UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

TESIS EN OPCIÓN AL TÍTULO DE INGENIERA EN TURISMO

"DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE TURISMO CIENTÍFICO PARA LA PROVINCIA DE PASTAZA"

AUTORA: Carina Del Rocío Alvarez Escobar

TUTORA: MSc. REBECA M. JAQUINET ESPINOSA

PUYO, JULIO DEL 2009

NOTA DE ACEPTACIÓN

CERTIFICADO DEL TRIBUNAL

Certifico que el presente trabajo de investigación sobre el tema: DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE TURISMO CIENTÍFICO PARA LA PROVINCIA DE PASTAZA, fue realizado por la Señorita, Alvarez Escobar Carina del Rocío, y el mismo ha cumplido con las normas técnicas dispuestas en la Carrera de Ingeniería en Turismo de la Universidad Estatal Amazónica, por lo que una vez analizada su contenido, se autoriza su presentación.

DECLARACIÓN DE AUTORIDAD

Declaro que soy la única autora de este proyecto de tesis y autorizo a la Universidad Estatal Amazónica a hacer uso del mismo con la finalidad que estime conveniente.

Para constancia del mismo, firman:

Carina del Roció Alvarez Escobar

AUTORA

MSc. Rebeca M. Jaquinet Espinosa

TUTORA

AGRADECIMIENTOS

MI AGRADECIMIENTO MÁS SINCERO VA DIRIGIDO

A QUIENES ME DIERON LA VIDA: MIS PADRES, A LUIS Y A MI TUTORA

POR HABERME PERMITIDO LLEGAR A LA META DESEADA POR TODO SER

HUMANO.

DEDICATORIA

CON TODO EL AMOR DEL MUNDO ESTE TRABAJO DE TESIS

LO DEDICO A MI QUERIDA HERMANA MARIBEL Y A MI ABUELITO JESÚS

ESCOBAR, POR TODO EL TIEMPO QUE ME REGALARON EN VIDA AL ESTAR

JUNTO A MI.

ÍNDICE

Resumen y palabras claves **1-2**

Introducción **3-5**

CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.El Turismo **6-1Q**

1.2.Situación actual del turismo a nivel internacional **10-12**

1.2.1. Indicadores sobre el Turismo en América Latina **13-14**

1.3.El Turismo Científico o de Convenciones **14.15**

1.4.La Estrategia ***15.1B***

1.4.1. La Planificación Estratégica ..... **$1_6.2_0$**

1.5. Formulación Estratégica **20-25**

CAPÍTULO II PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS

2.1. El proceso de investigación **26-28**

2.2. Modelo para elaboración de la Estrategia **28-30**

2.2.1. La Misión **30**

2.2.2. Valores Compartidos **30**

a

2.2.3. Grupos de Implicados 30

2.2.4. Factores Claves 30

2.2.5. Unidades y Direcciones Estratégicas 30-31

2.2.6. El Diagnóstico Estratégico 31-32

2.2.6.1. Matriz FODA 32-33

2.2.6.1.1. Diagrama Causa-Efecto 33

2.2.6.1.2. Árbol de Problemas 33.35

2.2.6.1.3. Árbol de Objetivos 35

2.2.6.1.4. Criterio de Expertos 35.36

2.2.7. Problema Estratégico General 37

2.2.8. Solución Estratégica General 37

2.2.9. Escenarios 37

2.2.10. Visión Estratégica 37

2.2.11. Objetivos Estratégicos 37.33

2.2.12. Opciones Estratégicas 38

2.2.13. Identificación de barreras 38

2.2.14. Evaluación y Selección de Alternativas 38.39

2.2.15. Planes de Acción 39

2.2.16. Sistema de Control 39

2.3. Técnica: El Cuestionario 39.49

2.3. Etapas de Desarrollo de la Investigación en la Provincia de Pastaza 40

2.3.1. Etapa I Introducción 41

2.3.2. Etapa II Elaboración de la Estrategia 41-42

2.3.3. Etapa III Elaboración del documento que contiene la Estrategia .42-43

CAPÍTULO III

ESTRATEGIA DE DESARROLLO DEL TURISMO CIENTÍFICO PARA LA PROVINCIA DE PASTAZA

3.1. El Turismo en Ecuador: Desarrollo del Turismo Científico 43-52

3.1.1. El PLANDETUR 2020.....52.53

3.2. Diagnóstico Preliminar .....53^5

3.3. Resultados de la Estrategia de Desarrollo del Turismo Científico para la Provincia de Pastaza.....56-83

Conclusiones.....

84

Recomendaciones.....

85

Bibliografía.....86•90

Anexos

Anexo 1: Cuestionario.

Anexo 2: Listado de los Especialistas consultados.

Anexo 3: Llegadas de turistas internacionales por (sub) regiones. (Millones).

Anexo 4: Fotografía de aplicación de cuestionario a especialista del Municipio de Mera.

Anexo 5: Fotografía de aplicación de cuestionario a especialista del Municipio de Santa Clara.

Anexo 6: Fotografía de aplicación de cuestionario a especialista del Municipio de Pastaza.

Anexo 7: Fotografía de aplicación de cuestionario a especialista de la Gerencia Regional Amazónica.

Anexo 8: Fotografía de aplicación de cuestionario a especialista del Ministerio de Ambiente.

Anexo 9: Fotografía de aplicación de cuestionario a especialista del Gobierno Provina'al de Pastaza.

Anexo 10: Esquema gráfico de Valores Compartidos.

RESUMEN

El Turismo Científico es una modalidad del turismo en la que el objetivo principal del viajero o turista es abrir fronteras para la investigación, en esa área, ampliar y complementar sus conocimientos.

Por ello, en la Región Amazónica Ecuatoriana y específicamente en la provincia de Pastaza gradas a su inmensa riqueza natural y étnica, se ha visto la oportunidad de poder implementar esta modalidad. Para realizar esta penetración en el mercado se tiene como objetivo principal Diseñar una Estrategia de Desarrollo de Turismo Científico para la Provincia de Pastaza, sin embargo, para poder saber si este objetivo es viable o no, se debe cumplir con:

- Fundamentar teóricamente la estrategia turística.
- Analizar el entorno externo e interno de la Provincia de Pastaza, en el ámbito turístico.
- Seleccionar elementos alternativos para diseñar una estrategia turística con el fin de aplicar en el desarrollo del Turismo Científico en Pastaza.

Todo esto se lo realiza mediante la aplicación del modelo de diseño estratégico Misión -Visión de Eugenio Yañez, dentro éste se utiliza una de las herramientas más aplicadas en el mundo empresarial la Matriz FODA y para poder aplicarla se trabaja con cuestionarios a especialistas de la provinda, con el fin de saber con qué oportunidades, fortalezas, amenazas y debilidades cuenta Pastaza para el desarrollo del Turismo Científico.

Una vez realizado todo lo mencionado se obtuvo como resultado final que Diseñar una Estrategia de Desarrollo de Turismo Científico para ia Provinda de Pastaza, sería muy positivo para ella y cada uno de sus cantones, ya que ayudaría de sobremanera a mejorar el Turismo en general y a mejorar la calidad de vida de los habitantes de la provinda.

SUMARY

The scientific tourism is a way of the general Tounsm. The traveler's main objective is to open barriere to research ín this área, also to deeper and to compiement his or her knowledge.

That is why our focus is on the Amazon Región; we want to start this kind of tourism specifically in the Pastaza Province, because it has natural and ethnical diversity. In order to achieve our goal into this market our main objective is to design a Plan to develop scientific tourism in the Pastaza Province. Also we have to fulfill with some points in order to analyze the present project:

- Support the theoretical tourism strategy
- Research the strengthens and weaknesses of the tourism process and strategies and íts involvement in the Province
- Select different elements in order to design a tourism strategy to apply in THE Province.

We are going to apply this project with a pattern known as "Misión Vision" by Eugenio Yanez. So, we will use the same tools of the established pattern. It has been used around the world with a center called FODA. So we will apply this pattern through having tests to *the* specialist touristic people of the province; in order to know all the opportunities, strengthens and weaknesses that can appear in the process of the scientific tourism.

After we did all of this, we got a final result. To design a strategy of develop scientific tourism can be very positive for the province and all its towns around, because it will help to increase the Tourism in general and also the quality of live of the people there.

INTRODUCCIÓN

La tendencia del crecimiento del turismo está vigente en el siglo que recién comienza. Los trabajos e investigaciones vinculadas con este sector se multiplican a medida que las personas que contribuyen a su desarrollo, vivencian la importancia que posee el conocimiento detallado de las interioridades que lo caracterizan.

El aporte económico a los países que incursionan e invierten en el desarrollo del turismo se tiene en cuenta, por lo que los territorios que reúnen características que facilitan la implementación de diferentes modalidades del turismo no deben dudar en priorizarlo dentro de sus temas estratégicos.

En el caso específico de Ecuador, se destaca la riqueza natural y cultural. Estos aspectos justifican la inversión del país en una modalidad de turismo relativamente nueva: Turismo Científico.

La existencia de una estrategia como herramienta que ayuda a desarrollar una modalidad de turismo como el Turismo Científico y a mejorar la calidad de vida sin afectar a la naturaleza y su cultura es un indispensable cambio a llevar a cabo.

En la Amazonia ecuatoriana no se conocen investigaciones vinculadas con el Turismo Científico lo cual pudiera darle una ventaja competitiva a la provincia de Pastaza con el cumplimiento de la meta que se propone el presente trabajo a partir del problema que se plantea.

Problema de la Investigación

Carencia de una Estrategia de Desarrollo del Turismo Científico en la Provincia de Pastaza.

Objeto de investigación

El objeto de la investigación es la Provincia de Pastaza para la cual se elabora la Estrategia de Desarrollo del Turismo Científico.

Los objetivos que se proponen para ofrecer una solución al problema de la investigación, se detallan de la siguiente manera:

Objetivo General

> Diseñar una Estrategia de Desarrollo de Turismo Científico para la Provincia de Pastaza.

Objetivos Específicos

> Fundamentar teóricamente una Estrategia de Desarrollo del Turismo Científico.
> Analizar el entorno extemo e interno de la Provincia de Pastaza, en el ámbito turístico.
> Seleccionar elementos alternativos para diseñar una estrategia turística con el fin de aplicar en el Desarrollo del Turismo Científico en Pastaza.

La hipótesis de la investigación queda conformada como se explícita a continuación.

Hipótesis

Si se Diseña una Estrategia de Desarrollo Turístico Científico para la Provincia de Pastaza, se contaría con un documento preciso para impulsar este tipo de Turismo que contribuiría a mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

Para su lógica ejecución y fácil comprensión, en este trabajo se consideró las siguientes partes esenciales:

Introducción: A través de la introducción se ubica a los lectores en el tema que corresponde a la investigación y recoge el problema, los objetivos y la hipótesis a verificar con el desarrollo de la misma.

Capítulo I: Marco teórico de la investigación: Se trata de concebir un acercamiento a todo lo relacionado al turismo a nivel internacional y nacional, se detalla qué es y cómo se comporta el Turismo Científico en el mundo y en el Ecuador, se realiza un bosquejo del desarrollo del turismo en cada una de las Regiones del Ecuador profundizando en la Región Amazónica o Trasandina y las provincias que la componen. Se analiza la estrategia como una de las herramientas para el desarrollo del Turismo Científico en Pastaza.

Capítulo II: Procedimientos Metodológicos: Se describen pasos y etapas de la investigación así como las principales técnicas y herramientas que se utilizan para la recogida de datos y su respectivo procesamiento.

Capítulo III: Estrategia de Desarrollo del Turismo Científico en la Provincia de Pastaza (2009 - 2011): Se presentan los resultados obtenidos a partir de las técnicas aplicadas y el desarrollo del modelo de diseño estratégico escogido.

CAPITULO I MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. El Turismo

La palabra turismo se deriva del latín tomus (tomo) y tomare (redondear, tornear, girar), y el sufijo ismo se refiere a la acción que realiza un grupo de personas, por lo que etimológicamente puede definirse al turismo como las personas que viajan con la intención de regresar a su domicilio habitual.

Clive L. Morley 1990[1], señala que a pesar de su creciente importancia y del trabajo realizado por las personas que han estudiado al fenómeno, el turismo no es un concepto bien definido. Los esfuerzos por establecer una definición se remontan hasta 1933 y desde entonces se han realizado distintos acercamientos a una definición emanada del despliegue económico, sociológico, de comercio o por la preocupación de establecer estadísticas confiables de la actividad.

Autores como Neil Leiper 1979[2]y John Hunt 1991[3], coinciden en que definir al turismo no es una tarea sencilla. El término ha venido evolucionando y adaptándose a los cambios que ha sufrido la actividad a lo largo de los años.

En ia revisión realizada pueden distinguirse tres etapas del desarrollo del turismo:

Clive L Morley[1], What Is Tourism? Definitions, Excerpts and Characteristics", The Journal of Tourism Studies, 1990, Vol. 1, Number 1, pp. 3-8

Neíl Leiper[2], "The Framework of Tourism: Towards a Deftnition of Tourism, Tourist and the Tourism Industry", Annals of Tourism Research, 1979, Vol. 6, Number 4, pp. 309-407.

John Hunt [3],"Evokrtion of Travel and Tourism Terminology and Definitions", Journal of Travel Research, 1991, Vol. 29, Number 4, pp. 7-11.

ETAPAS DEL DESARROLLO DEL TURISMO

Primera mitad del siglo XX	Turismo de Masas	Turismo Moderno
Fenómeno Social	Aviación comercial	O.M.T
Escuela Alemana	Segunda Guerra Mundial	Alineación de las políticas turísticas nacionales / Reconocimiento de su contribución en

Fuente: Evolución del Turismo Figura N° 1:

Etapas del Desarrollo del Turismo

A principios del siglo XX, el turismo empieza a ser estudiado como el movimiento de forasteros.

En los años veinte del siglo anterior, surge en Alemania la ciencia de los movimientos de forasteros; en 1922 Angelo Mariotti[4] publica el texto La industria del forastero en Italia: economía política del turismo, y en 1929 Morgenroth[5] aporta una definición del tránsito de forasteros y sostiene que "es el tránsito de personas, que temporalmente se ausentan de su domicilio habitual, para satisfacción de exigencias vitales o culturales o deseos personales de diverso tipo, convirtiéndose por otra parte en usuarios de bienes económicos o culturales". En 1933, Artur Bormann[6] agrega que el movimiento de forasteros comprende los viajes emprendidos por motivos de reposo, diversión, comerciales o profesionales iniciados en muchos casos por acontecimientos o situaciones especiales, donde la ausencia de su vivienda es transitoria y que excluye a los desplazamientos a lugares de trabajo".

Para 1935, Robert Glücksmann[7] sostiene que el movimiento de forasteros es la suma de las relaciones entre personas que realizan su estancia circunstancialmente en un lugar y los habitantes habituales del mismo. Este aporte se reconoce hoy como una de las primeras definiciones sociológicas del turismo, ya que integra las relaciones sociales que se dan entre el visitante y el receptor. Walter Hunziker y Kart Krapf, fundadores de la escuela humanística, pasaron de la descripción tradicional del movimiento de forasteros a un fenómeno más complejo, y definieron al turismo como "un conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y la permanencia temporal de personas fuera de su lugar de residencia habitual, sin que sean motivados por el lucro".

Ya en la segunda mitad del siglo XX, aparece el turismo de masas como un fenómeno económico-social fruto de los cambios y transformaciones de la sociedad que surge posterior a la Segunda Guerra Mundial, y se consolida como una de las actividades productivas más dinámicas de la era pos-industrial. El turismo entonces se define como una actividad socioeconómica que se distingue de la simple actividad viajera y del movimiento de forasteros registrada en la época anterior.

Angelo Mariotti[4], La industria del forastero en Italia: economía política del turismo.1922. O. Morgenroth[5], Definición del tránsito de forasteros, 1929. Artur Bormann[6], Definición de lo que comprende el movimiento de forasteros, 1933. Robert Glücksmann[7], El movimiento de forasteros, 1935. Walter Hunziker y Kart Krapf[8], Definición del Turismo.

En 1963, durante la conferencia de las Naciones Unidas sobre viajes y turismo internacional[9], se reconoció la importancia del turismo en las economías nacionales y en el comercio internacional y se establecieron definiciones y clasificaciones del turismo para fines estadísticos.

