTAD CIENCIAS DE LA VIDA

CARRERA EN TURISMO

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

TEMA:

PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA EL CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO "AMARUN PAKCHA". COMUNIDAD WAWA SUMACO, PARROQUIA HATUN SUMAKU, CANTÓN ARCHIDONA, PROVINCIA DE NAPO.

AUTOR (ES):

Katy Germania Chongo Huatatoca

Marlon Jonathan Tanguila Tanguila

DOCENTE - TUTOR:

Msc. César Arturo Sarmiento León

Puyo - Pastaza - Ecuador

2023

FORMATO 4
APROBACIÓN DE LOS TRABAJOS DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
(Uno por cada evaluador)
"Plan de promoción turística para el Centro de Turismo Comunitario "Amarun Pakcha", comunidad Wawa Sumaco, parroquia Hatun Sumaku, cantón Archidona, provincia de Napo.".

En el siguiente cuadro se detalla un conjunto de criterios a evaluar con un total de cien (100) puntos.		
Criterios	**Puntaje**	**Argumentos de la calificación**
1. TÍTULO		
El título es conciso e informativo de la ideaprincipal del escrito. Genera expectativas de lectura que se cumplen.	5/5	Si cumple, es conciso e informativo.
2. RESUMEN		
Entrega información necesaria que oriente allector a identificar de qué se trata la investigación y su relevancia. Incorpora los objetivos, metodología,principales hallazgos y conclusiones.	3/5	Entrega información básica que orienteal lector a identificar de qué se trata la investigación y su relevancia, presenta información básica.
3. INTRODUCCION		
Entrega información sobre la temática a tratar.Describe la relevancia del tema dentro de las temáticas de investigación, vinculación y docencia. Presentación del problema y objetivos del problema del artículo de manera clara y concisa.	20/20	
4. MARCO TEÓRICO		
Marco teórico coherente y articuladocon los objetivos. Entrega conceptos de términos que sonempleados en el estudio. Sustenta el referente conceptual conadecuadas fuentes de autoridad.	15/15	
5. METODOLOGIA		
Describe el tipo de investigación a desarrollar. Expone con claridad el procesamiento de la información y obtención de los datos. Plantea los criterios de análisis con que seabordó la información.	12/15	Expone con poca claridad el procesamiento de la información yobtención de los datos, además se establece en futuro y no en pasado. Plantea los criterios básicos deanálisis con que se abordó la información.

6. ANÁLISIS DE RESULTADOS		
Entrega los resultados de manera organizada apartir del problema planteado, objetivos específicos, etc. Los cuadros y figuras son pertinentes yestán claramente representados. El texto no repite información entregadaen los cuadros y figuras.	20/25	Entrega los resultados básicos a partir delproblema planteado, objetivos específicos, etc. Las figuras no cuentan con títulos,fuente ni elaborado por. pocos pertinentes representados. Las tablas no cuentan con fuente nielaborado por:
7. CONCLUSIONES		
Las conclusiones deben ser claras y precisas, acorde a los objetivos trazados.Discute, reflexiona sobre los resultados obtenidos.	10/10	Las conclusiones son poco claros ycontienen una información básica.
8. REFERENCIAS		
Atiende las normas APA en las citas,fuentes y referencias. Las referencias bibliográficas tienen la fuenteen el texto y viceversa.	5/5	
VALORACIÓN TOTAL	90/100	Noventa

DICTAMEN

Marque la casilla correspondiente a su criterio de evaluación respecto al documento revisado.

Recomendación	**Marque con X**
Aprobar	X
No Aprobar	
CALIFICACIÓN	**90/100**

Atentamente,

RUBEN AUCANCELA

Firmado digitalmente por RUBEN AUCANCELA
Nombre de reconocimiento (DN): cn=RUBEN AUCANCELA, o=PRIVADO, ou=DOCENCIA, email=intirubens@gmail.com, c=EC

Rubén Aucancela Chimbolema
docente PAR CIEGO

Dado en la ciudad de Puyo, a los 09 días del mes de marzo de 2023.

FORMATO 4
APROBACIÓN DE LOS TRABAJOS DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
(Uno por cada evaluador)

En el siguiente cuadro se detalla un conjunto de criterios a evaluar con un total de cien (100) puntos.		
Criterios	**Puntaje**	**Argumentos de la calificación**
1. TÍTULO		
El título es conciso e informativo de laidea principal del escrito. Genera expectativas de lectura que se cumplen.	5/5	El título es conciso e informativo de la ideaprincipal del escrito
2. RESUMEN		
Entrega información necesaria que oriente al lector a identificar de qué se trata la investigación y su relevancia. Incorpora los objetivos, metodología, principales hallazgos y conclusiones.	5/5	Entrega información necesaria que oriente al lector a identificar de qué se trata la investigación y su relevancia. Incorpora los objetivos, metodología,principales hallazgos y conclusiones
3. INTRODUCCION		
Entrega información sobre la temática a tratar. Describe la relevancia del tema dentro de las temáticas de investigación, vinculación y docencia. Presentación del problema y objetivos del problema del artículo de manera clara y concisa.	20/20	Entrega información sobre la temática atratar.
4. MARCO TEÓRICO		
Marco teórico coherente y articuladocon los objetivos. Entrega conceptos de términos que son empleados en el estudio. Sustenta el referente conceptual con adecuadas fuentes de autoridad.	15/15	Marco teórico coherente y articulado conlos objetivos
5. METODOLOGIA		
Describe el tipo de investigación a desarrollar. Expone con claridad elprocesamiento de la información yobtención de los datos. Plantea los criterios de análisis con que se abordó la información.	14/15	Describe el tipo de investigación a desarrollar. Expone con claridad el procesamiento de la información y obtención de los datos, sin embargo, deberíair mas por el lado cuantitativo

6. ANÁLISIS DE RESULTADOS		
Entrega los resultados de manera organizada a partir del problema planteado, objetivos específicos, etc. Los cuadros y figuras son pertinentes y están claramente representados. El texto no repite información entregada en los cuadros y figuras.	25/25	Podría mejorar análisis
7. CONCLUSIONES		
Las conclusiones deben ser claras y precisas, acorde a los objetivos trazados. Discute, reflexiona sobre los resultados obtenidos.	9/10	Se podrían redactar de mejor manera
8. REFERENCIAS		
Atiende las normas APA en las citas, fuentes y referencias. Las referencias bibliográficas tienen la fuente en el texto y viceversa.	4/5	Pequeños errores
VALORACIÓN TOTAL	97/100	

DICTAMEN

Marque la casilla correspondiente a su criterio de evaluación respecto al documentorevisado.

Recomendación	**Marque con X**
Aprobar	X
No Aprobar	
CALIFICACIÓN	97/100

Atentamente,

Firmado electrónicamente por:
LUIS OSWALDO MANOSALVAS VACA

Luis Manosalvas Vaca PhD

Dado en la ciudad de Puyo, a los 10 días del mes de marzo de 2023.

UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA
CARRERA LICENCIATURA EN TURISMO

Puyo, 02 de Marzo de 2023

Por medio del presente CERTIFICO que:

El Trabajo de Integración Curricular correspondiente al estudiante: KATY GERMANIA CHONGO HUATATOCA con C.I. 150103040-5, con el Tema: PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA EL CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO "AMARUN PAKCHA, COMUNIDAD WAWA SUMACO, PARROQUIA HATUN SUMAKU, CANTÓN ARCHIDONA, PROVINCIA DE NAPO", de la carrera Licenciatura en Turismo, Docente - Tutor del Trabajo de Integración Curricular, Msc. CÉSAR ARTURO SARMIENTO LEÓN, ha sido revisado mediante el sistema antiplagio URKUND, reportando una similitud del 4%, informe generado con fecha 02 de marzo de 2023 conforme a archivo adjunto.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes

Atentamente;



MSc. CÉSAR ARTURO SARMIENTO LEÓN
CÉDULA DE IDENTIDAD: 160054218-5
Docente – Tutor del Trabajo de Integración Curricular

Ouriginal by Turnitin

Document Information

Analyzed document	TIC FINAL-CHONGO1_TANGUILA2-PAO2223.pdf (D159954831)
Submitted	3/3/2023 5:06:00 AM
Submitted by	
Submitter email	ca.sarmiento@uea.edu.ec
Similarity	4%
Analysis address	ca.sarmiento.uea@analysis.urkund.com

Sources included in the report

SA	**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA / Informe de Estudio de Mercado.pdf** Document Informe de Estudio de Mercado.pdf (D141971692) Submitted by: kg.chongoh@uea.edu.ec Receiver: acahuana.uea@analysis.urkund.com	4
SA	**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA / Inventario de atractivos turísticos de la comunidad kichwa Jatun Sumaku en la parro quia Hatun Sumaku, cantón Archdona, provincia de Napo-Ecuador 2022 Alvarado - Caic edo.pdf** Document Inventario de atractivos turísticos de la comunidad kichwa Jatun Sumaku en la parro quia Hatun Sumaku, cantón Archdona, provincia de Napo-Ecuador 2022 Alvarado - Caic edo.pdf (D142736240) Submitted by: vdelcorral@uea.edu.ec Receiver: vdelcorral.uea@analysis.urkund.com	4
W	URL: http://www.acs-aec.org/index.php?q=es/sustainable-tourism/el-turismo-comunitario Fetched: 3/3/2023 5:06:00 AM	1
W	URL: http://hdl.handle.net/10469/7460 Fetched: 3/3/2023 5:06:00 AM	1
W	URL: https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/1673/1/TGT-365.pdf Fetched: 3/3/2023 5:06:00 AM	1
W	URL: https://www.gestiopolis.com/que-es-estadistica-tipos-y-objetivos/ Fetched: 3/3/2023 5:06:00 AM	1
SA	**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA / Articulo Cientifico-Implementación de señalética turística.pdf** Document Articulo Cientifico-Implementación de señalética turística.pdf (D129474090) Submitted by: ca.sarmiento@uea.edu.ec Receiver: ca.sarmiento.uea@analysis.urkund.com	2
W	URL: https://blog.hubspot.es/marketing/analisis-foda Fetched: 3/3/2023 5:06:00 AM	1
W	URL: https://www.coe.int/es/web/cultural-routes/world-tourism-organization Fetched: 3/3/2023 5:06:00 AM	1

UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA

CARRERA LICENCIATURA EN TURISMO

Puyo, 02 de Marzo de 2023

Por medio del presente CERTIFICO que:

El Trabajo de Integración Curricular correspondiente al estudiante: MARLON JONATHAN TANGUILA TANGUILA con C.I. 150100534-0, con el Tema: PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA EL CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO "AMARUN PAKCHA, COMUNIDAD WAWA SUMACO, PARROQUIA HATUN SUMAKU, CANTÓN ARCHIDONA, PROVINCIA DE NAPO", de la carrera Licenciatura en Turismo, Docente - Tutor del Trabajo de Integración Curricular, Msc. CÉSAR ARTURO SARMIENTO LEÓN, ha sido revisado mediante el sistema antiplagio URKUND, reportando una similitud del 4%, informe generado con fecha 02 de marzo de 2023 conforme a archivo adjunto.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes

Atentamente;



MSc. CÉSAR ARTURO SARMIENTO LEÓN
CÉDULA DE IDENTIDAD: 160054218-5
Docente – Tutor del Trabajo de Integración Curricular

Ouriginal
by Turnitin

Document Information

Analyzed document	TIC FINAL-CHONGO1_TANGUILA2-PAO2223.pdf (D159954831)
Submitted	3/3/2023 5:06:00 AM
Submitted by	
Submitter email	ca.sarmiento1@uea.edu.ec
Similarity	4%
Analysis address	ca.sarmiento1.uea@analysis.urkund.com

Sources included in the report

SA	**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA / Informe de Estudio de Mercado.pdf** Document Informe de Estudio de Mercado.pdf (D141971692) Submitted by: kg.chongoh@uea.edu.ec Receiver: acahuana.uea@analysis.urkund.com	4
SA	**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA / Inventario de atractivos turísticos de la comunidad kichwa Jatun Sumaku en la parro quia Hatun Sumaku, cantón Archdona, provincia de Napo-Ecuador 2022 Alvarado - Caic edo.pdf** Document Inventario de atractivos turísticos de la comunidad kichwa Jatun Sumaku en la parro quia Hatun Sumaku, cantón Archdona, provincia de Napo-Ecuador 2022 Alvarado - Caic edo.pdf (D142738240) Submitted by: vdelcorral@uea.edu.ec Receiver: vdelcorral.uea@analysis.urkund.com	4
W	URL: http://www.acs-aec.org/index.php?q=es/sustainable-tourism/el-turismo-comunitario Fetched: 3/3/2023 5:06:00 AM	1
W	URL: http://hdl.handle.net/10469/7460 Fetched: 3/3/2023 5:06:00 AM	1
W	URL: https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/1673/1/TGT-365.pdf Fetched: 3/3/2023 5:06:00 AM	1
W	URL: https://www.gestiopolis.com/que-es-estadistica-tipos-y-objetivos/ Fetched: 3/3/2023 5:06:00 AM	1
SA	**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA / Articulo Cientifico-Implementación de señalética turística.pdf** Document Articulo Cientifico-Implementación de señalética turística.pdf (D129474090) Submitted by: ca.sarmiento1@uea.edu.ec Receiver: ca.sarmiento1.uea@analysis.urkund.com	2
W	URL: https://blog.hubspot.es/marketing/analisis-foda Fetched: 3/3/2023 5:06:00 AM	1
W	URL: https://www.coe.int/es/web/cultural-routes/world-tourism-organization Fetched: 3/3/2023 5:06:00 AM	1

Plan de promoción turística para el Centro de Turismo Comunitario “Amarun Pakcha”, comunidad Wawa Sumaco, parroquia Hatun Sumaku, cantón Archidona, provincia de Napo.