Para 1965, se celebró en México el Congreso Internacional de Sociología[10], donde se definió al turismo como "el conjunto de interacciones humanas, como transportes, hospedaje, servicios, diversiones, enseñanza, derivados de los desplazamientos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas derivadas de motivaciones".

En 1967, la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (UIOOT) "definió al turismo como la suma de las relaciones y de servicios resultantes de un cambio de residencia temporal y voluntario no motivado por razones de negocios o profesionales". Osear de la Torre Padilla[12] amplía esta definición y nos dice que "es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia económica y culturar.[5] Con este aporte, de la Torre Padilla introduce para el análisis y estudio, elementos como desplazamiento voluntario y temporal; el motivo: recreación, descanso, cultura o salud; la actividad no lucrativa ni remunerada; y las interrelaciones económicas o culturales que se generan.

De esta manera el turismo empieza a estudiarse como un factor determinante en el desarrollo económico, como un redistribuidor del gasto y como un generador de divisas.

Posteriormente, durante la Conferencia de la Organización Mundial de Turismo (OMT)[13] celebrada en París en 1985, se cuestionó el antiguo concepto de turismo y se propuso su extensión para incluir todo movimiento de personas sin tomar en cuenta sus motivaciones.

Conferencia de las Naciones Unidas sobre viajes y turismo internacional[9], Importancia del turismo en las economías nacionales y en el comercio internacional, 1963.

Congreso Internacional de Sociología[10], Definición de Turismo, México, 1865.

Unión internacional de Organismos Oficiales de Turismo (UIOOT)[11], Definición de Turismo, 1967.

Osear de la Torre Padilla[12], Ampliación del concepto de Turismo.

Organización Mundial de Turismo (OMT)[13], Conferencia de Turismo, París.1985.

Más adelante, en junio de 1991, la OMT, durante su Conferencia Internacional de Estadísticas de Turismo y Viajes[14], revisó y actualizó sus conceptos estableciendo que "el turismo comprende las actividades de personas que viajan y permanecen en lugares fuera de su ambiente usual durante no más de un año consecutivo con fines de gozar de tiempo libre, negocios u otros".

Esta definición fue adoptada por la Comisión Estadística de las Naciones Unidas el 4 de marzo de 1993 y se utiliza para definir y clasificar las actividades turísticas internas e internacionales.

En resumen, se puede establecer que **turismo** es la combinación de actividades, servicios e industrias que suministran una experiencia de viaje como transporte, alojamiento, establecimientos para comer y beber, tiendas, espectáculos y otras instalaciones para actividades diversas para individuos o grupos que viajan fuera de casa.

Por otro lado, turista y turismo son dos conceptos estrechamente relacionados. La Ley Federal de Turismo de México[19] define al turista como la persona que viaja desplazándose temporalmente fuera de su lugar de residencia habitual y que utilice alguno de los servicios turísticos a que se refiere esta Ley". La misma ley señala que servicios turísticos son ios que se prestan a través de hoteles, moteles, albergues y demás establecimientos de hospedaje; agencias, sub agencias y operadoras de viajes; guías de turistas; restaurantes, cafés, bares y centros nocturnos que se encuentren ubicados en los establecimientos de hospedaje, así como en aeropuertos, terminales de autobuses, estaciones de ferrocarril arqueológicas; y empresas de sistemas de intercambio de servicios turísticos.

Como se ha demostrado, el turismo ha tenido una evolución paulatina para llegar a ser lo que hoy se considera como una de las actividades que brinda mayores réditos económicos a nivel mundial. Por consiguiente, se puede decir, que esta actividad puede llegar a salvar a varios países de la crisis económica en la que se encuentran inmersos.

1.2. **Situación actual del turismo a nivel internacional**

De acuerdo con las estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en el 2007 tuvieron lugar 903 millones de llegadas de turistas internacionales, que representa

Conferencia Internacional de Estadísticas de Turismo y Viajes[14], Revisión y actualización de conceptos de Turismo, 1991. La Ley Federal de Turismo de México[15], Título Primero, Capítulo Único, Artículo 3.

un aumento de 6,6% con respecto al 2006. Los países más visitados por turistas internacionales en el 2006 y 2007 se ubican en Europa, con Francia en primer lugar. Los siguientes países fueron los 10 principales destinos del turismo internacional en 2007:

1-Francia

2.- España

3.- Estados Unidos

4.- China

5.- Italia

6.- Reino Unido

7.- Alemania

8.- Ucrania

9.- Turquía

10.-México

En Ecuador existen diversas modalidades turísticas que pueden ser aprovechadas en cada región y en particular en la región amazónica. En la actualidad, se ve cómo existen países con menos recursos turísticos que sobresalen y llegan a ser atractivos, sin embargo, a Ecuador le falta poner un empeño suficiente en io que respecta al ámbito turístico.

De acuerdo con las estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en 2007 los ingresos generados a nivel mundial por el turismo internacional alcanzaron USD 856 mil millones, en comparación con USD 742 mil millones, representando un crecimiento en términos reales del 5,6%, esto es, ajustando los ingresos para considerar las fluctuaciones de la tasa de cambio y la inflación, ya que ei dólar estadounidense se devaluó 9% respecto al euro en 2007

En el 2007 los siguientes 10 países recibieron los mayores ingresos provenientes del turismo internacional y también se presentan los 10 países emisores de turismo internacional con los mayores gastos:

PAÍSES RECEPTORES CON MAYORES INGRESOS DEL TURISMO A NIVEL INTERNACIONAL

1.-Estados Unidos -América del Norte

2.- España - Europa

3.- Francia - Europa

4.- Italia- Europa

5.- China - Asia

6.- Reino Unido Europa

Alemania Europa

8.- Australia - Oceanía

9.- Austria - Europa

10.- Turquía - Europa

Fuente: Situación del Turismo a nivel internacional

Figura N° 2: Países Receptores con Mayores Ingresos del Turismo a Nivel Internacional

PAÍSES EMISORES CON MAYORES GASTOS A NIVEL INTERNACIONAL

1.- Alemania - Europa

2.- Estados Unidos -América del Norte

3.- Reino Unido - Europa

4.- Francia - Europa

5.- China - Asia

6.- Italia - Europa

7.- Japón Asia

8.- Canadá - América del Norte

9.- Rusia - Europa

10.- Corea del Sur - Asia

Fuente: Situación del Turismo a nivel internacional

Figura N° 3: Países Emisores con Mayores Gastos a Nivel Internacional

1.2.1. Indicadores sobre el turismo en América Latina

Durante varios años México ha sido el destino más visitado por el turismo internacional en América Latina.

Los ingresos provenientes del turismo internacional se consideran una importante fuente de divisas para varios de los países de América Latina, y representa un porcentaje importante del PIB y de las exportaciones de bienes y servicios, así como una importante fuente de empleo, donde destaca la República Dominicana. Según evaluación realizada por el Foro Económico Mundial (FEM) varios de los países de América Latina todavía presentan deficiencias en las áreas de infraestructura y el marco jurídico, pero son muy competitivos en los aspectos relativos a recursos culturales y naturales, factores por los que resulta atractivo realizar inversiones o desarrollar negocios en el sector de viajes y turismo. Por ejemplo, Brasil fue clasificado en el índice de Competividad en Viajes y Turismo de 2008 en la posición 49 a nivel mundial, pero entre los 130 países evaluados clasificó en la posición 3 en el indicador relacionado con los recursos naturales, y en la posición 12 en recursos culturales.

En el 2007, se estima que las llegadas de turistas internacionales aumentaron un 6 %, con lo que se ha conseguido una nueva marca: cerca de 900 millones de llegadas (un resultado impresionante tan solo dos años antes se había alcanzado el máximo histórico de 800 millones). Ello supone cerca de 52 millones de llegadas más que en 2006, una cifra muy superior al volumen total de Oriente Medio o África. De hecho, el turismo mundial gozó en el 2007 del cuarto año consecutivo de crecimiento por encima de la media prevista a largo plazo (4,1 %) con un sorprendente índice de crecimiento superior a los registrados en el 2005 y 2006 (5,5 %).

Todas las regiones registraron incrementos superiores a la media prevista a largo plazo, siendo Oriente Medio la región de mayor crecimiento, con un aumento estimado del 13 % y 46 millones de llegadas de turistas internacionales. Oriente Medio está distinguiéndose como destino turístico pujante gracias a un crecimiento del número de visitantes muy superior al promedio mundial. En segundo lugar se sitúa Asia y el Pacífico, que creció un 10 % (hasta los 185 millones de llegadas), seguida de África (un +8 %, hasta los 44 millones) que confirmó su gran dinamismo al mantener el crecimiento de 2006; desde 2000 su índice medio de crecimiento es de 7 %. A las Amérícas (142 millones de llegadas) le fue mucho mejor que el año pasado, al registrar un incremento del 5 % impulsado por los buenos resultados obtenidos en América del Norte gracias a la duplicación del índice de crecimiento de Estados

Unidos. Europa, que es la mayor región destinataria del mundo y concentra más del 50 % de las llegadas de turistas internacionales, creció un 4 %, hasta los 480 millones de llegadas.

1.3. El Turismo Científico o de Convenciones.

Por lo expuesto anteriormente, a nivel mundial el turismo está tomando un auge de gran magnitud lo que ha ocasionado que se implemente una variedad de modalidades turísticas como lo es el **Turismo Científico o de Convenciones** que practican individualidades o grupos en función de manifestaciones culturales, festivales de música, de arte, de poesía, de cine, de teatro o de ciencia y tecnología que visitan sitios apropiados a tales fines y comparten su tiempo con actividades turísticas.

El Turismo Científico comienza a aparecer como una tendencia emergente en aquellos países desarrollados que buscan promover una manera más directa y participativa, de involucrar a las personas en el conocimiento del mundo natural y cultural. A pesar de esto, esta actividad turística de interés especial, aún se reduce a la simple incorporación de visitas guiadas en la cual un monitor o guía turístico reseña los aspectos conspicuos de interés científico, antropológico o histórico cultural.

El atrayente elemento de la aventura queda intrínsecamente involucrado en esta modalidad al incorporar a los visitantes al trabajo de investigaciones de campo, quienes, a menudo, se adentran en lugares remotos y cautivadores, con el propósito de aprender de ellos. El Turismo Científico toma su parte al estar dirigido por científicos preocupados de la conservación, el respeto por la naturaleza y la enseñanza enriquecedora que el mundo natural o cultural les ofrece.

Esta modalidad en países como Costa Rica, México, Perú, Italia, Inglaterra, Suiza y Francia, se desarrolla paulatinamente como una atractiva variante que existe a la hora de preparar unas vacaciones para pasar unas jomadas descubriendo qué somos, de dónde venimos y a dónde llegaremos, bajo un objetivo principal que es dar a conocer lugares que tengan o hayan tenido una relación con cualquiera de las ciencias o de los personajes científicos que han formado parte de su historia y cuyo legado se ha mantenido hasta la actualidad un ejemplo de ello es el museo de la radio donde (os esposos Curie descubrieron su maravilloso invento. Pero este turismo no está estancado en el pasado, también posee una visión de futuro. Lugares como futuroscope de Poitiers, La Ciudad de la Ciencias de la Viliete, Hotel de Bella Leona

que atraen a miles de turistas cada año son un ejemplo claro de que el turismo está trascendiendo rápidamente sin estancarse en el tiempo.

Se destaca como ejemplo dentro del Turismo Científico a las siete maravillas del mundo o también llamadas **siete maravillas del mundo antiguo** como un conjunto de obras arquitectónicas que tos helenos, especialmente los de la época helenística, consideraban dignas de ser visitadas; por ser para ellos como monumentos a la creación y el ingenio humano.

1.4. La Estrategia

El concepto de Estrategia ocupa un espacio significativo en el mundo empresarial; en el fondo conserva, al igual que en el terreno militar, la idea de un plan de abarcamiento total, teniendo en cuenta la presencia de algún adversario.

El término estrategia proviene del griego estrategos, que significa general, y denota el arte de dirigir las operaciones militares.

Según Grima, J.J. y M.J. Tena., 1991[16], la estrategia empresarial expresa el conjunto de ideas, técnicas, que pueden utilizarse para desempeñar la función empresarial en su nivel más global e integrador en la actualidad y en el futuro.

La estrategia es el producto de un conjunto de acciones lógicas y creativas aplicables que conducen a la formulación de objetivos amplios, de políticas principales y de asignación de recursos para lograr las metas trascendentales de una organización, en la búsqueda de una mejor posición competitiva y una respuesta más coherente ante ei entorno actual y futuro.

Según Mintzberg (1991)" un esfuerzo de sistematización de los distintos significados de la estrategia permite identificar cuatro puntos de vista sobre el concepto estrategia.

- **La estrategia como plan:** Indica que se establecen determinados cursos de acción formulados de forma consciente, predeterminada y explícita, es decir, el pensamiento precede a la acción y son diseñadas las estrategias formalmente.
- **La estrategia como pauta:** Constituye una forma de comportamiento descriptivo de seguimiento de la realidad. Goodard, J. y D. Houlder, 1995."

Grima, J.J. y M.J. Tena[16], la estrategia empresarial, 1991. Mintzberg[17], Sistematización de los significados de la estrategia,1991. Goodard, J. y D. Houlder[18], La estrategia como pauta, 1995.

- **La estrategia como posición:** Conjunto integrado de acciones que tratan de conseguir y sostener una posición más ventajosa. La estrategia es un elemento de enlace entre la empresa y su entorno.
- **La estrategia como perspectiva:** Consiste en una forma de percibir el mundo. Es lo que la empresa cree que debe y no debe hacerse y cual es el rumbo que debe seguirse.

La estrategia debe reunir en su elaboración un conjunto de características que no están relacionadas con el tema del cual traten. Estas características deben estar presentes siempre.

- Dan una visión de futuro, con un carácter activo y anticipante.
- Aportan un marco para la dirección unificada de la organización en función de sus metas principales.
- Orientan los recursos y los concentran en el desarrollo de ventajas competitivas.
- Indican la necesidad de adaptación sistemática al entorno.
- Enfatizan en encontrar posiciones más favorables.
- Enmarcan las acciones futuras, considerando diversos y probables escenarios.
- Tienen un impacto final importante.

1.4.1. La planificación estratégica

Es un proceso continuo de reflexión y de búsqueda de opciones para el futuro, que toma muy en cuenta el entorno caracterizado por el cambio y la incertidumbre, y cómo la empresa, con sus recursos actuales y potenciales, puede insertarse de la mejor manera posible en él en pos del consenso y la participación para dar respuesta a los problemas estratégicos.

Utilidad de la Planificación Estratégica

1.- Clarificar las acciones y proporciona un sentido de direccionalidad e integración de los esfuerzos empresariales.

2.- El proceso mismo ayuda a prever tos problemas antes que sucedan y enfrentarlos antes de que se agraven.

3.- Da una mayor flexibilidad para enfrentar los cambios mediante soluciones estratégicas alternativas.

4.- Reduce la posibilidad de errores y sorpresas desagradables, ya que la misión, los objetivos y metas son sometidos a un examen más cuidadoso.

5.- Se diseña un cuadrado más orientador para el empleo de los recursos y la creación de sinergias.

Peligros en la implementación de la Planificación Estratégica

Sin embargo, junto con su utilidad, un proceso mal orientado de planificación estratégica puede conducir a resultados negativos como:

1. Apreciación inadecuada de la competencia.
2. Falta de flexibilidad a los cambios del entorno.
3. Exceso de burocratización.
4. Vinculación tardía de áreas funcionales (departamentos) en el diseño estratégico.
5. Excesivo apego a los métodos formales.
6. Considerar la planificación estratégica un asunto de especialistas.

En la bibliografía existente sobre las estrategias se presentan modelos que resultan importantes en los procesos de decisión.

Modelo Racional: Según este modelo, un actor individual o colectivo toma decisiones de acuerdo con el siguiente algoritmo: "definición del objetivo o estado deseado, definición de las alternativas posibles para lograr el objetivo, evaluación de cada alternativa conforme a determinados criterios y selección de la solución óptima. Arribar

a dicha solución dependerá de las acciones que se tomen, las que estarán enmarcadas en las condiciones del entorno, los recursos y capacidades de la empresa. La estrategia como plan tiene en parte su fundamento sobre este modelo, y es formulada como resultado de una reflexión consciente y sistemática.