Chongo Huatatoca Katy Germania
kg. chongoh@uea.edu.ec

Tanguila Tanguila Marlon Jonathan
tur2015448@uea.edu.ec

Sarmiento León César Arturo, M. Sc
ca.sarmientol@uea.edu.ec

Universidad Estatal Amazónica, Facultad Ciencias de la Vida, Carrera de Licenciatura en Turismo

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo crear un plan de promoción turística para el centro de turismo comunitario "Amarun Pakcha", ubicado en la comunidad Wawa Sumaco en la provincia de Napo y administrado por una familia indígena kichwa. El estudio empleó una metodología mixta cualitativa, que combina datos cuantitativos y cualitativos. Se utilizó una matriz FODA para identificar factores internos y externos del sitio y determinar posibles estrategias promocionales. Se recopiló información relevante y se aplicó la definición del marketing para desarrollar estrategias y diseñar una marca y un rótulo que permitan una mejor promoción del sitio a través de una página web. Los resultados muestran que la calidad del servicio, la promoción adecuada y las recomendaciones personales son los aspectos que más impactan en la demanda de visitas. Se espera que las acciones propuestas dinamicen el crecimiento de visitas turísticas y la economía del lugar.

Palabras Clave*:* turismo, plan, promoción turística

Abstract

The objective of this research is to create a tourism promotion plan for the community tourism center "Amarun Pakcha", located in the Wawa Sumaco community in the province of Napo and managed by an indigenous Kichwa family. The study employed a mixed qualitative methodology that combines quantitative and qualitative data. A SWOT analysis was used to identify internal and external factors of the site and determine possible promotional strategies. Relevant information was collected and the definition of marketing was applied to develop strategies and design a brand and label that enable better promotion of the site through a website. The results show that service quality, adequate promotion, and personal recommendations are the aspects that have the most impact on demand for visits. It is expected that the proposed actions will promote growth in tourist visits and the local economy.

Keywords*:* tourism, strategy, tourism promotion

1. Introducción

"El turismo se caracteriza por tener un alto nivel de competencia al estar en constante crecimiento, puesto que, es una actividad generadora de divisas, la cual ayuda a aumentar los ingresos de un Estado, crear valor agregado y promover los negocios en general, ya que las actividades turísticas no se limitan al ámbito hotelero o de restauración, sino que incluyen una gama más amplia de servicios y bienes de consumo mejorando de esta manera el empleo a nivel mundial. (Carlos, 2014)

En este mismo contexto, (Encalada, 2021) nos menciona que el Ecuador, es uno de los países más diversos de Sudamérica, en donde, se viene desarrollando el turismo comunitario como una actividad nueva, en las cuatro regiones que conforman el país, gracias a su inigualable patrimonio turístico y cultural. Convirtiéndose, en una actividad estratégica para el desarrollo social, económico y cultural teniendo en cuenta que, no solo contribuye en gran medida al crecimiento económico del país, sino que también mejora la calidad de vida de la población, ayuda preservar la cultura y se beneficia directamente de la preservación y protección del medio ambiente.

Así mismo, la importancia remarcada del turismo comunitario en Ecuador es parte elemental para esta investigación, ya que, en la elaboración del plan de promoción turística, entrarán valores culturales, conocimientos ancestrales, la flora y fauna de la región, y la gastronomía típica combinando con presentaciones innovadores que serán aspectos primordiales para el turista. Por lo tanto, el turismo comunitario se basa en el desarrollo sustentable de la región y de quienes están involucrados, esta práctica de turismo, tiene como principal actor a la naturaleza y a la cultura que lo rodea, correspondientemente con la conservación de la misma.

La provincia de Napo ubicada en el centro norte de la región amazónica cuenta con cinco cantones; Quijos, El Chaco, Tena, Carlos Julio Arosemena Tola y Archidona (Napo, 2021). Siendo este último, donde se encuentran diversos centros turísticos donde se ofertan esta tipología de turismo uno de ellos, es el centro de turismo comunitario "Amarun Pakcha", perteneciente a la comunidad Wawa Sumaco ubicado en las faldas de la Reserva de Biósfera Sumaco - Napo Galeras. Esta comunidad desde el año 2014, se enfoca en el turismo comunitario caracterizado por buscar el fortalecimiento y la preservación de los bosques comunitarios, la preservación de la vida del pueblo Kichwa

y la preservación de sus tradiciones (GAD Provincial de Napo, 2017).

Por lo mencionado anteriormente, es necesario indicar que el establecimiento ya cuenta con una fase de promoción turística, lo cual no contempla la totalidad de los servicios que se ofertan, además las únicas plataformas que manejan para promocionar sus servicios, son mediante paginas digitales por terceras personas, como: redes sociales y la página web con dominio del Gag Parroquial de Hatun Sumaku.

A partir de esta problemática; el objetivo general de esta investigación está enfocado en proponer la elaboración de un Plan de Promoción Turística para el centro de turismo comunitario "Amarun Packcha", y para llevar a cabo se estableció tres objetivos específicos, el primer es realizar un estudio de mercado bajo una técnica de encuesta, el segundo consiste en analizar el estado del entorno y la planta turística a través de la matriz FODA, y el tercer es diseñar estrategias de mejoramiento para la promoción turística del CTC, partiendo con la elaboración de una nueva marca para el emprendimiento como primer punto, de igual manera, el diseño de un rótulo y así mismo la creación de una página web, en donde se articule la gestión integrada de todos los actores involucrados en el desarrollo del destino, basada en el reconocimiento de los servicios que oferta dicho lugar. Teniendo en cuenta que; según (Di-Bella, 1991), la promoción turística es una actividad que combina una serie de actividades e instrumentos que trabajan para promover el surgimiento y desarrollo turístico, así como el crecimiento y mejora de las actividades de los sectores que lo utilizan para el desarrollo económico. En base a ello se formula la siguiente pregunta de investigación:

¿Cómo beneficiará el diseño del plan de promoción turística en el posicionamiento en el mercado del centro de turismo comunitario Amarun Pakcha?

El propósito de la investigación está enfocado en proponer estrategias de mejoramiento para los servicios que ofrece el centro de turismo comunitario "Amarun Pakcha" beneficiando de esta manera, a posicionarse mejor en el mercado ya que está considerado como un lugar con potencial turístico, dentro de un área de conservación reconocida como el Geoparque Napo Sumaco.

2. Materiales y Métodos/Metodología

2.1 Localización

La presente investigación tuvo como ámbito de estudio al centro de turismo comunitario “Amarun Pakcha”, que se encuentra ubicado en la parroquia Hatun Sumaku, del cantón Archidona, de la provincia de Napo. Su localización en coordenadas geográficas es: -0.722929, -77.572474. Esta parroquia cuenta con un clima cálido húmedo tropical, con temperatura promedio de 25° C. Se caracteriza por su diversidad en flora y fauna. Las actividades económicas que más predominan son las actividades agrícolas y ganaderas. (ARCHIDONA, 2019 - 2023)

Figura 1. Ubicación del CTC “Amarun Pakcha”



Fuente: Adaptado de Google Earth & Mapa del Ecuador

Elaborado por: Chongo K., Tanguila M. 2023

2.2 Tipo de investigación

Para llevar a cabo un Plan de Promoción turística para el Centro de Turismo Comunitario "Amarun Pakcha" de la comunidad Wawa Sumaco, se optó por una combinación de investigación descriptiva y experimental. La investigación descriptiva permitió obtener información detallada sobre las características y recursos turísticos de la comunidad, el perfil de los visitantes y sus expectativas mediante encuestas, entrevistas y observaciones directas en el campo. Por otro lado, la investigación experimental permitió evaluar el impacto de diferentes estrategias de promoción

turística en la atracción de turistas al centro. Se implementaron diversas intervenciones de promoción turística, tales como la publicidad en redes sociales, la participación en ferias turísticas y la creación de paquetes turísticos atractivos, y se midió su efectividad a través de indicadores como el número de visitantes y la satisfacción de los turistas. Con este enfoque se espera contribuir al desarrollo sostenible del turismo en la comunidad y al fortalecimiento del Centro de Turismo Comunitario "Amarun Pakcha".