Modelo organizativo: Las organizaciones se estructuran por un conjunto de unidades, donde cada una de las cuales es portadora de intereses y objetivos propios. No obstante, cada subunidad deberá satisfacer los objetivos del nivel superior, constituyéndose asi una jerarquía de objetivos.

Este modelo surge principalmente sobre la base de las ideas de Simón, H. (1983)[19] y su teoría de la racionalidad limitada, al indicar que los directivos limitados por la información insuficiente y su habilidad para utilizarla, en lugar de buscar la decisión ideal, se contentan con aquella que funcione lo mas adecuadamente posible a sus propósitos.

Modelo Político: Parte de considerar diferentes actores, ya sea personas o grupos con intereses y objetivos propios y con diversos grados de poder. Las decisiones, objetivos y estrategias se expresan mediante un juego político, cuyos elementos son las influencias, coaliciones, conflictos, etc. Los cambios de la estructura de poder de los actores y del entorno, y las decisiones son el resultado de la negociación y la confrontación.

Estos y otros modelos más son insuficientes para explicar la realidad de las decisiones estratégicas. Los hay más completos e integrados, como el denominado incrementalismo lógico.

Igualmente existen diferentes enfoques acerca de la formación de estrategias razón por la cual se le dedica un espacio en este capítulo.

Estrategias deliberadas: Bajo este enfoque se arriba a las estrategias mediante procesos formalizados y sistemáticos. Ellas son el resultado de un tratamiento intelectual, racional y lógico que no excluye momentos de creatividad y hasta de intuición y preferencias. En todos los casos las estrategias se formulan intencionadamente y para un periodo determinado.

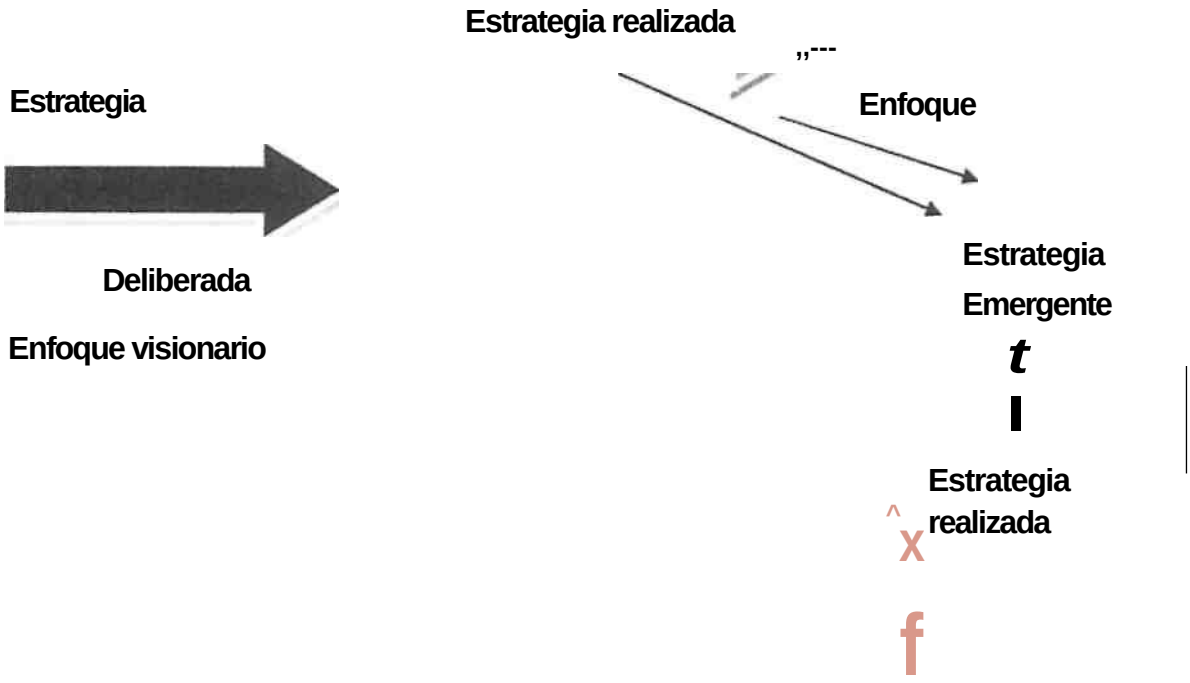
Simón, H.[10], Modelo organizativo,!983.

Un enfoque deliberado supone el empleo de métodos, técnicas analíticas y múltiples herramientas de la planificación estratégica desarrolladas en todos estos años (escenarios, segmentación estratégica, análisis de matrices, fuerzas de la competencia, análisis funcional, cadena de valor, y ventajas competitivas, etc). Como fundamento para el diseño del plan estratégico se realizan estudios y análisis, como pueden ser perspectivas sobre las variables del entorno económico, tecnológico, competitivo, político - legal, la situación y evolución futura del sector, la estimación racional de oportunidades y amenazas, análisis de las ventajas competitivas que se requieren potenciar en correspondencia con los factores claves de éxito, etc.

Estrategias emergentes: Surgen como algo que se va configurando, poco a poco, a partir de muchas decisiones operativas, fruto de las circunstancias y eventos del entorno y de los propios procesos internos. Tales decisiones van identificando corrientes de comportamientos, y la empresa reacciona conforme a cada situación que se presenta, experimenta y trata de interpretar sus mensajes básicos y los comportamientos que se corresponden.

Una organización puede contar con una estrategia dominante conformada deliberadamente, pero a causa de factores internos o externos se pueden ir configurando estrategias emergentes que modifican la trayectoria iniciaimente concebida. Los nuevos acontecimientos que surgen en el entorno pueden originar el abandono de estrategias diseñadas o a su revisión, apareciendo entonces nuevas estrategias emergentes.

Enfoque visionario: Hay quienes manifiestan que este enfoque es una forma más flexible de enfrentarse a un mundo lleno de incertidumbre, enfatizándose en que la visión fija las líneas maestras de la estrategia, y deja los detalles para que posteriormente se especifiquen.



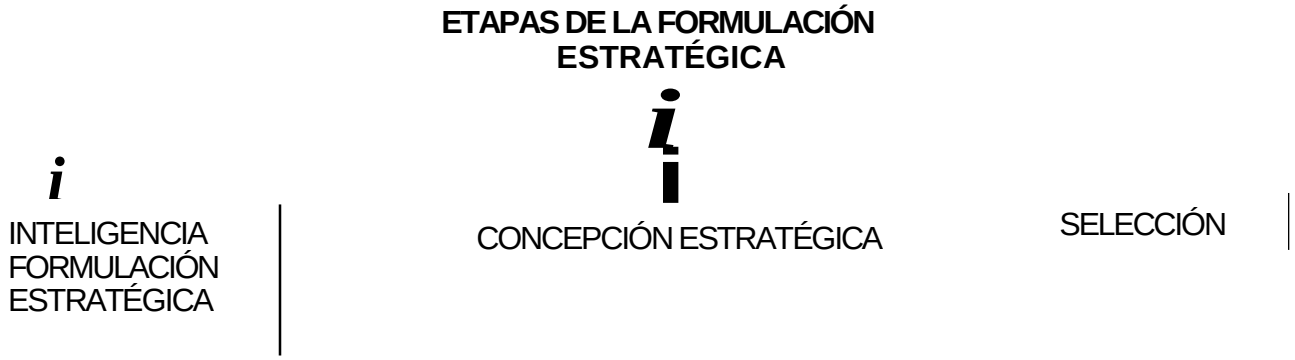
Fuente: Formulación Estratégica, un enfoque para directivos

Figura N° 4: Formación de la estrategia

1.5. Formulación Estratégica

La formulación estratégica constituye el planteamiento de planeación estratégica, y conjuga, en su concepción más amplia, las aspiraciones de la alta dirección, las oportunidades y amenazas del entorno y las capacidades internas de la empresa.

Desde el punto de vista clásico, comprende tres grandes etapas:



Fuente: Formulación Estratégica, un enfoque para directivos

Figura N° 5: Formulación Estratégica

Pero, existe un enfoque de dirección estratégica integral que abarca y explica más detalladamente como se puede realizar un diagnóstico estratégico de una empresa.

«

Para una mejor comprensión de la utilización de este enfoque estratégico, se realiza el siguiente gráfico:

*

o

o

DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO

Análisis del entorno

Actual y Futuro

. Macro entorno

Análisis de las fuerzas de la competencia

. Análisis de los competidores

.Análisis de los factores claves de éxito

. Oportunidades y amenazas

Análisis del interno

. Análisis funciona!

. Perfil estratégico

. Análisis de cadena de valor

. Identificación de capacidades distintas que deciden ventajas

. Fortalezas y debilidades

Cultura, Profesión,

Principios empresariales

VISIÓN, MISIÓN, Objetivos generales, Estratégicos en áreas de

resultados claves.

Factores culturales, Sociopolíticos, Organizacionales, Técnico-Económico,

Expectativas de actores, Internos - y externos,

Negociaciones,

Análisis de

las estrategias actuales

Determinación de ia brecha estratégica

Formulación de las estrategias, evaluación y selección

-Impiementación: programas, planes, políticas, presupuestos. - Evaluación y control del avance

Fuente: Formulación Estratégica, un enfoque para directivos
Figura N° 6: Diagnóstico Estratégico

Existe un modelo de dirección estratégica equilibrado actual, que según el autor R. Gárciga "1999, presenta un conjunto de componentes principales, tales como:

La cultura: En este modelo se refiere ai conjunto de creencias, principios, sentimientos, emociones, que se expresan mediante comportamientos, actitudes, formas de relacionarse, en síntesis, en valores que subyacen en la vida cotidiana de la empresa.

Principios Empresariales: Son aquellos puntos iniciales que se toman en cuenta para el desarrollo adecuado de la empresa.

Misión: Es la razón de ser de la empresa.

Diagnóstico Estratégico: Es un proceso que permite visualizar la imagen interna y extema de la empresa.

Visión: Es la meta a donde se quiere llegar a largo plazo en la empresa.

Objetivos Estratégicos: Son los resultados globales que la empresa pretende alcanzar para materializar la Misión y la Visón.

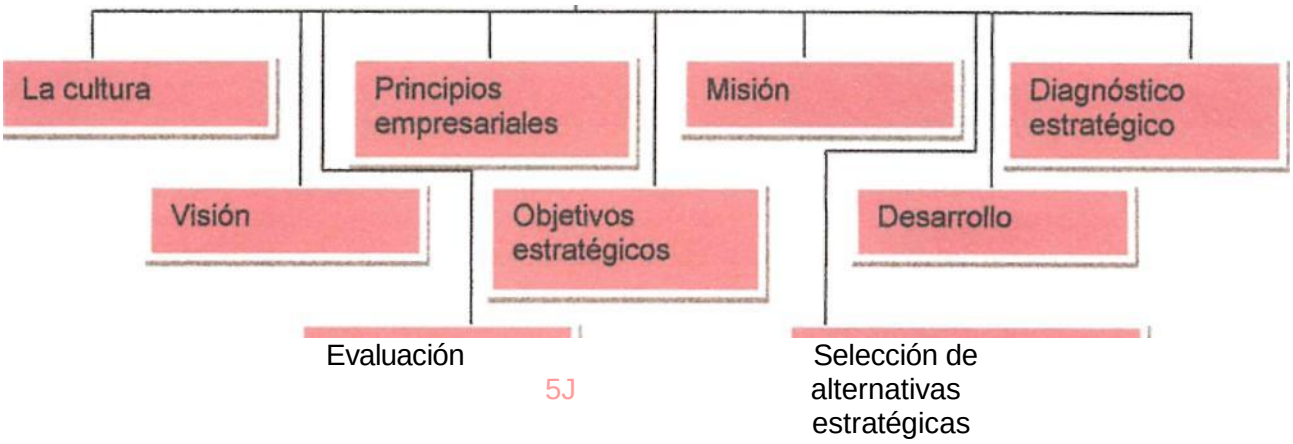
Desarrollo: Es el desenvolvimiento de la empresa en correspondencia con el tiempo.

Evaluación: Es el seguimiento continuo del desenvolvimiento de la empresa para poder conocer en que se está fallando.

Selección de attemativas estratégicas: Es escoger entre varias alternativas estratégicas la que mejor pueda encarar a la empresa.

R. Gárciga[20], Componentes principales del modelo de dirección estratégica equilibrado actual.

COMPONENTES PRINCIPALES DEL MODELO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA EQUILIBRADO ACTUAL



Fuente: Formulación Estratégica, un enfoque para directivos

Figura N° 7: Componentes Principales del Modelo de Dirección Estratégica Equilibrado Actual

Toda estrategia se formula en diferentes niveles y dentro de estos se encuentran incluidos todos los miembros de la empresa como tal.

Los niveles son:
Estrategia corporativa global: Establece el propósito y alcance de la empresa. Su definición incluye dos decisiones trascendentales. La primera, tiene que ver con la Misión de la Empresa y la segunda, con la Definición del Negocio al que ¡a empresa se dedica.

U.E.N.: Es una unidad u órgano empresarial, compuesta por uno o más productos muy determinados, que tienen un mercado básico común, muy delimitado, al frente de la cual hay un manager o directivo que tiene la responsabilidad de integrar todas las funciones, mediante una estrategia, frente a uno o varios competidores identificables.

Las características que se derivan de esta definición son pues:

- Una misión única y diferenciada.
- Unos competidores perfectamente identificados

- Un mercado totalmente identificado.
- Control de sus funciones de negocio.

Estrategias funcionales: Se refiere a cómo hay que hacer las cosas, a cómo se deben usar, y aplicar los recursos.

NIVELES DE FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS

PROCESO DE PLANEACIÓN EN TRES CICLOS

Fuente: Formulación Estratégica, un enfoque para directivos

Figura N° 8: Niveles de Formulación de Estrategias

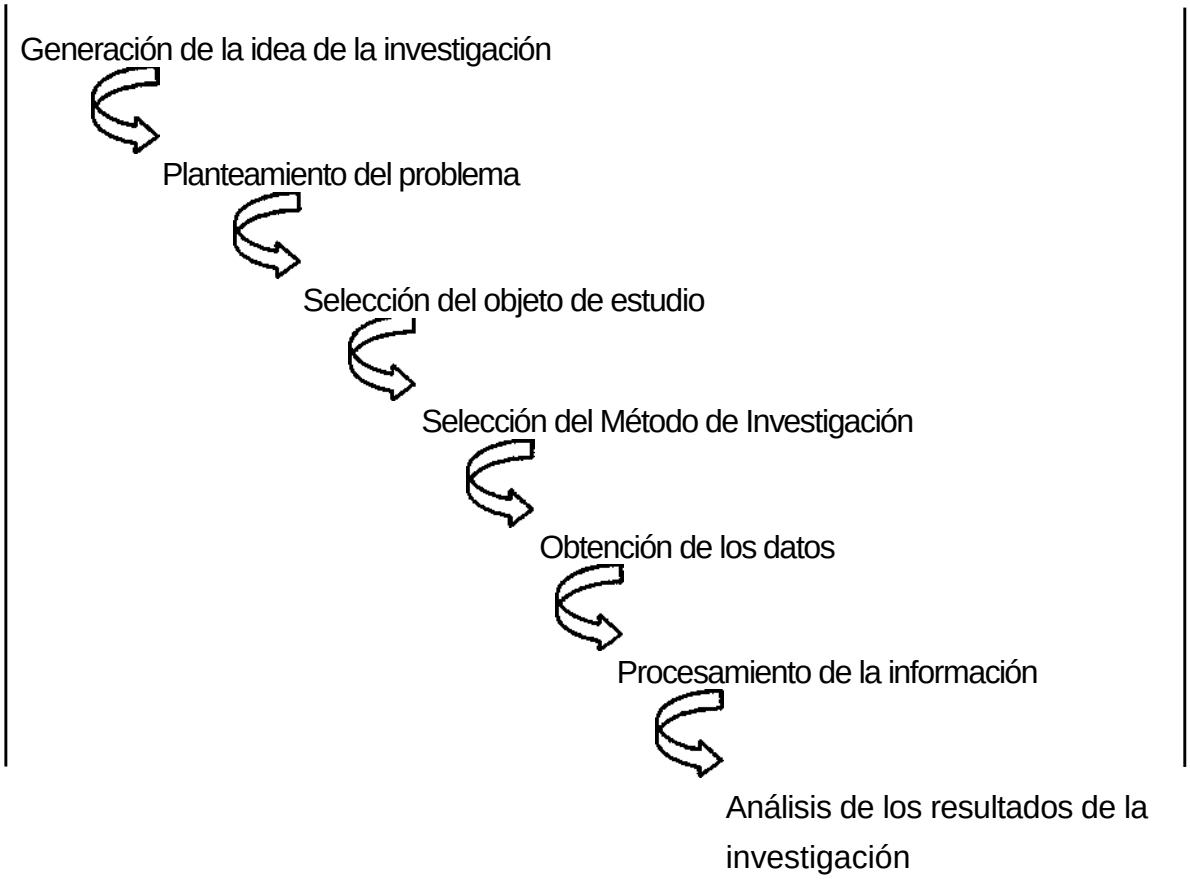
CAPITULO II

PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS

En este trabajo de investigación se da a conocer las herramientas y técnicas a utilizar para el Desarrollo de la Estrategia del Turismo Científico en Pastaza. Por consiguiente, se detalla el modelo de diseño estratégico a seguir para ei cumplimiento del objetivo general formulado.