2.3 Método de investigación

La presente investigación optó por un método de investigación mixto deductivo para la recolección de información con el propósito de implementar un Plan de Promoción turística para el Centro de Turismo Comunitario "Amarun Pakcha" de la comunidad Wawa Sumaco. Esta elección se debió a varias razones.

En primer lugar, se buscó obtener información exhaustiva sobre la comunidad, los recursos turísticos y los turistas que visitan la zona. Para lograr este objetivo, se emplearon métodos tanto cuantitativos como cualitativos, incluyendo encuestas, entrevistas y observación de campo.

En segundo lugar, se buscó la flexibilidad para adaptar el enfoque de investigación a medida que se avanzaba en el proceso de recolección de datos. Al utilizar un método de investigación mixto, se pudo recopilar información detallada y rica, y se tuvo la oportunidad de hacer ajustes en el enfoque a medida que surgían nuevas preguntas y oportunidades. De esta manera, se obtuvo una comprensión completa y holística de la comunidad, sus recursos turísticos y las expectativas de los visitantes, lo que permitió el desarrollo de un Plan de Promoción turística adecuado y efectivo para el Centro de Turismo Comunitario "Amarun Pakcha".

2.4 Técnica de investigación

Se utilizó una combinación de técnicas de investigación, como la encuesta, la entrevista a los turistas y la observación de campo, para obtener información detallada y completa para el Plan de Promoción turística para el Centro de Turismo Comunitario "Amarun Pakcha".

La encuesta permitió recopilar información cuantitativa sobre el perfil de los turistas, sus expectativas y la calidad de los servicios turísticos. La entrevista a los turistas permitió obtener información más detallada y cualitativa sobre su experiencia de viaje y sus opiniones sobre el Centro de Turismo Comunitario "Amarun Pakcha".

Finalmente, la observación de campo proporcionó información directa sobre los recursos turísticos y la dinámica de la comunidad.

La combinación de estas técnicas de investigación proporcionó una comprensión profunda y rica del turismo en la comunidad, adaptado a las necesidades y expectativas de los turistas, y que pueda contribuir al desarrollo sostenible del Centro de Turismo Comunitario "Amarun Pakcha" y la comunidad en general.

2.5 Tamaño de la muestra

Para aplicar las encuestas, se elaboraron 10 preguntas cerradas, claras y precisas de selección múltiple para obtener información amplia y detallada sobre el tema de investigación. Esto permitió comprender las necesidades, gustos y preferencias de los visitantes del Centro de Turismo Comunitario (CTC), e identificar posibles mejoras en los productos y servicios ofrecidos. Para determinar el número de encuestados, se consideró el número promedio de visitantes mensuales al CTC, que es de 60 personas según los administradores del centro. Luego de completar la recolección de datos y el procesamiento estadístico, se analiza y sistematiza la información para apoyar las estrategias de promoción turística. Para ello, se realizará un cálculo de muestra poblacional, cuyos resultados se presentarán a continuación:

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

Dónde:

N= Tamaño de la población (60)

Z= Nivel de confianza 95% (1.65)

p= Probabilidad de éxito (0.5)

q= Probabilidad de fracaso (0.5)

e= Margen de error (0.05)

Finalmente se determinó que la metodología para la implementación de estrategias promocional y el material informativo con el cual se pretende innovar y dar realce al CTC permitiendo que tenga mayor afluencia de visitantes.

2.6 Metodología de estrategia para la implementación promocional

Identificación de recursos y atractivos turísticos: Se realizará una revisión detallada de los recursos y atractivos turísticos que ofrece el Centro de Turismo Comunitario "Amarun Pakcha" y su entorno, con el objetivo de conocer sus

características y potencialidades para la promoción turística.

Análisis de la competencia: Se llevará a cabo un análisis de la competencia para identificar las fortalezas y debilidades del Centro de Turismo Comunitario "Amarun Pakcha" en comparación con otros destinos turísticos de la región, con el fin de desarrollar estrategias que permitan mejorar su competitividad. (matriz FODA).

Identificación del perfil del turista: Se utilizarán técnicas de investigación para identificar el perfil del turista que visita el Centro de Turismo Comunitario "Amarun Pakcha", sus necesidades, gustos y preferencias, con el objetivo de desarrollar una estrategia de promoción turística adaptada a sus intereses.

Definición de objetivos: Se definirán los objetivos específicos de la estrategia de promoción turística, teniendo en cuenta los recursos y atractivos turísticos del Centro de Turismo Comunitario "Amarun Pakcha", el análisis de la competencia y el perfil del turista.

Desarrollo de la estrategia de promoción turística: Se diseñará una estrategia de promoción turística que contemple la identificación de los canales de promoción más efectivos para el público objetivo, el desarrollo de una imagen corporativa atractiva y coherente con la identidad del Centro de Turismo Comunitario "Amarun Pakcha", diseño del Logo, rótulo para que los turistas ubiquen el lugar y promoción mediante una página web del centro turístico.

Implementación y seguimiento de la estrategia: Se llevará a cabo la implementación de la estrategia de promoción turística, monitoreando los resultados y ajustando las acciones en función de los resultados obtenidos.

Con esta metodología, se espera desarrollar una estrategia de promoción turística efectiva para el Centro de Turismo Comunitario "Amarun Pakcha", que permita mejorar su competitividad y contribuir al desarrollo sostenible de la comunidad.

3. Resultados y discusión

Se realizó un diagnóstico de la situación actual de la promoción turística del Centro de Turismo Comunitario (CTC), empleando diversos métodos como entrevistas semiestructuradas a los visitantes del establecimiento y observación directa. Estos métodos permitieron analizar y establecer el estado actual de las estrategias de promoción turística del CTC. Además, se aplicó una encuesta para recopilar datos

generales y poder identificar las carencias encontradas en el CTC.

Por otra parte, para la aplicación de la encuesta se determinó el número de personas a ser encuestadas de acuerdo a la fórmula para El cálculo de la muestra:

$$\square = \frac{1.65^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 60}{0.05^2 \square 60 - 1 \square + 1.65^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$\square = \frac{40.837}{0.8281}$$

$$= 49$$

Según los resultados de la encuesta de la demanda turística en el Centro de Turismo Comunitario "Amarun Pakcha", aplicada a 49 personas, se obtuvieron los siguientes datos:

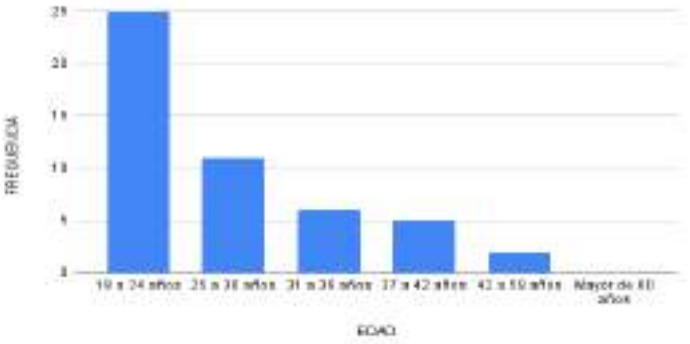
Figura 2. Se muestran los resultados obtenidos de la pregunta 1 de la encuesta, la cual se centró en el género de los visitantes del Centro de Turismo Comunitario.



Fuente: Trabajo de investigación

Elaborado por: Chongo K., Tanguila M. 2023

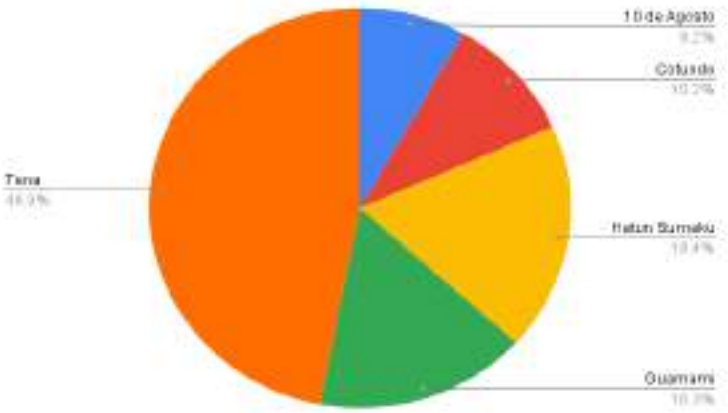
Figura 3. Perfil del turista que visita el Centro de Turismo Comunitario "Amarun Pakcha", según los resultados de la pregunta 2 de la encuesta.



Fuente: Trabajo de investigación

Elaborado por: Chongo K., Tanguila M. 2023

Figura 4. Muestra los resultados de la pregunta 3 de la encuesta, la cual buscaba conocer si los visitantes del Centro de Turismo Comunitario "Amarun Pakcha" son turistas locales, nacionales o extranjeros. Se observa que la mayoría de los encuestados son turistas nacionales



Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Chongo K., Tanguila M. 2023

Análisis de resultado

Se aplicaron 49 encuestas en el Centro de Turismo Comunitario "Amarun Pakcha". Analizando la pregunta 1, se observa que el 55% de los encuestados son de género femenino, mientras que el 45% restante son de género masculino. Es importante destacar que, a pesar de estos resultados, cualquier implementación que se planifique para el destino turístico debe ser inclusiva y equitativa para ambos géneros.

En cuanto a la pregunta 2 de la encuesta, se puede observar que el perfil del turista que visita el Centro de Turismo Comunitario "Amarun Pakcha" es principalmente joven. El 51% de los encuestados se encuentra en el rango de edad de 18 a 24 años, mientras que un 22% está en el rango de 25 a 31 años. Aunque los porcentajes son menores para los demás grupos de edad (13% para 31 a 36 años, 10% para 37 a 42 años y 4% para 42 a 59 años), estos datos son de gran importancia para la planificación estratégica a futuro. Esto permite enfocar los esfuerzos en atraer y satisfacer a un público potencial de diferentes edades, lo que puede aumentar el flujo de turistas y mejorar la calidad del servicio turístico ofrecido en el centro.

Según los resultados de la pregunta 3 de la encuesta, se puede apreciar que la mayoría de los clientes del Centro de Turismo Comunitario "Amarun Pakcha" son turistas nacionales, en especial aquellos que provienen de áreas cercanas al destino turístico. El lugar de origen más común es Tena, con un 47% de los encuestados, seguido de Hatun Sumaku con un 18%, Guamaní con un 16%, Cotundo con un 10% y, finalmente, 10 de agosto con un 9%. Estos hallazgos indican que la mayoría de los visitantes son locales, lo que podría ser beneficioso para el desarrollo de estrategias de promoción turística enfocadas en la comunidad circundante. Además, estos datos pueden ser útiles para la implementación de paquetes turísticos específicos que atraigan a turistas nacionales y regionales a través de la promoción en áreas cercanas al Centro de Turismo Comunitario.

Tabla 1. Resultados de la pregunta 4 ¿Cuál es el medio de comunicación por el que se informó sobre la oferta turística?

Medio de comunicación	Frecuencia	Porcentaje
Redes Sociales	22	45%
Página Web	18	37%
Boca a boca	5	10%
Otro	4	8%
TOTAL	**49**	**100%**

Fuente: Trabajo de investigación

Elaborado por: Chongo K., Tanguila M. 2023

Análisis de resultado

Del análisis de la pregunta 4, sobre el medio de comunicación por el que se informaron los turistas acerca de la oferta turística, se observa que la mayoría de los turistas (45%) se enteraron a través de redes sociales, seguido por un 37% que se informó a través de la página web del Centro de Turismo Comunitario. El boca a boca también fue un medio importante con un 10%, mientras que un 8% utilizó otro medio de comunicación. Estos resultados indican que las redes sociales y la página web son herramientas efectivas para promocionar y dar a conocer el Centro de Turismo

Comunitario "Amarun Pakcha".

Tabla 2. Resultado de la pregunta 5 de la encuesta: ¿Con quién viaja?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Solo	8	16%
Pareja	4	8%
Amigos	22	46%
Familia	15	30%
Otro	0	0%
TOTAL	**49**	**100%**

Fuente: Trabajo de investigación

Elaborado por: Chongo K., Tanguila M. 2023

Análisis de resultado

Se observa que la mayoría de los encuestados viajan con amigos, representando el 46% del total de encuestados, seguido por un 30% que viajan con familia. Solo un 8% viajan en pareja, mientras que un 16% prefieren viajar solos. No se registraron respuestas en la opción "Otro". Estos resultados indican que el turismo en el Centro de Turismo Comunitario "Amarun Pakcha" tiene un enfoque hacia los viajes en grupo, lo que puede ser aprovechado en la planificación de estrategias de promoción y oferta turística en el futuro.

Tabla 3. Resultado de la pregunta 6 de la encuesta. ¿Cómo considera la calidad de servicio brindado en el centro de turismo comunitario “Amarun Pakcha”?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Muy buena	20	40%
Buena	17	34%
Aceptable	12	26%

Inaceptable	0	0%
TOTAL	**49**	**100%**

Fuente: Trabajo de investigación

Elaborado por: Chongo K., Tanguila M. 2023

Análisis de resultado

En la pregunta 6, se consultó a los encuestados sobre su percepción de la calidad del servicio brindado en el centro de turismo comunitario "Amarun Pakcha". El 40% de los encuestados consideró que la calidad del servicio es "muy buena", mientras que el 34% consideró que es "buena". Un 26% de los encuestados la calificó como "aceptable". Ningún encuestado consideró que la calidad del servicio era "inaceptable". Estos resultados indican que en general los visitantes del centro de turismo comunitario tienen una buena percepción del servicio brindado.

Tabla 4. Resultado de la pregunta 7 de la encuesta. ¿Con qué frecuencia visitaría el Centro de Turismo Comunitario “Amarun Pakcha” al año?