2.1. El Proceso De Investigación

El proceso de investigación ha llevarse a cabo se desarrolla siguiendo los siguientes pasos:



Fuente: Samplere, R. y colectivo de autores. Metodología de la Investigación. 1998.

Figura N° 9: Pasos del Proceso de Investigación

La idea de la investigación la mayoría de las ocasiones puede provenir de distintas fuentes. Cuando la idea ya se encuentra plasmada, debe traducirse en el problema

que a su vez debe ser preciso, partiendo de una integra revisión bibliográfica. El

problema estructura de forma adecuada la idea de la investigación, toma en cuenta una carencia que necesita ser investigada profundamente y no de manera automática.

Se selecciona el **objeto de estudio.**

La selección del **método de investigación** hace referencia al tipo de investigación que se va a emplear, como también los métodos, procedimientos, técnicas de recogida de información, medición, análisis e interpretación de los datos obtenidos. **La obtención de los datos** comprende la forma de recolectar la información.

En el **procesamiento de la información** se realiza mediante la utilización de pruebas para el análisis de los datos, en correspondencia de las escalas de medición que se requieren para la investigación.

En el **análisis de los resultados** se interpretan y estudian los datos que han sido procesados haciendo una valoración cualitativa y cuantitativa de los mismos.

Cabe recalcar que para el cumplimiento de los objetivos formulados se utiliza los siguientes métodos y técnicas.

Objetivo General:

Modelo de Diseño Estratégico de Eugenio Yáñez.

-Cuestionario
-Observación I -Revisión
de Documentos -Excell

Objetivo Especifico N° 1: Método Análisis - Síntesis.

«j Revisión bibliográfica.

Objetivo Específico N° 2: Matriz FODA, Diagrama Causa - Efecto, Árbol de Problemas, Árbol de Objetivos.

Objetivo Especifico N° 3: Componentes del Modelo como base y guía para la elaboración de la Estrategia e incorporación de valores y sistema de control.

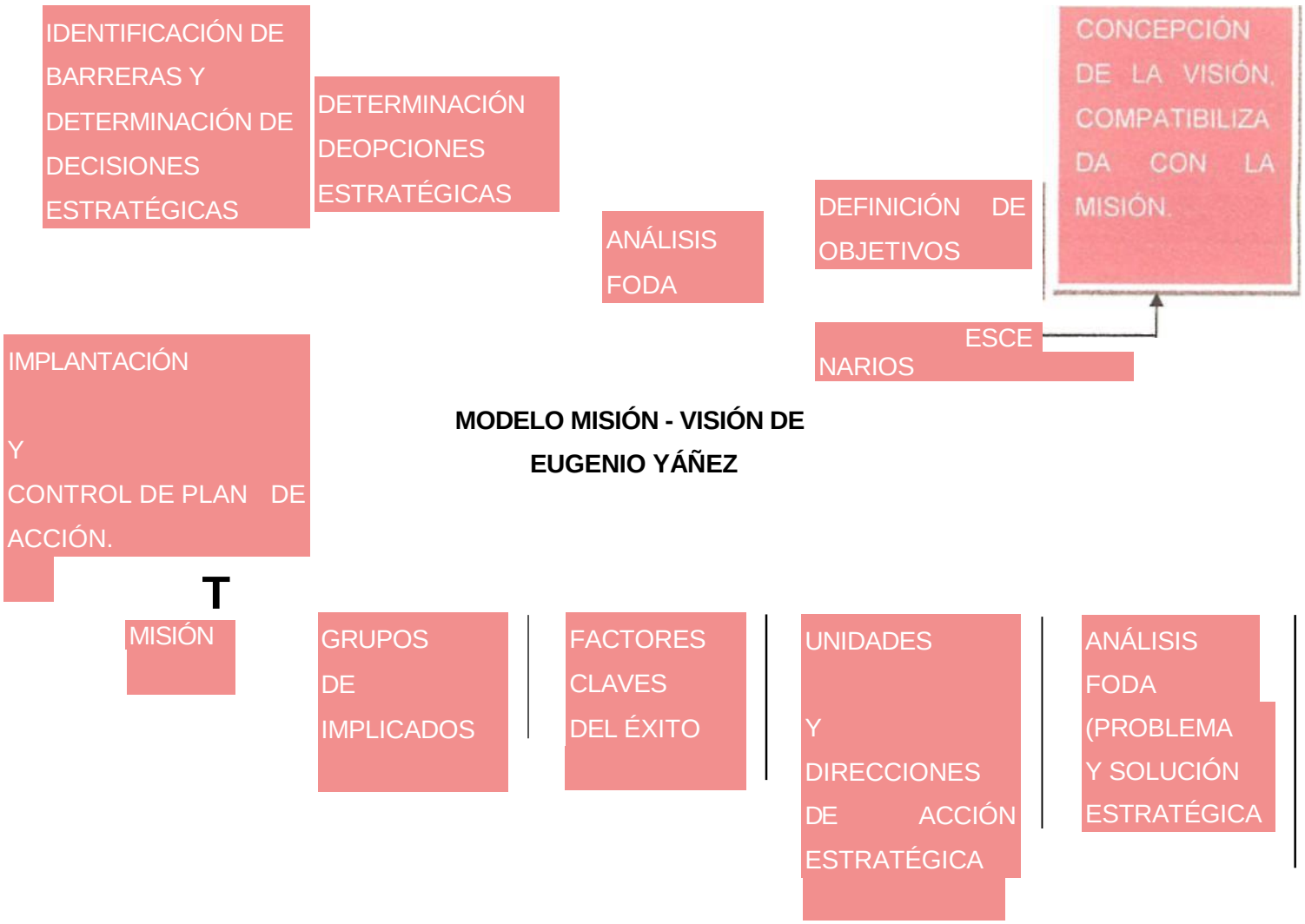
2.2. Modelo para Elaboración de la Estrategia

El modelo para elaborar la Estrategia de Desarrollo del Turismo Científico en Pastaza, es el diseñado por el autor Eugenio Yáñez[21]. Dentro de los diversos y numerosos modelos de planificación estratégica existentes fue escogido éste, debido a la comodidad que ofrece para la recolección de información del tema de estudio, pues resulta de mucha dificultad en el destino turístico a actuar.

Para Eugenio Yáñez el modelo de Misión - **Visión** posee elementos comunes a muchos de los modelos existentes, ya que una organización, institución o empresa no puede diseñar una estrategia para implementaría en sus áreas, sin antes tener fijado prioritariamente su objetivo que constituye a su vez la misión. Por todo lo expuesto, resulta de gran importancia realizar un diagnóstico estratégico que permita proyectarse el contar con un punto de partida para poder proyectar el futuro empresarial y ese aspecto es igualmente común en los modelos de diseño estratégico existentes.

A continuación se presenta el modelo señalado por Yáñez, gráficamente:

Eugenio Yáftez[31], Modelo para elaboración de estrategias.



MODELO MISIÓN - VISIÓN DE EUGENIO YÁÑEZ

Fuente: Elaboración propia

Figura N° 10: Modelo de Estrategia Misión - Visión de Eugenio Yáñez

Se inicia con la determinación de la misión, o sea, la perspectiva que los implicados tienen acerca de lo que ellos, aislados o a través de una organización buscan ser en realidad; debe ser simple, única y englobar los objetivos fundamentales de la organización. El segundo aspecto lo constituyen los grupos implicados, integrados por personas, departamentos, áreas, organizaciones, instituciones, etc., tanto internos como externos de la entidad, que influyen directamente en el cumplimiento de la misión.

Los factores claves son aquellos fenómenos, tendencias o eventos localizados en el entorno, que pueden comprometer el logro de la misión en caso de intensificarse o producirse; la concurrencia de éstos muchas veces constituyen fenómenos aleatorios y pueden definirse además como acontecimientos objetivos. Se determinan las Unidades y Direcciones de Acción Estratégica y el análisis FODA que proporciona la elaboración del Problema y la Solución Estratégica General. Posteriormente se definen

los escenarios positivo, negativo e intermedio, como descripción de los posibles entornos en que funcionará la organización durante el futuro, a mediano plazo, y que ejercerán influencia en su desarrollo; con ello se arriba a la concepción de la visión, compatibilizada con la misión.

Una vez culminado este paso se procede a la definición de objetivos basándose en las unidades de acción, y los sub-objetivos en las direcciones de acción estratégicas; continúa el proceso con un nuevo análisis de la FODA, determinación de opciones Estratégicas, identificación de barreras, determinación de decisiones estratégicas e implantación y control de plan de acción, todo esto se realiza con la finalidad de que al final se cuente con una Estrategia de Desarrollo de Turismo Científico para la Provincia de estudio.

2.2.1. La misión.-. Es la formulación del propósito por el cual existe la institución. La razón de ser de la organización. Es la respuesta a la pregunta: ¿Para qué existimos como institución?. En el proceso de su elaboración deben tenerse en cuenta clientes, productos y mercado.

2.2.2. Valores.- Significación positiva que adquieren los objetos, ideas, etc., para una o otras personas, en correspondencia con sus necesidades y intereses.

- Declaración del valor: Es decir, ¿Qué valores tiene la organización y cuáles debería tener ?.
- Conceptualización del valor Es decir: ¿ Cuál es nuestra definición de ese valor ?.
- Operacionalización del valor: Es decir: ¿ Cómo se comporta alguien que ha asumido ese valor ?.

2.2.3. Grupos de implicados.- Son aquellos grupos de personas cuya actuación puede influir positiva o negativamente en el cumplimiento de la Misión.

2.2.4. Factores claves.- Son fenómenos del entorno que pueden influir positiva o negativamente en el cumplimiento de la Misión. Son cosas que están fuera de la institución, organización o empresa que pueden incidir en la institución.

2.2.5. Unidades y direcciones estratégicas.- Son aquellas actividades dentro de la organización de cuyo desempeño depende el cumplimiento de la Misión. No necesariamente tienen que estar identificadas con las áreas funcionales. En la

bibliografía puede encontrarse indistintamente los términos unidades y direcciones estratégicas pero en ocasiones, las direcciones estratégicas se corresponden con los puntos fundamentales a abarcar dentro de las propias unidades de acción estratégicas.

2.2.6. El Diagnóstico Estratégico.- Para el buen funcionamiento de las empresas se tiene que analizar cuidadosamente el entorno tanto interno como externo.

El análisis del ambiente extemo o macroentorno pretende identificar las amenazas y oportunidades provenientes de factores de fuera de la organización, institución o empresa que influyen en su funcionamiento. Los factores pueden ser de tipo político, económico, social, cultural, etc., los cuales por su naturaleza están fuera del control de la entidad y son cambiantes. Además es necesario considerar las características y particularidades de proveedores o prestadores de servicios similares sean estos públicos o privados y de la demanda de los turistas.

Dicho análisis no se encuentra bajo el control directo de las empresas, por lo tanto, la intención de la dirección estratégica es preparar a la organización para que pueda definir estrategias que permitan a las fortalezas evitar las amenazas y reducir las debilidades, y al mismo tiempo, definir estrategias que utilizan las fortalezas para aprovechar las oportunidades y superar las debilidades aprovechando las oportunidades. Para lograr este propósito, los líderes estratégicos deben identificar y analizar la forma de manifestación de estas fuerzas del macroentorno en relación con la empresa.

Por otro lado, además de dichas fuerzas del entorno externo, existen fuerzas que influyen directamente y afectan poderosamente la planeación estratégica de las actividades de la organización. Esas son las fuerzas del entorno interno o microentorno que pueden ser más fuertes en algunas empresas.

El punto de éxito reside en encontrar una posición estratégica para la organización, donde se pueda aprovechar completamente sus oportunidades y defenderse de sus amenazas, principalmente si el predominio de debilidades se encuentra en la posición interna.

En este apartado, se hace una pausa para dar a conocer que en el modelo original de Eugenio Yáñez, el diagnóstico se realiza únicamente por medio del análisis de la Matriz FODA.

2.2.6.1. Matriz FODA.- Es una de las herramientas esenciales que provee de los insumos necesarios al proceso de planeación estratégica, proporcionando la información necesaria para la implantación de acciones y medidas correctivas y la generación de nuevos o mejores proyectos de mejora.

El proceso de análisis del FODA consiste en sistematizar y analizar las tendencias, fuerzas y fenómenos claves que tienen un potencial impacto en la formulación e implementación de estrategias; los factores económicos, políticos, sociales y culturales representan las influencias del ámbito extemo de la provincia, que inciden positiva o negativamente en el microentorno, pues pueden potencialmente favorecer o poner en riesgo el cumplimiento de la misión.

En consecuencia, en el ambiente extemo se encuentran las oportunidades hechos y tendencias del entorno que pueden beneficiar y apoyar la formulación e implementación de la estrategia; en cambio, las amenazas limitan, dificultan y afectan negativamente en la formulación e implementación de la estrategia; en el ambiente interno se tiene a las fortalezas actividades o atributos internos de una organización, institución o empresa, que contribuyen y apoyan en el logro de los objetivos estratégicos de la empresa y las debilidades inhiben o dificultan el cumplimiento de los objetivos estratégicos.

Resumiendo, las oportunidades y amenazas posibilitan la construcción de escenarios anticipados que permitan reorientar el rumbo. Las fortalezas y debilidades corresponden al ámbito interno, y dentro del proceso de planeación estratégica, se debe realizar el análisis de cuáles son esas fortalezas con las que cuenta y cuáles las debilidades que obstaculizan el cumplimiento de sus objetivos estratégicos.

Así, el proceso de planeación estratégica se considera funcional cuando las debilidades se ven reducidas, las fortalezas son aumentadas, el impacto de las amenazas es considerado y atendido cuidadosamente, y el aprovechamiento de las oportunidades es reunido en el alcance de los objetivos, la misión y la visión de la empresa en cuestión.

Para complementar los resultados obtenidos en la matriz FODA, se propone la utilización de otras técnicas de diagnóstico que pueden arrojar información valedera acerca de la situación que existe en la provincia en la cual se desarrolla el trabajo de investigación.

2.2.6.1.1. Diagrama causa- efecto

Para el Diseño de la Estrategia del Turismo Científico y de forma puntual para el logro de un diagnóstico más completo se utiliza el Diagrama Causa-Efecto o también llamado "Diagrama de Ishikawa" o "Diagrama de Espina de Pescado[0], representación gráfica que muestra la relación cualitativa e hipotética de los diversos factores que pueden contribuir a un efecto o fenómeno determinado.

r

Impacto Visual.- Da a conocer las internaciones entre un efecto y sus tentativas causas de manera clara, precisa y ordenada.

CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES

Capacidad de Comunicación.- Permite conocer las posibles interrelaciones causa-efecto, dando a comprender de una mejor manera el fenómeno de estudio, inclusive en situaciones complejas.

2.2.6.1.2. Árbol de problemas

Es una de las herramientas fundamentales en la planificación, especialmente en proyectos. El análisis del árbol de problemas, llamado también análisis situacional o simplemente análisis de problemas, ayuda a encontrar soluciones a través del mapeo

del problema. Identifica en la vertiente superior, las causas o determinantes y en la vertiente inferior las consecuencias o efectos.