Respuesta	**Frecuencia**	**Porcentaje**
1 vez	6	12%
2 veces	20	40%
3 veces	14	29%
Más de 3 veces	9	19%
TOTAL	**49**	**100%**

Fuente: Trabajo de investigación

Elaborado por: Chongo K., Tanguila M. 2023

Análisis de resultado

La pregunta 7 de la encuesta se refiere a la frecuencia de visitas al Centro de Turismo Comunitario "Amarun Pakcha" en un año. Los datos muestran que el 40% de los encuestados lo visita dos veces al año, seguido por un 29% que piensa visitarlo tres

veces. Además, un 19% de los encuestados manifestó que visitará el centro más de tres veces al año, mientras que solo el 12% dijo que lo solo una vez al año. Estos resultados sugieren que la mayoría de los visitantes son recurrentes y pueden ser aprovechados para ofrecer paquetes turísticos que fomenten la lealtad y retención de los clientes en el Centro de Turismo Comunitario.

Tabla 5. Resultados de la pregunta 8 de la encuesta. A su criterio personal ¿Cuál es el atractivo más relevante que tiene el Centro de Turismo Comunitario "Amarun Pakcha"?

Respuesta	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Clima	4	8%
Paisaje	28	58%
Cultura	6	12%
Gastronomía	10	20%
Otro	1	2%
TOTAL	**49**	**100%**

Fuente: Trabajo de investigación
Elaborado por: Chongo K., Tanguila M. 2023

Análisis de resultado

La mayoría de los encuestados, el 58%, considera que el paisaje es el atractivo más relevante del centro de turismo comunitario, seguido de la gastronomía con un 20%. El clima fue mencionado por un 8% de los encuestados, la cultura por un 12% y solo un 2% mencionó otro atractivo que no se especifica en la tabla.

Se puede concluir que, para la mayoría de los encuestados, el atractivo más relevante del centro de turismo comunitario es el paisaje, lo que sugiere que se debe seguir resaltando y promocionando este aspecto en las campañas publicitarias y en la oferta turística en general.

Tabla 6. Resultados de la pregunta 9 de la encuesta. ¿Qué medio de comunicación considera usted el adecuado para la promoción del centro turístico?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	17	35%
YouTube	2	4%
Instagram	6	12%
Página web	24	49%
TOTAL	**49**	**100%**

Fuente: Trabajo de investigación

Elaborado por: Chongo K., Tanguila M. 2023

Análisis de resultado

La mayoría de los encuestados considera que la página web es el medio de comunicación más adecuado para la promoción del centro turístico, con un 49% de las respuestas. Le sigue Facebook con un 35%, Instagram con un 12%, y finalmente YouTube con un 4%. Estos resultados pueden ayudar a los encargados del centro a enfocar sus esfuerzos de promoción en los medios de comunicación que los turistas consideran más adecuados.

Tabla 7. Resultados de la pregunta 10 de la encuesta. ¿Recomendaría a familiares o amigos ir al centro turístico?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	49	100%
No	0	0%
TOTAL	**49**	**100%**

Fuente: Trabajo de investigación

Elaborado por: Chongo K., Tanguila M. 2023

Tabla 8. Resultados de la pregunta 11 de la encuesta. ¿Cree usted que la promoción turística del Centro de Turismo Comunitario “Amarun Pakcha” puede ser una fuente de ingresos para la comunidad Wawa Sumaco?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	49	100%
No	0	0%
TOTAL	**49**	**100%**

Fuente: Trabajo de investigación

Elaborado por: Chongo K., Tanguila M. 2023

Análisis de resultado

Tablas 10 y 11 presentan los resultados de la encuesta en relación a la recomendación del centro turístico a familiares y amigos, y si la promoción turística del centro puede ser una fuente de ingresos para la comunidad Wawa Sumaco. Ambas preguntas recibieron una respuesta afirmativa del 100% de los encuestados, lo que indica una alta satisfacción y apoyo a la iniciativa de turismo comunitario.

Esto sugiere que el Centro de Turismo Comunitario "Amarun Pakcha" tiene un gran potencial como fuente de ingresos para la comunidad Wawa Sumaco y puede generar un impacto positivo en la economía local. Además, la alta tasa de recomendación indica que los visitantes están satisfechos con su experiencia en el centro y están dispuestos a compartir sus experiencias positivas con otros, lo que puede contribuir a un aumento en el número de visitantes en el futuro.

Matriz de estrategia

La matriz de estrategia es una herramienta importante en la cual permite observar gráficamente sobre distintas variables que intervienen en la situación de varios ámbitos, así mismo toma mejores decisiones acerca del futuro del emprendimiento. Su objetivo principal es brindar con transparencia la planificación, operación y la sostenibilidad de las instituciones u organizaciones. (Cely & Torres, 2016)

Mediante la realización de un taller conjuntamente con los actores involucrados, se establecieron objetivos estratégicos para mejorar e implementar las promociones turísticas, en ello se dieron a conocer las múltiples necesidades y la falta de conocimiento en el ámbito tecnológico por parte de los administradores del CTC, partiendo de ello conforme la metodología del Balanced Scorecard, a continuación, se

establece la siguiente:

Tabla 9. Matriz de estratégica

Perspectivas	**Objetivos estratégicos**	
Valor Público	Incrementar el índice de satisfacción y la experiencia del turista en el destino.	Mejorar la posición en el mercado y dar realce al CTC, como un icono del Gad Parroquial Sumaco.
Financiera	Aumentar la economía para el sustento de los actores involucrados y el entorno comunitario.	Optimizar el uso de los recursos financieros del CTC, mediante las buenas prácticas comunitarias. (uso racional de los recursos naturales).
Procesos	Implementar el logo y el rótulo para mejorar su promoción turística.	Incrementar la eficiencia organizacional y la estructura de la página web.
Aprendizaje y conocimiento	Plan de implementación turística	

Elaborado por: Chongo K., Tanguila M. 2023

Elaboración de la matriz FODA.

En cuanto al diagnóstico del estado del medio ambiente y la infraestructura turística se realizará mediante el desarrollo de una matriz FODA, que ayudará a identificar oportunidades económicas, ambientales, sociales o políticas que puedan tener un impacto positivo o negativo en el desarrollo del turismo en CTC.

El enfoque de este método FODA en sus cuatro aspectos permitirá recomendaciones en el presente trabajo de investigación para impulsar las mejores estrategias de promoción turística en el destino turístico.

Tabla 10. Elaboración de la Matriz FODA.

Fortalezas	**Oportunidades**
● Naturaleza única y agradable. ● Accesibilidad en buenas condiciones. ● Cultura intacta. ● Biodiversidad de flora y fauna. ● Apoyo de la comunidad para el crecimiento turístico.	● Comercialización de artesanías propias de la comunidad. ● Preferencia por visitar espacios sin aglomeraciones. ● Apoyo del Gad Parroquial en el desarrollo turístico. ● Manejo adecuado de los recursos existentes. ● Creciente interés por la conservación ecológica de los espacios verdes.
Debilidades	**Amenazas**
● Escasa publicidad del destino turístico. ● Falta de capacitación y formación en turismo por parte de la comunidad. ● Falta de financiamiento existente. ● Insuficiencia del personal capacitado para el manejo de marketing y promoción turística. ● Ausencia de información turística.	● Fuertes lluvias que deterioran los senderos. ● La contaminación como impactos negativos del turismo. ● Competencia con otras comunidades y destinos turísticos innovadores.

Elaborado por: Chongo K., Tanguila M. 2023

3.1 Etapa de diseño para la implementación promocional

Basándonos en los requisitos estudiados, se ha determinado la implementación de estrategias de promoción adaptadas a las necesidades específicas del establecimiento, lo que ha llevado a la identificación de las siguientes fases:

Elaboración de una nueva logo distintivo

Logo

Figura 5. Diseño del logo.



Elaborado por: Chongo K., Tanguila M. 2023

Una de las estrategias propuestas consiste en la creación de un nuevo logo para el Centro de Turismo Comunitario "Amarun Pakcha". El objetivo principal de este nuevo diseño es destacar la cascada "Amarun Pakcha", que representa el principal atractivo y recurso natural de valor de la comunidad.

El color verde elegido para el logo simboliza la abundante flora y diversidad de fauna presentes en la región, lo que refleja el compromiso de la comunidad con la conservación del entorno natural del centro turístico.

El diseño del logo se caracteriza por ser sencillo y minimalista, lo que asegura que pueda ser utilizado en la mayoría de los materiales promocionales y no se vea desactualizado en los años venideros.

Elaboración de rótulo

Rótulo

Imagen 1. Diseño del rótulo.



Elaborado por: Chongo K., Tanguila M. 2023

La segunda estrategia propuesta es la elaboración de un diseño de rótulo donde muestra una imagen o materia descriptiva que sirve para informar y dar un mensaje significativo a los turistas sobre las características de servicios turísticos, así como se puede señalar el atractivo turístico: la cascada, la selva, río, área recreativa, danza, artesanía y la gastronomía.

Creación de una nueva página web promocional.

Imagen 2. Creación Página Web

https://amarunpakcha.com/



Elaborado por: Chongo K., Tanguila M. 2023

Como tercera estrategia propuesta fue la creación de una página web, ya que es plataforma digital que permite promocionar los servicios que ofrece con el fin de brindar una buena usabilidad y promover la interactividad del usuario, siendo esto el enfoque principal para captar atención de los visitantes y compartir contenido de forma sencilla a través de internet. A continuación, se detalla la estructura que tendrá la presente página web, para dar a conocer más los productos y servicios que ofrece y así posicionarse en el mercado turístico, mejorando la venta y mediante esta página poder llegar a nuevos mercados nacionales e internacionales.

Estructura de la página web:

Portada

Imagen 3. Portada



Elaborado por: Chongo K., Tanguila M. 2023

La página web parte con una portada de un diseño sencillo y peculiar donde podemos visualizar la imagen de la cascada denominada "Amarun Pakcha", que significa cascada de la boa por su peculiar parecido, también podemos observar una mujer indígena de la cultura kichwa que habitan en la comunidad Wawa Sumaco. Siendo esto la parte importante para atraer la atención a primera vista de los visitantes.

Nosotros

Imagen 4. Nosotros



Elaborado por: Chongo K., Tanguila M. 2023

En esta estructura de la página web empieza con una breve introducción, en la cual se describe la geografía y las características que posee dicho emprendimiento, así mismo se da a conocer la misión y visión del Centro de Turismo Comunitario "Amarun Pakcha".

Servicios

Imagen 5. Servicios



Elaborado por: Chongo K., Tanguila M. 2023

Esta sección es una de las primordiales ya que posee la información detallada de cada servicio que brinda el Centro de Turismo Comunitario "Amarun Pakcha" con sus respectivas imágenes donde se podrá apreciar el encanto turístico que tiene cada uno de ellos. De esta manera se da a conocer la información necesaria para que el turista elija según su preferencia.

Información acerca del proyecto CTC "AMARUN PAKCHA"

Imagen 6. Información del CTC "AMARUN PAKCHA"



Elaborado por: Chongo K., Tanguila M. 2023

Así mismo, en esta parte de la estructura se da a conocer el registro del Centro de Turismo Comunitario "Amarun Pakcha" en el Ministerio de Turismo de Napo, los servicios de guianza y a las actividades a realizarse en dicho emprendimiento.

Contacto

Imagen 7. Contacto



Elaborado por: Chongo K., Tanguila M. 2023

Para finalizar, en esta sección se da a conocer la ubicación de la CTC y a su vez el correo electrónico, el número de teléfono para cualquier reservación o inquietud como fuente de contacto.

Para una mejor visualización de la página web, a continuación, se muestra el link: **https://amarunpakcha.com/**

Conclusiones. -

Después de la investigación realizada para el Plan de Promoción turística para el Centro de Turismo Comunitario "Amarun Pakcha" de la comunidad Wawa Sumaco, se pueden obtener las siguientes conclusiones:

Se identificaron recursos turísticos y culturales únicos y valiosos de la comunidad, lo que le da la oportunidad de atraer turistas interesados en el turismo ecológico y cultural. Estos recursos incluyen una rica biodiversidad y una cultura ancestral que puede ser compartida con los turistas. Además, identificaron debilidades que pueden limitar la capacidad de la comunidad para desarrollar el turismo, como la falta de infraestructura turística adecuada, la falta de capacitación y formación en turismo, y la falta de financiamiento.

La identificación del perfil del turista que visita el Centro de Turismo Comunitario "Amarun Pakcha" permitió desarrollar una estrategia de promoción turística efectiva y adaptada a sus necesidades, gustos y preferencias, lo que permitirá

mejorar la calidad del servicio turístico y la experiencia del turista en el centro turístico, aumentando la satisfacción del turista y promoviendo la fidelidad del mismo.

La implementación de una estrategia de promoción turística efectiva es esencial para el éxito del Centro de Turismo Comunitario "Amarun Pakcha". La identificación de los canales de promoción adecuados para el público objetivo, el diseño de una imagen corporativa atractiva y coherente con la identidad del centro, el desarrollo de un logotipo distintivo y la promoción a través de una página web son pasos importantes para atraer turistas y promover el turismo en la comunidad.

En conclusión, el Plan de Promoción turística para el Centro de Turismo Comunitario "Amarun Pakcha" de la comunidad Wawa Sumaco es una herramienta valiosa para el desarrollo sostenible del turismo en la comunidad. Se identificaron recursos únicos y valiosos, así como oportunidades y desafíos que deben ser considerados en el diseño de estrategias de promoción. Se espera que la implementación de este plan contribuya al desarrollo turístico de la comunidad y a la conservación de su patrimonio natural y cultural.

Referencias

ARCHIDONA, G. M. (2019 - 2023). *Centro de Turismo Comunitario Amarun Pakcha*. Obtenido de https://archidona.gob.ec/turismo/%c2%bfque-hacer/turismo-comunitario/item/centro-tur%c3%adstico-comunitario-amarun-pakcha.html

Caribe, A. d. (2012). *Asociación de Estados del Caribe.* Obtenido de http://www.acs-aec.org/index.php?q=es/sustainable-tourism/el-turismo-comunitario

Carlos, L. O. (2014). *Análisis del turismo y su importancia en el crecimiento económico en América Latina: el caso del Ecuador.* Obtenido de http://hdl.handle.net/10469/7460

Carmen, R. d. (2014). Máximo aprovechamiento de los beneficios del turismo a través del Desarrollo Comunitario. *"Tourism and Community Involvement XXI Century"* .

Cely, O., & Torres, F. (2016). *Diseño de un plan estratégico y cuadro de mando integral para la empresa eco-productos y servicios MOL S.AS. en la ciudad de Sogamoso Boyacá.* Sogamo Boyacá: Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Obtenido de https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/1673/1/TGT-365.pdf

Di-Bella, G. (1991). Introducción al Turismo. *Corrientes Turísticas*, pp. 98-103.