Este método tiene las siguientes ventajas:

- Está relacionado e identifica problemas reales y presentes más que problemas aparentes, futuros o pasados.
- El problema se puede desglosar en proporciones más manejables y definibles. Esto permite, príorizar más claramente en relación a que problema o tema es más importante y esto a su vez, permite enfocar los objetivos haciendo más efectiva su influencia.
- Hay un mayor entendimiento del problema y por lo general, nos interconecta con las causas más contradictorias.
- Identifica los argumentos constitutivos y ayuda a establecer quiénes son los actores políticos y procesos en cada etapa.
- Ayuda a establecer que información adicional, evidencia o recurso se necesita para fundamentar el caso o construir una propuesta de solución convincente.
- Este proceso de análisis frecuentemente ayuda a construir un sentimiento compartido de comprensión, propósito y acción.
- Los problemas de desarrollo identificados en el árbol de problemas se convierten, como soluciones, en objetivos como parte de la etapa inicial de diseñar una respuesta.
- Los objetivos identificados como componentes o productos se convierten en los medios para encarar el problema de desarrollo identificado y proporcionar un instrumento para determinar su impacto de desarrollo.

Esta técnica es utilizada como complemento en el diagnóstico que se realiza para poder elaborar la estrategia de desarrollo del Turismo Científico que ocupa.

2.2.6.1.3. Árbol de objetivos

El propósito es utilizar el árbol de problemas para identificar las posibles soluciones al problema, las cuales podrían ser expresadas como manifestaciones contrarias del mismo. Esto da lugar a la conversión del árbol de problemas en un árbol de objetivos: la secuenaa encadenada de abajo hacia arriba de causas-efectos se transforma en un flujo interdependiente de medios-fines. En un árbol de objetivos:

Los medios fundamentales se especifican en el nivel inferior: constituyen las raíces del árbol.

Los fines se especifican en la parte superior: son las ramas del árbol. Más propiamente son los objetivos del posible proyecto.

El árbol de objetivos es un procedimiento metodológico que permite:

- Describir la situación futura que prevalecerá una vez resueltos ios problemas.
- Identificar y clasificar los objetivos por orden de importancia.
- Visualizar en un diagrama las relaciones medios-fines.

2.2.6.1.4. Criterio de expertos

El criterio de expertos puede ser empleado en varios momentos o fases el proceso ¡nvestigativo, y tomado mediante encuestas o entrevistas, cuya experiencia o opiniones pueden ser de una valiosa contribución.

La búsqueda de criterios de expertos puede contribuir a precisar tanto el problema, objeto, hipótesis como métodos de investigación no solo en lo relativo al objeto de estudio en sí y a la información teórica recogida sino en el proceso y metodología de la investigación.

Durante el proceso de investigación es válido realizar contactos periódicos con los expertos seleccionados a fin de contrastar sus criterios con los avances realizados.

La selección de expertos

- Deben ser cuidadosamente seleccionados.
- Poseer un número limitado como principio de economía de la investigación.
- La selección se hace por lo general de forma intencional (muestra intencional).

Cualidades que deben reunir los expertos

- Ser buenos informadores.

- Ser conocedores del objeto de estudio.
. Poseer dotes de análisis.

Procedimiento de selección de expertos

- Se solicita a los directivos de las ramas del saber que se desean investigar que señalen las personas idóneas por sus cualidades de expertos.
- Debe asegurarse la participación de diferentes niveles e expertos que reflejen diferentes puntos de vista de la experiencia.
- No hay regla sencilla para determinar el número de expertos a ser investigados.

2.2.7. Problema Estratégico General.- Es aquella situación problemática que de no ser resuelta por la organización puede dar al traste el cumplimiento de la Misión. Este parte de los resultado votados por la Matriz FODA donde se príorizan las principales amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas que resultan del cruce en los 4 cuadrantes que conforman la matriz. . Si se agudizan las debilidades y no se maxjmizan las fortalezas, entonces no podrán aprovecharse las oportunidades del entorno ni se disminuirá el efecto de las amenazas existentes.

2.2.8. Solución Estratégica General.- Parte del análisis de las principales fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades resultantes de la matriz FODA con el fin de ofrecer una solución estratégica al problema estratégico de existente.

2.2.9. Escenarios.- Descripción con cierta coherencia de los posibles entornos en que debe funcionar la organización durante un futuro de mediano plazo y que puede ejercer influencia en su comportamiento en forma positiva, negativa o intermedia. Se elabora sobre la base del desenvolvimiento o desarrollo de los factores claves de éxito definidos y las amenazas y oportunidades que existen en el entorno.

2.2.10. Visión estratégica.- Es el estado deseado de la organización, constituye el ideal alcanzable a largo plazo, si en la misión se habla de la calidad, en la visión se aspira a la calidad total, es decir a la excelencia.

2.2.11. Objetivos estratégicos.- Permiten enfocarse en el trabajo de las Unidades y áreas de acción estratégica. Los objetivos constituyen los resultados globales que una organización, institución o empresa espera alcanzar para materializar su misión y

visión. Un objetivo constituye la expresión de un propósito a obtener, es una meta que sirve de guía u orientación.

Ventajas de los objetivos estratégicos:

- Se formulan para aprovechar las oportunidades, evitar las amenazas, impulsar las fortalezas y superar las debilidades.

- Deben contribuir al cumplimiento de la Misión.
- Alcanza niveles más altos de implicación, compromiso y de responsabilidad.
- Aporta componentes más justos para la evolución del desempeño.

2.2.12. Opciones estratégicas.- Se debe siempre tener diferentes opciones estratégicas. La toma de decisiones depende del entorno en el cual se esté desarrollando la empresa donde ya deben estar los diferentes escenarios posibles elaborados.

2.2.13. Identificación de barreras.- Para no impedir el adecuado cumplimiento del objetivo estratégico planteado y los criterios de medida, se debe realizar la identificación de barreras para cada Unidad de Acción Estratégica.

2.2.14. Evaluación y selección de alternativas estratégicas.- Para el análisis de la evaluación se toma en cuenta lo siguiente:

1. Permite entender la importancia y la implicación de cómo cada alternativa aporta para lograr los objetivos.
2. Repercute en la disposición y preparación de la organización para asumir las estrategias en función de sus fortalezas y debilidades.
3. Involucra la evaluación de estrategias y como ello se puede establecer sus riesgos en diferentes condiciones.
4. El impacto que implicaría en diversas aéreas de la empresa y el grado de complementación y sinergias con otras estrategias.
5. Precios y posibilidades reales y potenciales de su ayuda.
6. Las ventajas competitivas deben ser valoradas en la evaluación para saber cuáles de ellas se pueden dar. Por otro lado, existen otros aspectos a valorar: el ajuste para lograr los objetivos y aprovechar las oportunidades; fuerza de los escenarios del entorno y las perspectivas; el equilibrio entre los objetivos estratégicos y elementos con otras estrategias; aprobación de la personas; implantación de otras estrategias y programas que le sirven de soporte, posibilidad de aplicación en relación con los recursos con que cuenta la empresa o el territorio.

2.2.15. Planes de acción.- Son los elementos más operativo de la Dirección Estratégica. Constituyen los planes de trabajo de la Organización y están elaborados para el cumplimiento de los criterios de medida. En el plan de acción se recoge la acción, la fecha de cumplimiento y el responsable de la ejecución.

2.2.16. Sistema de control.- En este trabajo de investigación no aparece como componente del modelo de diseño estratégico escogido; sin embargo, cualquier implementación de estrategia tiene que ser vigilada para poder conocer y exigir el acatamiento de la misma. Es importante determinar los períodos de ejecución de cada acción y cómo se efectuará su control. Indispensable es también precisar los responsables de dicho control.

Se han resumido las ideas fundamentales de los componentes del modelo que se utiliza en la investigación. Pero para llegar a obtener en cada uno de los componentes el resultado necesario, se utilizan un conjunto de técnicas y herramientas que complementan el éxito del resultado de la aplicación del modelo en sí mismo.

2.3. Técnica: El Cuestionario

El cuestionario se define como una forma de encuesta caracterizada por la ausencia del encuestador, lo que obliga a este a manifestar explicaciones que orientan (a forma de encuestar.

Es una técnica de recogida de información que supone un interrogatorio en el que las preguntas establecidas de antemano se plantean siempre en el mismo orden y se formulan con los mismos términos, con el objetivo de que un segundo investigador pueda repetirlo siguiendo los mismos pasos, es decir, tiene un carácter sistemático y puede abarcar aspectos cuantitativos y cualitativos.
En este proyecto de investigación el instrumento que se utilizará para la recogida de datos es el cuestionario, con un conjunto de preguntas relacionadas con el tema que ocupa a la investigación.

El elemento básico del cuestionario son las preguntas. La selección de ellas y su enunciado debe realizarse de forma adecuada para tener garantía de la fiabilidad y recogida de los datos que se necesitan para la investigación.

Los cuestionarios que se emplean se caracterizan por ser estructurados, lo que permite la formalidad y estandarización de las preguntas posibles. En la presente investigación, el cuestionario contendrá un número de preguntas abiertas que se formularán para obtener respuestas expresadas en el propio lenguaje de la persona encuestada.

Si el cuestionario a usarse tiene la validez y la fiabilidad esperada para obtener la información necesaria para el trabajo de investigación, el siguiente paso señalado en el proceso es el muestreo siempre y cuando sea indispensable, de no existir la necesidad de hacerlo se sigue directamente a la aplicación del cuestionario.

El cuestionario a utilizarse se aplica a especialistas, técnicos, directivos y empleados que se dedican al trabajo relacionado con el Turismo Científico en los cuatro cantones de la provincia de Pastaza.

2.4. Etapas de desarrollo de la Investigación en la Provincia de Pastaza

Se propone realizar la investigación en tres etapas:

Etapa I: Introducción.

Etapa II: Implementación de la metodología.

Etapa III: Análisis.

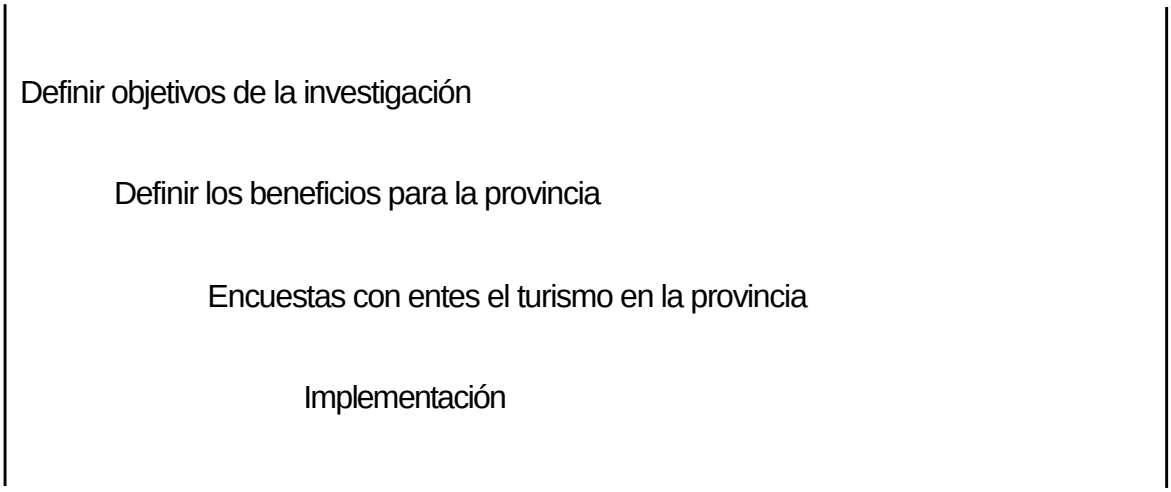
2.4.1. Etapa I Introducción.

Su objetivo fundamental es concentrarse en la creación de un ambiente positivo en la provincia, que permita mantener el interés y la demostración de la necesidad, importancia y beneficios de la Estrategia de Desarrollo del Turismo Científico en Pastaza.

Dentro de la técnica utilizada para lograr este objetivo se encuentra el Cuestionario.

• El cuestionario fue utilizado con el objetivo de recolectar una gran cantidad de datos acerca del tema de estudio.

A continuación se presenta el esquema donde se detallan los pasos a seguir en la primera etapa de la investigación.



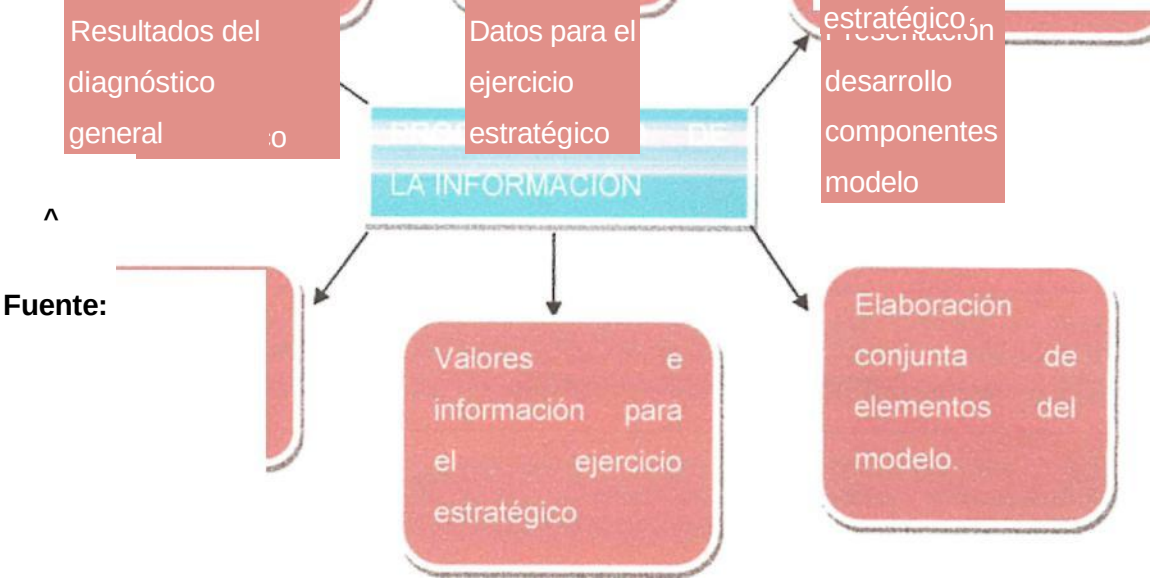
Fuente: Elaboración propia

Figura N° 11: Pasos de la Etapa I

2.4.2. Etapa II Elaboración de la estrategia

En la etapa II se expresan los pasos importantes en el modelo de diseño estratégico presentado anteriormente y que resulta el centro de la investigación en sí. Se elaboran los pasos del modelo empleado y se desarrollan prácticamente cada elemento que lo componen.

En el esquema se muestran cada uno de los pasos seguidos en esta etapa de la investigación:



^

Fuente:

Elaboración propia

Figura N° 12: Pasos de ta Etapa II

2.4.3. Etapa III Elaboración del documento que contiene la estrategia

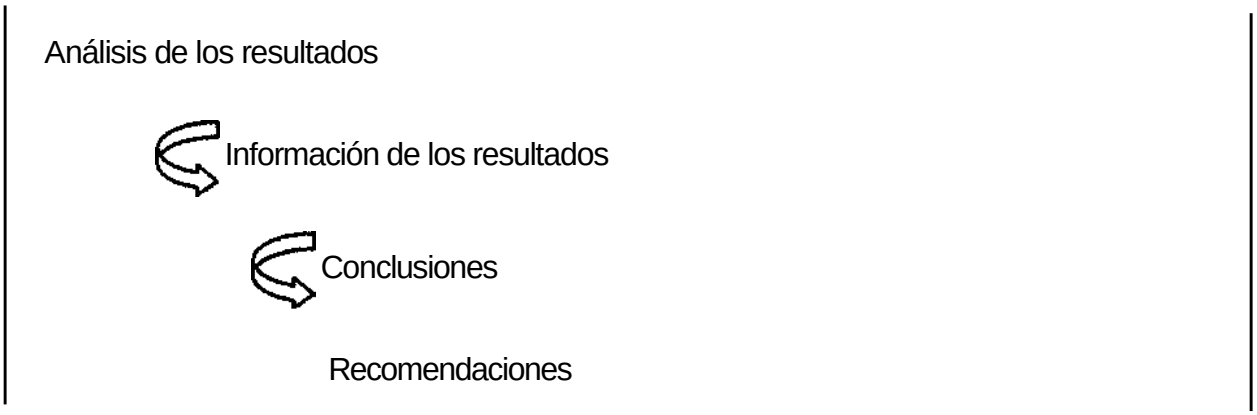
Una vez concluido el procesamiento de información obtenida se procede a formar el documento final y se ejecuta su presentación.