Earth, G. (2023). Obtenido de https://earth.google.com/web/search/wawa+sumaco/@-0.7229752,77.5724825,1129.31152749a,1056.44813665d,35y,0h,45t,0r/data=CnYaTBJGCiUweDkxZDY4ZGVkZDAzN2ViY2I6MHgxNzdiMDNiOWU1Y2Y5ZjBmGbs1uKcIue_IRHCo42jZFPAKgt3YXdhIHN1bWFjbxgCIAEiJgokCd2rt1WjXTNAEd2rt1WjXT

Encalada, P. G. (2021). *El turismo comunitario y su aporte al desarrollo de la Comunidad de.* Obtenido de Obtenido de El turismo comunitario y su aporte al desarrollo de la Comunidad de San Clemente del cantón Ibarra: https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/8281

Etecé, E. e. (5 de agosto de 2021). *Pagina Web*. Obtenido de https://concepto.de/pagina-web/.

GAD Provincial de Napo. (2017). *Napo tu Destino*. Obtenido de Turismo Comunitario Amarun Pakcha: https://www.napoamazonia.com/destinos/amarun-pakcha

Galán, J. S. (2015). *Estudio de mercado*. Obtenido de https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-mercado.html#referencia

Gutiérrez, Á. (1998). *Estadística general aplicada.* Obtenido de https://www.gestiopolis.com/que-es-estadistica-tipos-y-objetivos/

Napo, G. P. (2021). *Plan Estratégico Institucional* . Obtenido de https://www.napo.gob.ec/website/phocadownload/lotaip2022/Anexos/Lit.K/3.%20%20PLAN%20ESTRATEGICO%20INSTITUCIONAL%202021%20-%202023.pdf

OMT. (s.f.). *Organización Mundial del Turismo (OMT)*. Obtenido de https://www.coe.int/es/web/cultural-routes/world-tourism-organization

Pursell, S. (s.f.). *Análisis FODA de una empresa: qué es, cómo se hace y ejemplos.* Obtenido de https://blog.hubspot.es/marketing/analisis-foda

Anexos

Marco Teórico

El turismo es un fenómeno que consiste en el desplazamiento de personas hasta un lugar diferente al de su entorno habitual, esta actividad genera un desarrollo social económico para todos los actores involucrados en la prestación de servicios turísticos, conlleva una amplia gama de ofertas que se expanden a nivel general para llegar a un público objetivo dentro del mercado, de tal modo mejora la calidad de vida, además ayuda a la revalorización y conservación de los atractivos naturales y culturales, por ello ha sido una de las actividades que se encuentra en constante cambio y evolución.

Amarun Pakcha

Un emprendimiento bajo un enfoque cultural, que pretende ser revalorizada por las costumbres de la familia Tanguila Grefa, cuenta con servicios básicos para atraer a los visitantes, “Amarun” significa: Boa – Serpiente Gigante, que habitan en la humedad de la selva amazónica, “Pakcha” significa: Cascada, es uno de los recursos más atrayentes por los visitantes, puesto que esto contrae una actividad enfocada al estrés, donde al rebotar el agua en la espalda ayuda de manera notoria la satisfacción del cuerpo humano, es donde gracias a las existencias de 3 cascadas (recursos naturales), se formó el emprendimiento bajo la visión de la boa que habitaba en las cascadas.

Turismo y la OMT

La Organización Mundial del Turismo (OMT) es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos, como principal organización internacional en el ámbito turístico, aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental**,** y ofrece liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas (OMT, s.f.)

Bajo este enfoque la OMT pretende que los actores involucrados en el turismo manejen adecuadamente los recursos que se pretende explotar para la prestación de servicios y posteriormente ofrecerlos.

Turismo Comunitario

El turismo comunitario se asoma como una alternativa para salvar las

disparidades sociales y económicos que adolecen las comunidades rurales, además de una vía que pueden utilizar las comunidades que buscan generar otros ingresos dentro de sus actividades económicas cotidianas, utilizando los recursos culturales, naturales y locales en una región en particular (Carmen, 2014)

Podemos mencionar entonces que el turismo comunitario es una de las alternativas que acoge al visitante y poder convivir con las familias, de esta manera se genera un vínculo y unión dentro de la localidad. Para lograr resultados satisfactorios dentro de una comunidad, se debe tomar en cuenta aspectos importantes como; uso adecuado y racional de los recursos naturales existentes en el territorio.

Promoción Turística

La promoción turística se define como la difusión de un lugar de destino turístico, dentro del criterio del turismo, es un instrumento necesario para dar a conocer los servicios y productos al consumidor a través de redes sociales, televisión, radio, afiches, folletos o mediante papeles volantes distribuyendo en las calles o en los hogares. (Di-Bella, 1991)

Estrategia

El término estrategia debe enmarcarse en el concepto de “idea estratégica” como la forma de integrar los objetivos a lograr, en el largo periodo, y la toma de decisiones que se deben optar previamente, persistiendo futuros escenarios y las posibles amenazas del ambiente. Pero para que una decisión se comprenda como estratégica también debe percatar las reacciones posibles de otros actores que pueden influir durante el proceso, así como las alteraciones de los demás factores que se originan en el entorno.

Matriz FODA

Según (Pursell) señala que “El análisis FODA es una herramienta empleada para valorar la postura de una empresa, pero a la vez, también se utiliza para crear varias estrategias alternativas posibles”). La matriz FODA proporciona información sobre las oportunidades y amenazas externas que afronta una empresa específica se puede enlazar con sus fortalezas y debilidades internas para generar cuatro series de posibles alternativas estratégicas.

Marca Turística

La marca turística es una representación e identificación que conforma varios

componentes artísticos que buscan concepto de imagen diferenciada, como respuesta a los intereses de una parte del mercado que les contribuya un valor añadido especial y exclusivo generando concordancia y negocio para una determinada zona.

Página Web

Una página web es la unidad básica de la World Wide Web, (la Web) es decir "es un documento electrónico que abarca información determinada sobre un tema en particular y que es almacenado en algún sistema de cómputo que se encuentra enlazado a la red mundial de información denominada Internet". Por lo cual se señala que es un documento dinámico, porque permite desarrollar diversas acciones mediante textos o imágenes, que encaminan al usuario a otra página web, a otra sección de un documento o correo electrónico (Etecé, 2021)

Estudio de Mercado

Según (Galán, 2015), menciona que la principal premisa que hay tras la realización de estudios de mercado es la de obtener una respuesta clara en cuanto al número de consumidores que querían hacerse con el producto, en qué espacio se desarrollaría el negocio, durante cuánto tiempo y qué precio se pagaría por conseguirlo.

Es decir, es un trabajo de estudio sobre lo que se ofrece, a quién se le ofrece y cómo hacer llegar el producto hacia el consumidor, de tal forma se considere si es o no viable los servicios a ser ofertados.

Encuesta

Una investigación de las características de una población dada mediante la recopilación de datos de una muestra de dicha población y la estimación de sus características por medio del uso sistemático de una metodología estadística. (Gutiérrez, 1998)

Como bien lo menciona (Gutiérrez, 1998), este es una herramienta que nos permite realizar de manera sistemática los objetivos planteados para llegar a un fin, es decir nos proporciona información para llevar a cabo un estudio.