Aquí es donde se procede a construir el documento final que contiene la estrategia conformada y se procede a realizar la presentación de la misma.

Al realizar las conclusiones se exponen la esencia de los resultados obtenidos, en correspondencia con ios objetivos de la investigación, el problema y la hipótesis planteada. Quedan reflejadas de forma destacada las deficiencias fundamentales y las acciones a ejecutar para dar solución a las mismas.

En las recomendaciones se ofrecen argumentos para introducir los resultados a la práctica.

En el presente esquema se muestra cada uno de los pasos que se siguieron en esta etapa:



Fuente: Elaboración propia

Figura N° 13: Pasos de la Etapa III

CAPÍTULO III

ESTRATEGIA DE DESARROLLO DEL TURISMO CIENTÍFICO PARA LA PROVINCIA DE PASTAZA (2009 - 2011)

3.1 El Turismo en Ecuador: Desarrollo del Turismo Científico

Ecuador, en el intento de generar resultados palpables por el crecimiento turístico de los últimos años, siente cada vez más cerca la necesidad de abordar esta actividad como una prioridad efectiva. El valioso y escaso interés del sector privado por sustentar este tipo de actividad, se hace imprescindiblemente necesario, al momento de buscar aliados que apoyen ideas nuevas surgidas desde la realidad nacional.

Las estadísticas del turismo en la República del Ecuador demuestran por sí solas la necesidad de poner mayor atención al tema turístico en el país lo cual puede redundar de manera positiva en la economía del mismo.

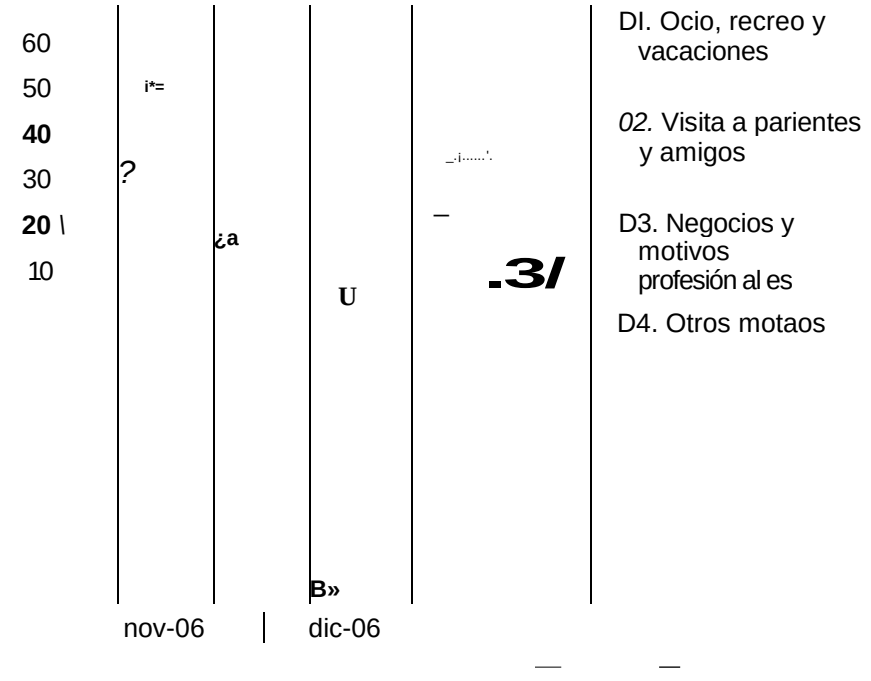
ESTADÍSTICAS TURÍSTICAS DEL ECUADOR

ESTADÍSTICAS DE VISITAS AL ECUADOR AÑO 2006

MOTIVO DE LA VISITA AL ECUADOR

SEGMENTO AEREO

MOTIVO	% nov-06	%dic-06
1.- Ocio, recreo y vacaciones	48,82	51,61
2.- Visita a parientes y amigos	14,84	12,85
3.- Negocias y motivos profesionales	31,83	33,53
4.- Otros motivos	4,51	2,01
TOTAL	100,00	100,00



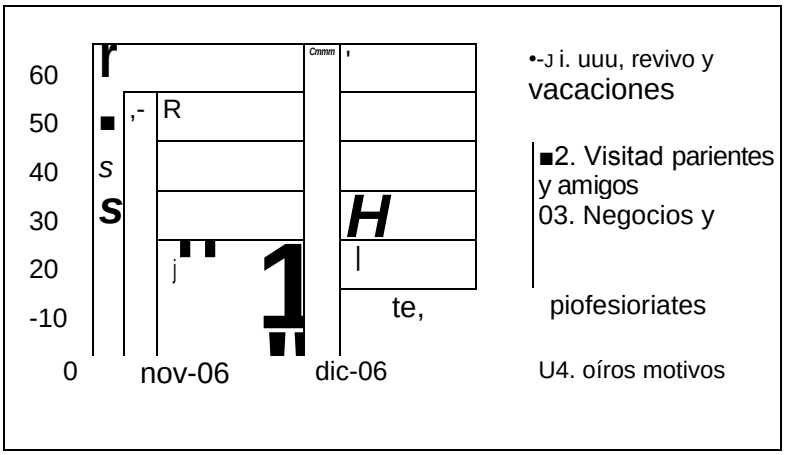
Fuente : Encuestas de Turismo Receptor, Segmento Aéreo Ministerio de Turismo 2006

Figura N° 14: Estadísticas de Visitas al Ecuador año 2006

MOTIVO DE LA VISITA AL ECUADOR

SEGMENTO TERRESTRE

MOTIVO	% nov-06	%dic-06
1.- Ocio, recreo y vacaciones	46,3	56,48
2.-Visita a parientes y amigos	25,31	27,31
3.- Negocios y motivos profesionales	12,96	7,41
4.- Otros motivos	15,43	8,6
TOTAL	100,00	100,00



Fuente: Encuesta del Turismo Receptor, Segmento Terrestre
Ministerio de Turismo 2006

Figura N° 15: Motivo de la visita al Ecuador, Segmento Terrestre

En Ecuador a partir del año 2006 el Turismo está tomando un auge sorprendente a nivel nacional e internacional, los turistas llegan al país por vía aérea o terrestre con mayor preponderancia a realizar actividades como: ocio, recreo y vacaciones, visita a parientes y amigos, negocios y motivos profesionales, otros.

Las actividades mencionadas han sido analizadas porcentualmente, dando como resultado lo acotado en las figuras N° 14 y 15: Estadísticas de Visitas al Ecuador año 2006.

Es por ello que una de las modalidades turísticas que se debe impiementar en el país y en particular en la Región Amazónica por ser rica en recursos naturales y culturales debería ser el Turismo Científico ya que permitiría que nacionales y extranjeros se involucren activamente en el conocimiento.

Una de las provincias que más atractivos turísticos tiene para realizar esta modalidad es Pastaza, donde se debería realizar una planificación, organización, control y ejecución de alguna actividad que enrole dicha modalidad para que forme parte del desarrollo turístico de la localidad y así poder aumentar porcentualmente la visita de turistas al país y también a la provincia.

El Ecuador cuenta con 24 provincias, donde el turismo es una herramienta esencial para alcanzar la equidad y unir al país; ya que ofrece una serie de atractivos turísticos, de incomparable belleza, no solamente por sus características propias y majestuosidad sino también por su bajo grado de alteración. Además, presenta algunas particularidades culturales que si bien aún no están muy difundidas tienen un rico potencial.

En este sentido se debe mencionar la cultura nativa de cada etnia, los centros de investigación e interpretación de la naturaleza, los museos paleontológicos existentes (Museo de la Mitad del Mundo), los patrimonios culturales de la humanidad como son Quito (reconocimiento a la riqueza artística de "Casco Colonial"), Cuenca (Imperio Incaico) y el patrimonio natural de la humanidad Galápagos, que poseen una interesante gama de atractivos culturales y naturales que están sirviendo de base para desarrollar un Turismo Científico en cada una de ellas. No desarrollarlo condenaría a las actuales y futuras generaciones al desaprovechamiento de un recurso genuino que bien administrado podría consolidarse como un verdadero pilar de desarrollo.

Por ello y mucho más, Ecuador es considerado a nivel internacional como un país
H megadiverso y plurícultural, está conformado por cuatro regiones naturales (Costa, Los Andes Galápagos y Amazonia).

En primera instancia se justifica las razones por las que el Turismo Científico se puede desarrollar en cualquier región o mundo del Ecuador.

> **LA COSTA DEL PACÍFICO:** Altos manglares, bosques tropicales y playas paradisíacas, forman la Costa del Pacífico. Tiene playas hermosas e inigualables, de aguas tranquilas y un clima muy acogedor. Aquí se pueden practicar deportes como pesca deportiva, esquí, surfing, regatas y mucho más. Durante el verano (legan a la costa las enormes ballenas jorobadas desde la Antartica. Los artesanos trabajan la paja toquilla o la cerámica, con técnicas heredadas de antaño. Los vestigios de antiguas culturas sobreviven en varías de

sus comunidades. Hay varios museos de sitio que exhiben muestras de restos arqueológicos. Sus reservas ecológicas protegen la naturaleza y las miles de especies que en ellas viven.

- **LOS ANDES:** Extensos territorios naturales y protegidos, montañas, volcanes, lagunas, valles, bosques húmedos y tropicales y gran variedad de animales y plantas. Bellas ciudades con casas, iglesias y parques que mantiene el estilo de hace 400 años, como Quito o Riobamba, que presentan con orgullo su arquitectura colonial, del tiempo cuando los españoles llegaron a nuestras tierras. En sus pueblos, los artesanos trabajan textiles, cuero, madera o mazapán. Y, en honor al sol, a la cosecha o a personajes míticos, aún celebran antiguas tradiciones. Fuera de las ciudades podemos encontrar viejas haciendas coloniales donde podemos descansar y estar en contacto con la naturaleza. Ciclismo de montaña, caminatas, andinismo, pesca, velerísmo o parápente son entre otros los deportes que invitan a realizar aventuras inolvidables.

- **LAS ISLAS GALÁPAGOS:** El archipiélago de Galápagos es uno de los Parques Nacionales más importantes del planeta. Turistas y científicos visitan sus trece islas principales todo el año. Es el lugar donde viven las gigantescas tortugas, iguanas, focas y pingüinos. La mayoría de sus grandes y coloridas aves, son únicas de este lugar, es decir, son endémicas.

  En la isla Santa Cruz, grupos de investigadores trabajan desarrollando proyectos educativos y de cuidado del ambiente. La Reserva marina, es otra de las riquezas del parque, protege las impresionantes especies acuáticas como los tiburones martillo. Las "Islas Encantadas" están consideradas como uno de los siete lugares más espectaculares del mundo para practicar buceo.

En este estudio, la Región que se trata con mayor profundidad es la Región Amazónica o Trasandina.

- **LA SELVA AMAZÓNICA:** En su espesa vegetación se descubren elevaciones que sobrepasan los cinco mil metros de altura, y que albergan simpáticos animales que viven entre laberintos de bosques. Desde Puyo, Tena, Coca, Macas o Nueva

Loja, se pueden conocer los secretos de la selva: Reservas Ecológicas con especies multicolores y las costumbres ancestrales de etnias (grupos de personas que habitan en una determinada región) que mantiene su propia cultura. La Amazonia a nivel mundial es considerada como el pulmón de mundo por ser rica en recursos naturales y culturales, lo que le permite ser parte del auge de cualquier modalidad turística, es por ello que los turistas con tendencia al turismo científico pueden visitar las 6 provincias que forman parte de esta inigualable Región, estás son: Sucumbíos, Zamora Chinchipe, Ñapo, Orellana, Morona Santiago y Pastaza.

a. SUCUMBÍOS

> Provincia amazónica que limita con Colombia y Perú.
> Reconocida por las grandes reservas y por ser zona hidrocarburífera del pais.
> En ella se encuentran la Reserva Faunística Cuyabeno, la Reserva Biológica Limoncocha, Reserva Cayambe Coca.
> Su capital es Nueva Loja y sus cantones son: Sucumbíos, Cáscales, Cuyabeno, Gonzalo Pizarra, Lago Agrio, Putumayo y Shushufindi.
> Se puede visitar a los Cofanes, Siona, Secoya, Kichwa, que son nacionalidades que viven en armonía con la selva. Se puede hacer Turismo Científico, Comunitario, de Aventura y degustar platos con sazón amazónica como la uchumanga, zarapatoca, el cazave, etc.
> Las artesanías, las costumbres y tradiciones de las nacionalidades Cofán, kichwa, Siona, Secoya, Shuar, constituyen un importante atractivo para ios turistas. Principales atractivos turísticos Cáscales: Comunidad Shayari, Puente del Suizo, Ruta del cacao de Cáscales Cuyabeno: Laguna de Caimancocha, Comunidad Cofán de Zábalo, Laguna Grande, Reserva Faunística Cuyabeno, Río Cuyabeno. Gonzalo Pizanro: Comunidades Dashino, Panayacu, Sinangué, las Pizarras, Ríos Dué, Tigre, Volcán Reventador, Cascada San Rafael.

b. ZAMORA CHINCHIPE

> Provincia exuberante que seduce con naturaleza espléndida y paisaje espectacular. Con más de trescientos cincuenta especies de aves constituye una de las mejores rutas del país para la observación de aves.

> En esta provincia podemos disfrutar de variada flora y fauna que conjuga su belleza con hermosos velos de caídas de agua que son sus atractivas cascadas, rutas y senderos, pueden permitir adentrarse en la selva así como también tomar canoas para llegar a visitar en el centro mismo de una exuberante vegetación.
> Su capital es Zamora y sus cantones son: Zamora, Chinchipe, Nangaritza, Yacuambi, Yantzaza, El Pangui, Centinela del Cóndor, Palanda y Paquisha.
> El turista puede disfrutar de turismo de aventura, familiar, distrayéndose con la pesca deportiva, degustando una deliciosa gastronomía y aún más disfrutar de clima frío y cálido húmedo.
> La sola posibilidad de estar en íntimo contacto con la naturaleza, legitima el valor de este destino, las opciones: observación de aves, ciclismo de montaña, navegación en bote, trekking, visita a comunidades indígenas, compra de artesanías, etc. Parque Nacional Podocarpus reconocido mundialmente por su biodiversidad, constituye un laboratorio para la ciencia y un recurso de indiscutible jerarquía para el turismo, ideal para prácticas ecoturísticas, una característica sobresaliente es su accesibilidad que garantiza ampliamente la posibilidad de visitarlo sin mayores requerimientos.

c. **ÑAPO**

> En esta provincia se practica los deportes extremos como: Kayak - Rafting y otros visitan a los Kichwas en las comunidades, comparten sus danzas, comida típica y pasean en canoa.
> Su capital es Tena y sus cantones son: Tena, Archidona, El Chaco, Carlos Julio Arosemena Tola y Quijos.
> Son muy visitadas las playas de Misahuaili, Cavernas de Jumandy y además existen el Parque Nacional Zumaco Ñapo Galeras, declarado Reserva de la Biosfera y la Reserva ecológica Cayambe Coca.
> Su gastronomía y servicios turísticos son buenos, se puede comprar variada artesanía.
> Sus atractivos turísticos son: Cascada San Rafael, Termas y Lagunas de Papallacta, Puerto Misahuaili, Cavernas Jumandy, Parque la Isla, Río Jatunyacu, turismo comunitario dentro de la Red Ricancie (10 comunidades). Áreas Naturales: Reserva de la Biosfera Gran Zumaco; Parque Nacional Cayambe Coca, Parque Nacional Zumaco Ñapo- Galeras. Parque Nacional Llanganates.

d. ORELLANA

> Provincia joven y muy visitada por el Parque Nacional Yasuní, que fue declarado por la UNESCO, Reserva Mundial de la Biosfera.
> Su capital es Francisco de Orellana y sus cantones son: Orellana, Aguaríco, Joya de los Sachas y Loreto.
> En esta provincia viven las nacionalidades: Huaorani, Kichwa y colonos que basan su economía en la actividad petrolera.
> Se puede degustar de gastronomía étnica vanada, y es propicia para el turismo familiar, de aventura y científico.
> Los principales atractivos que se puede visitar en la provincia de Orellana son: La isla Sani, Complejo Turístico de Pasohurco, Cavernas de Tugshiyacu, Cascada el Manto de la Dama, Cascada el Nido de las Loras, Cascada El Refugio de los Loros, Rancho ojo de Agua, Balneario Yanayacu, Lago San Pedro, Cascada de las Conchas, Museo Arqueológico CICAME, Feria Indígena, Laguna de Añango, Saladero de Aves Añango.

e. MORONA SANTIAGO

> En esta provincia se puede visitar y recorrer el Parque Nacional Sangay, Parque Binacional del Cóndor, Bosque Protector Kutuku - Shaime, con sus encantadores escenarios, y cuna de la diversidad de flora y fauna, en su territorio viven los Shuar, Achuar, Macábeos, todos ellos con una cosmovisión muy particular y única.
> Su capital es Macas y sus cantones son: Morona, Palora, Huamboya, Pablo Sexto, San Juan Bosco, Sucúa, Logroño, Limón Indanza, Santiago de Méndez, Gualaquiza, Tiwintza, y Taisha.
> Se puede llegar hacia la zona sur y centro, como al norte de la Amazonia cruzando hermosos parajes de selva húmeda tropical, y llegar al Perú en embarcaciones por el Río Morona y tener acceso hasta el Brasil.
> En su territorio se práctica el turismo comunitario, aventura, deportes extremos, científico, y familiar.
> Sus atractivos turísticos que permiten poder realizar la modalidad de turismo científico son: Catedral de la Purísima de Macas, Miasal, Cueva de los Tayos, Valle del Upano, Parque Nacional Sangay, Cerro Pan de Azúcar, Parques lineales en Gualaquiza. Áreas Naturales: Parque Nacional Sangay, Proyector Cóndor,

Cordillera del Cutucü, Bosque Protector del Kutukú, Shaimi, Río Blanco, Jima. Gastronomía: Maytos o Ayampacos de pollo, Tamales de Yuca, Guayusa. Nacionalidades: ShuarAchuar.

En el presente trabajo de investigación la Provincia de Pastaza constituye el centro de estudio, por ser el territorio más extenso del país y poseer atributos que son potenciales para el Desarrollo del Turismo Científico.

PASTAZA:

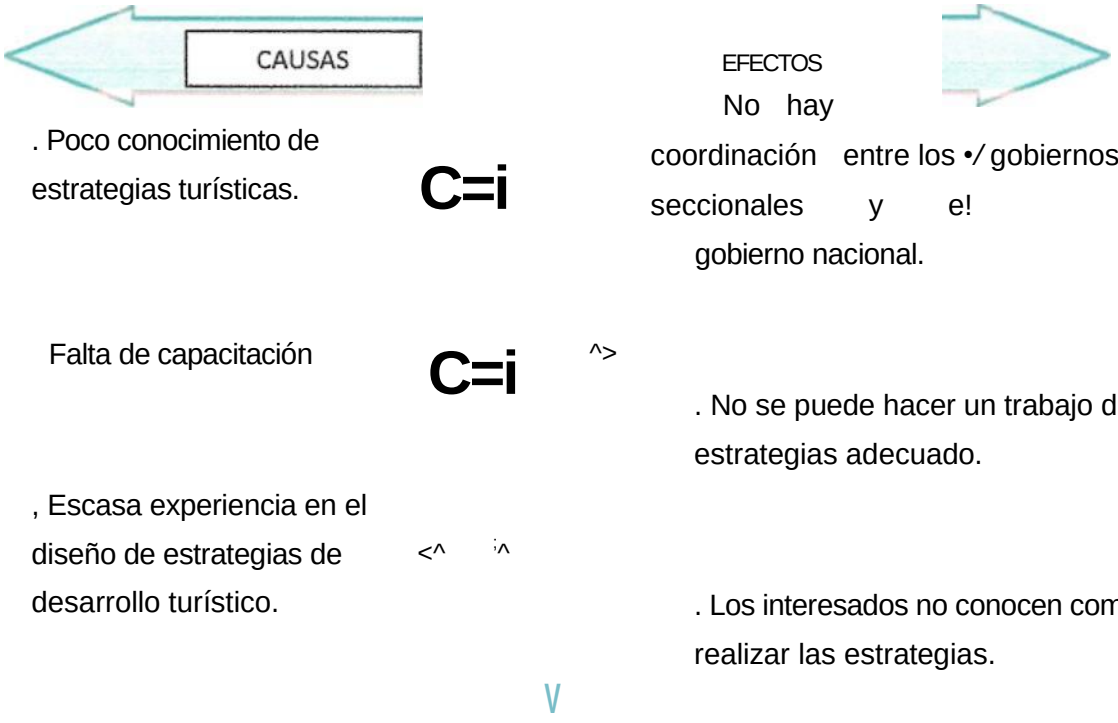
- > Provincia turística con varios atractivos aptos para turismo familiar, comunitario, agroturismo.
- > Se puede visitar cascadas, cavernas, zoocriaderos, realizar paseos en la selva, o baños refrescantes en toboganes, balnearios, etc.
- > Su capital es Puyo y sus cantones son: Pastaza, Arajuno, Santa Clara, y Mera, es la provincia más grande del país.
- > En la gastronomía se puede degustar de variados platos, como cebiche volquetero, de caracol, maytos de pescado, etc.
- > Es escenario propicio para rafting, tubbing, canopy, rapel, enfocándose deportes extremos y de aventura.
- > Pastaza tiene 7 nacionalidades: Kichwa, Huaorani, Zapara, Achuar, Shuar, Andoas y Shiwiar.
- > En la ciudad del Puyo se puede visitar el Orquidiario Lolita Guzmán que se encuentra ubicado en la planta baja del Municipio, allí se exhiben más de 100 especies de orquídeas y plantas amazónicas; sus peculiares formas, colores y aromas atraen a los turistas.
- > A tres kilómetros al sureste de la ciudad de Puyo se localiza el Centro de Rescate de Flora Amazónica y el Jardín Botánico Las Orquídeas, en un espacio de siete hectáreas se puede observar una gran diversidad de orquídeas, bromeiias, heliconias, árboles maderables, medicinales y ornamentales.
- > Se puede visitar el Parque Botánico Omaere, que significa: Naturaleza de la Selva y el Parque Real de Aves Exóticas así como el refugio de Vida Silvestre Yanacocha.
- > Los turistas puede disfrutar del balneario Piatúa, tanto como descansar en la Finca Don Ñapo localizado en el cantón Santa Clara, a una hora de la ciudad de Puyo,

Por todo lo acotado anteriormente, se concluye que el Turismo Científico como modalidad turística en el Ecuador dentro de la Región Amazónica en la Provincia de Pastaza no se ha desarrollado hasta el momento en ninguno de los 4 Cantones del territorio.

3.2. Diagnóstico preliminar.

Según lo explicado en e! capítulo anterior del presente trabajo; como complemento de la Matriz FODA para realizar el diagnóstico dentro del modelo de diseño estratégico que se utiliza, se emplea el diagrama causa - efecto, ei árbol de problemas, el árbol de objetivos y el criterio de expertos. Los resultados alcanzados se reflejan a continuación.

DIAGRAMA CAUSA - EFECTO



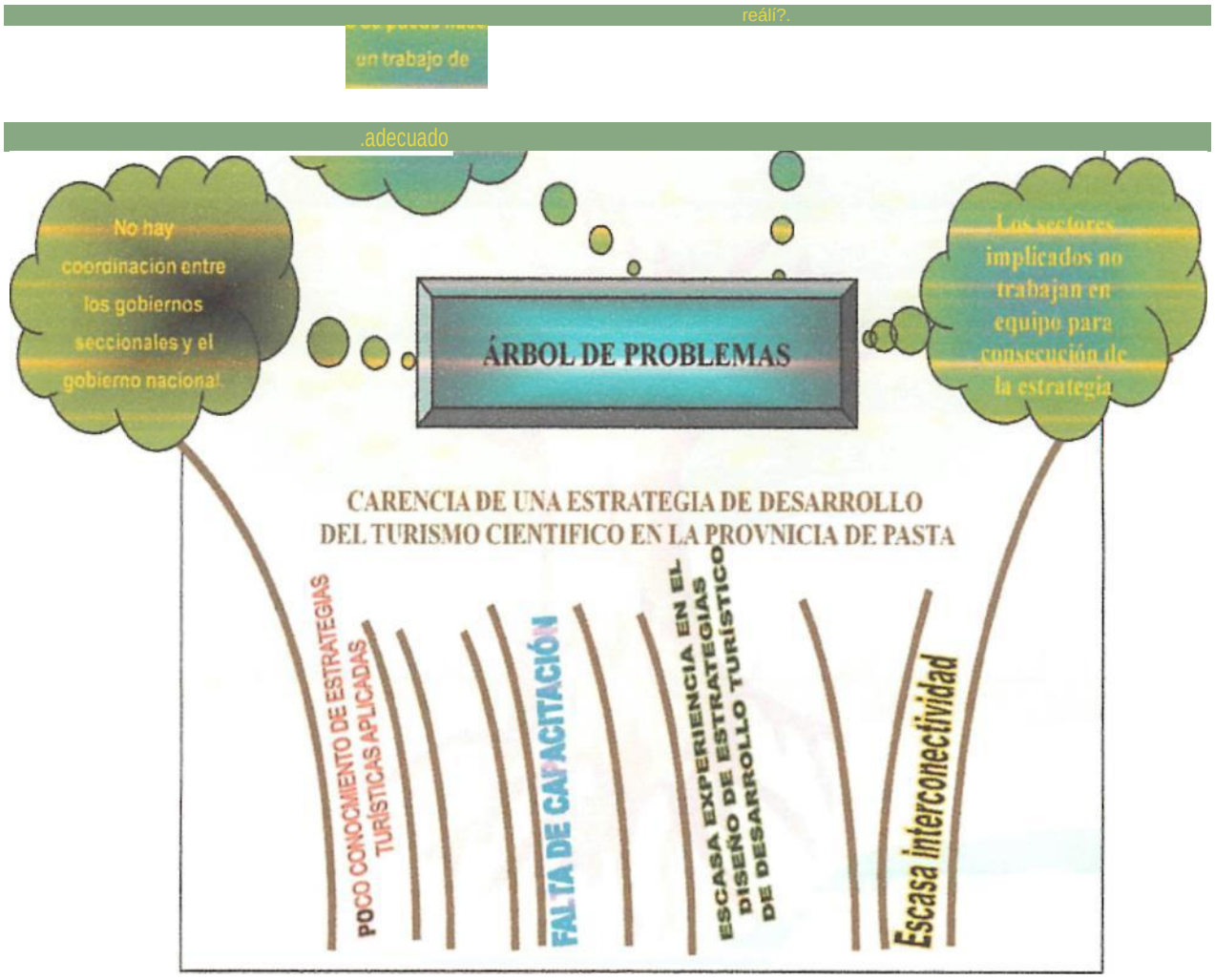
Fuente: Elaboración propia Figura N°

16: Diagrama Causa - Efecto

El gráfico expuesto es el resultado obtenido de la recopilación de datos realizada a especialistas en el tema turístico, de donde surgen las posibles causas y efectos, que

conllevan a la CARENCIA DE UNA ESTRATEGIA DE DESARROLLO DEL TURISMO CIENTÍFICO EN LA PROVINCIA DE PASTAZA.

ÁRBOL DE PROBLEMAS

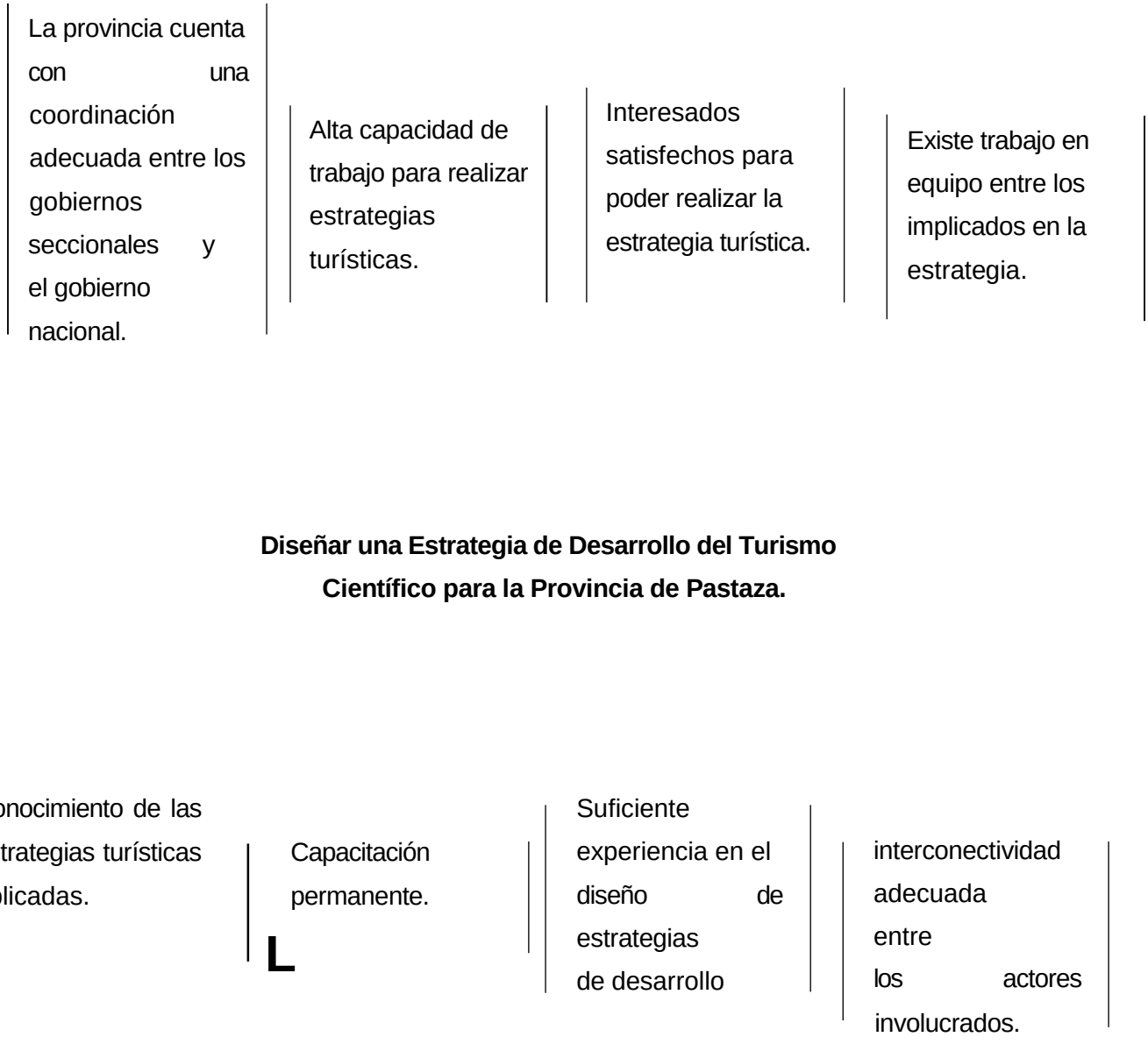


Fuente: Elaboración propia

Figura N° 17: Árbol de Problemas

El árbol de problemas con sus respectivas causas y efectos se realiza tomando como datos la información recopilada en la aplicación del cuestionario, con el fin de poder complementar el diagnóstico estratégico utilizado en el trabajo de investigación.

Para tener un bosquejo más exacto del problema a solucionar con e! Diseño de una Estrategia de Desarrollo del Turismo Científico, se elabora el árbol de objetivos.



Fuente: Recopilación propia

Figura N° 18: Árbol de Objetivos

Tomando como base el árbol de problemas se puede realizar el árbol de objetivos que se aplica a partir del análisis profundo realizado a las causas y efectos expuestos en el gráfico N° 17, para poder saber que objetivos resultan adecuados para superar las causas y los efectos mencionados.

Continuando la lógica de las etapas y los pasos de la investigación, se muestran a continuación los resultados de la elaboración de la Estrategia de Desarrollo del Turismo Científico para la Provincia Pastaza; siguiendo el modelo de diseño estratégico seleccionado y explicado anteriormente.

3.3. Resultados de la Elaboración de la Estrategia de Desarrollo del Turismo Científico para la Provincia de Pastaza

La necesidad de Diseñar una Estrategia de Desarrollo de Turismo Científico para la Provincia de Pastaza, surge a partir de una investigación bibliográfica, de campo y observación, realizada por miembros de la Universidad Estatal Amazónica especializados en el ámbito turístico, que al palpar que las modalidades turísticas existentes en la Provincia no cuentan con Estrategias de Desarrollo Turístico buscan la manera de contactarse con los Gobiernos Seccionales de tumo y la Gerencia Regional Amazónica con la finalidad de trabajar mancomunadamente en un proyecto integral de Estrategias Turísticas para la localidad.

Es por ello, que uno de los aportes de la Universidad Estatal Amazónica en cohesión con los estudiantes de Ingeniería en Turismo, es realizar sus tesis de grado en referencia al Diseño de Estrategias para la Provincia y las distintas modalidades turísticas.

En este caso, el título de tesis es: Diseño de una Estrategia de Desarrollo de Turismo Científico para la Provincia de Pastaza, que ayuda a:

- Fomentar mayor fuentes de empleo.
- Tener mejor infraestructura turística en la localidad.
- Aumentar la necesidad de insumos.
- Realizar convenios con distintos entidades y proveedores.
- Dinamizar la economía, entre otros.

Misión

Contribuir al Desarrollo del Turismo Científico en la Provincia de Pastaza, a través del diseño de una estrategia, que servirá de base para difundir la riqueza natural y cultural a turistas nacionales e internacionales interesados en abrir sus fronteras de investigación, mediante una gama de productos variados e integrales dentro de la modalidad, dinamizando la economía del sector.

Valores Compartidos

Profesionalismo: Ofrecer a los clientes productos y servicios que den respuesta a sus expectativas, sorprendiéndolo con un servicio personalizado, amable y cortés que evidencie las competencias, así como ofrecerles una satisfactoria relación calidad-precio.

Trabajo en equipo: Implicación de todos los empleados en la consecución de los objetivos y en la resolución de problemas, mostrando interés por todas las aportaciones y haciendo de la colaboración un sólido fundamento para la excelencia.

Sosten ibilidad: Respetar la autenticidad sociocuftural de las comunidades anfitríonas, haciendo uso óptimo de los recursos naturales, alcanzando viabilidad económica y repartiendo equitativamente los beneficios.

Sentido de pertenecía: Formar un equipo, sintiéndose miembro del mismo y esforzándose en hacer que los compañeros, jefes y subordinados se sientan así también.

Compromiso con la estrategia: Actuar sistemáticamente de acuerdo a los valores, objetivos y directrices de la planeador) estratégica.

Visión

El Turismo Científico en la Provincia de Pastaza, para el año 2011 será un turismo rentable que permite alcanzar una imagen y un posicionamiento competitivo a nivel nacional e internacional, con un servicio personalizado para el turista interesado en enriquecer su intelecto, esto mediante la capacitación, motivación y compromiso con la estrategia por parte del personal que labora contribuyendo al desarrollo de esta modalidad de turismo.

Se apoya en la educación de turistas o viajeros integrales; respetuosos de las normativas existentes, del ambiente y la diversidad cultural, que sepan valorar el patrimonio natural y

cultural local y nacional, con sentido de pertenencia a la localidad y al país, todo esto dentro de una comunidad que busca mejorar su calidad de vida.

Grupos de implicados

Internos

- Gerencia Regional Amazónica de Turismo
- Cámara de Turismo de Pastaza
- Gestores Turísticos
- Turistas
- Juntas Parroquiales
- Fundaciones
- Universidad Estatal Amazónica

Extemos

- Concejo Provincial de Pastaza
- Gobiernos Municipales de la Provincia
- Ministerio del Turismo de Ecuador
- Proveedores
- Universidades del Ecuador
- Prestadores turísticos nacionales e intemacionales
- Ministerio de Ambiente

Factores claves

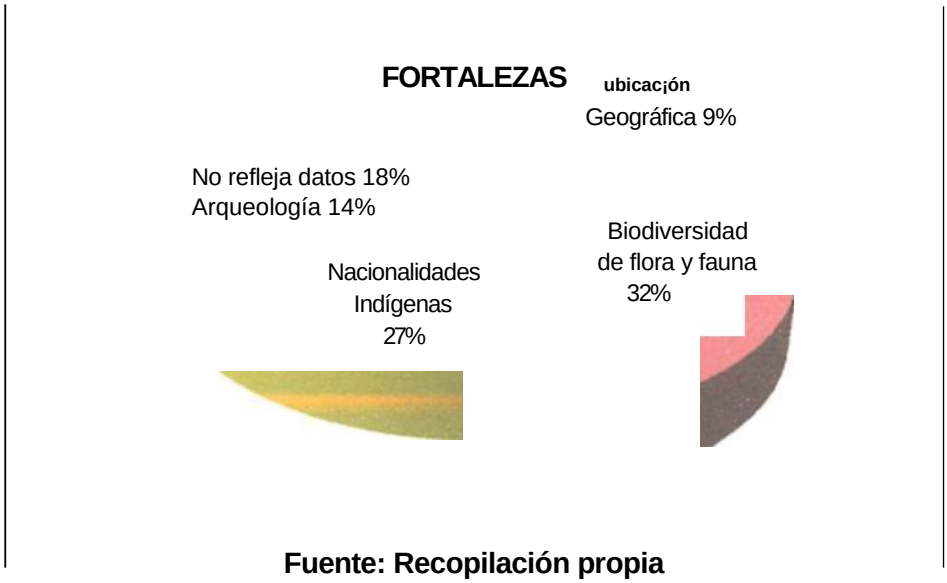
- Competencia en el sector turístico.
- Regulaciones del turismo.
- Situación ambiental.
- Situación económica a nivel mundial.
- La política interna y extema.
- Precio de la materia prima.
- El clima.

Matriz **FODA**

Los elementos que componen la Matriz FODA (fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades) se obtuvieron a partir de cuestionarios aplicados a gestores turísticos, especialistas y directivos de instituciones públicas y privadas involucrados con el Turismo Científico. (Ver Anexo **N°1)**

PROCESAMIENTO DE DATOS DEL CUESTIONARIO APLICADO

FORTALEZAS	PORCENTAJE	PERSONAS
Ubicación Geográfica	**9%**	**2**
Biodiversidad de flora y fauna	**32%**	**7**
Nacionalidades Indígenas	**27%**	**6 3**
Arqueología	**14%**	**4**
No refleja datos	**18%**	



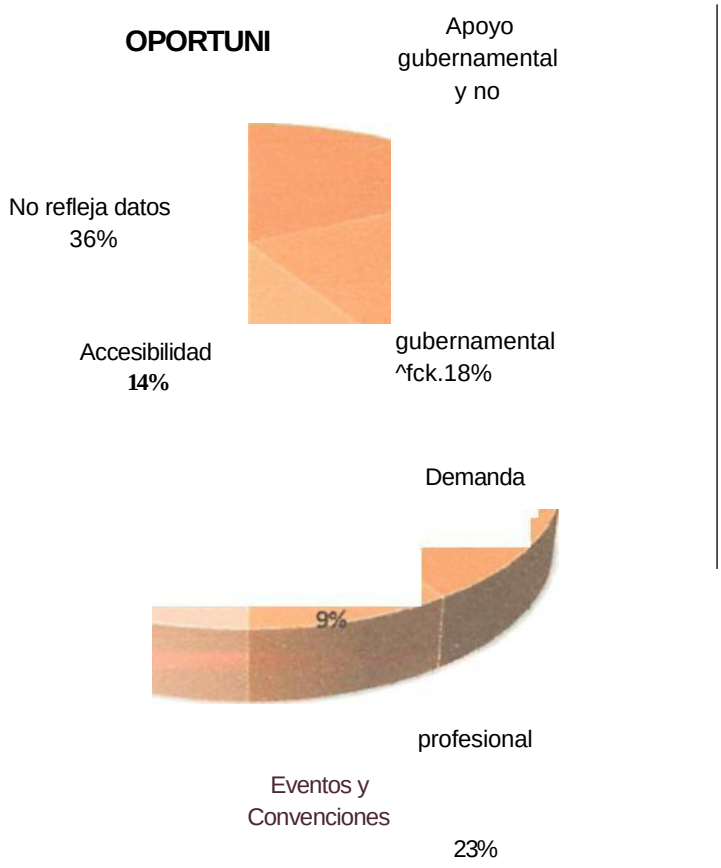
Fuente: Recopilación propia

Figura N° 19: Fortalezas

En el pastel de fortalezas realizado se concluye que el 32% de los especialistas encuestados consideran que una de las fortalezas con las que cuenta Pastaza es la

biodiversidad de flora y fauna, le sigue con un 27% nacionalidades indígenas, un 18% de no reflejan datos, el 14% la arqueología y un 9% la ubicación geográfica de la provincia.

OPORTUNIDADES	PORCENTAJE	PERSONAS
- Apoyo gubernamental y no gubernamental	**18%**	**4**
- Demanda profesional	**23%**	**5**
Eventos y Convenciones	**9%**	**2**
- Accesibilidad	**14%**	**3**
- No refleja datos	**36%**	**8**



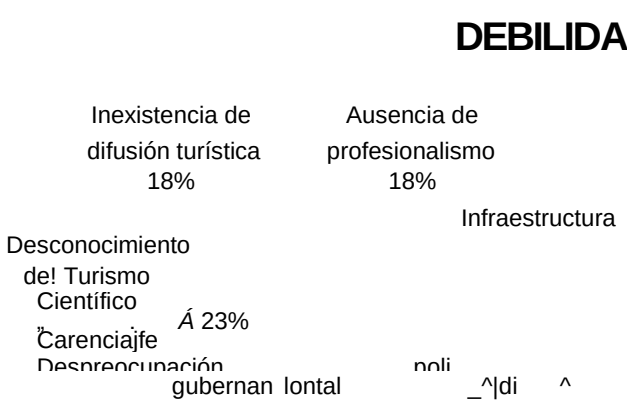
Fuente: Recopilación propia

Figura N°20: Oportunidades

En la figura expuesta se da a conocer los datos obtenidos acerca de las oportunidades existentes en el entorno extemo de ia Provincia, tenemos que un 36% no reflejan datos, el

23% existencia de una demanda profesional, un 18% el apoyo gubernamental y no gubernamental, en contraposición está un 14% con accesibilidad y apenas un 9% eventos y convenciones.

DEBILIDADES	PORCENTAJE	PERSONAS
Ausencia de profesionalismo	18%	**4**
Infraestructura Turística	**14%**	**3**
Carencia de políticas	9%	**2**
Despreocupación gubernamental	18%	**4**
	fico 23%	**5**
Inexistencia de difusión turística	18%	**4**



Fuente: Recopilación de datos

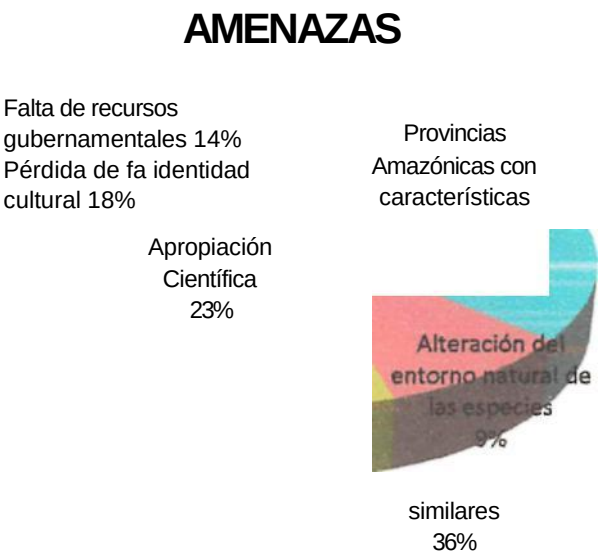
Figura N° 21: Debilidades

Con la recopilación de datos realizada se logro obtener en forma porcentual y en escala de mayor a menor, lo siguiente: 23% desconocimiento del Turismo Científico, en un nivel igualitario se tiene a la despreocupación gubernamental, inexistencia de difusión turística y ausencia de profesionalismo, un 14% a la infraestructura turística y el 9% carencia de políticas.

AMENAZAS	PORCENTAJE	PERSONAS
Provincias Amazónicas con características	36%	

similares.

Alteración del entorno natura! de las especies.	9%	2 **5**
Apropiación de científica. Pérdida de la	23%	4 3
identidad cultural. Falta de recursos	**18%**	
gubernamentales.	**14%**	



Fuente: Recopilación propia

Figura N° 22: Amenazas

Los datos reflejados en el pastel dan a conocer que un 36% de las personas consultadas consideran que las provincias Amazónicas con características similares son una amenaza latente para la Pastaza, un 23% apropiación científica, el 18% la pérdida de la identidad cultural, un 14% la falta de recursos gubernamentales y un 9% la alteración del entorno natural de las especies.

Luego de este procesamiento de datos se procede a analizar cada una de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que los especialistas consultados manifestaron en el momento de la ejecución del cuestionario. Esto se lo realiza con el fin de poder estructurar de mejor manera las fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades recopiladas en el momento de la aplicación del cuestionario.

Resultado de la realización de este análisis se obtuvo lo siguiente:

Factores internos Fortalezas

> Actuación directa de la Gerencia Regional Amazónica en la provincia de Pastaza.
> Disponibilidad de recursos naturales y culturales en la provincia de Pastaza.
> Diversidad y magnitud del espacio turístico provincial.
> Existencia de Universidades que forman profesionales en la rama turística.
> Bajos índices actuales de degradación y contaminación ambiental.
> Motivación ciudadana para desarrollar el turismo en la provincia.

Debilidades

> Bajo nivel organizativo y de gestión de los entes públicos y privados relacionados con el sector turístico de la provincia.
> Infraestructura inadecuada e insuficiente.
> Falta de una política provincial que permita elaborar un plan estratégico para el mejoramiento del sector y que asegure la sustentabilidad de los recursos naturales y culturales.
> Desconocimiento del concepto de turismo científico y su desarrollo.
> Servicio no profesional en los prestadores turísticos.

Factores externos

Oportunidades

> Incremento de la atracción por lo desconocido y la curiosidad que despierta la Amazonia a nivel nacional e internacional.
> Presencia de recursos humanos con excelente nivel científico en cuanto al conocimiento de los recursos naturales y culturales de la provincia.
> Celebración del Año de la Amazonia.
> Demanda creciente del turismo.
> Existencia del Plan de Desarrollo del Turismo hasta el año 2020 (PLANDETUR 2020)

Amenazas

> Provincias amazónicas con características similares.
> Prácticas incompatibles con la fragilidad del ecosistema.
> Ineficiencia por dispersión y desagregación de la acción de los actores involucrados en el turismo.
> Propagación del AH1N1 (Gripe porcina).

A la información primaría obtenida se le aplica una reducción de listado y los resultados de la realización de esta técnica se refieren a continuación:

Fortalezas

- Actuación directa de la Gerencia Regional Amazónica en la provincia de Pastaza.
- Disponibilidad de recursos naturales y culturales en la provincia de Pastaza.
- Diversidad y magnitud del espacio turístico provincial.
- Existencia de Universidades que forman profesionales en la rama turística.

Debilidades

- Bajo nivel organizativo y de gestión de los entes públicos y privados relacionados con el Turismo en Pastaza.
- Falta de una política provincial que permita elaborar un plan estratégico para el mejoramiento del sector que asegure la sustentabilidad de los recursos naturales y culturales.
- Desconocimiento del concepto de Turismo Científico y su desarrollo.

Oportunidades

- Demanda creciente del Turismo Científico.
- Incremento de la atracción por lo desconocido y la curiosidad que despierta la Amazonia a nivel nacional e internacional.
- Presencia de recursos humanos con excelente nivel científico en cuanto al conocimiento de los recursos naturales y culturales de la provincia.

Amenazas

- Provincias Amazónicas con similares características.
- Prácticas incompatibles con la fragilidad del ecosistema.
- Ineficiencia por dispersión y desagregación de la acción de los actores involucrados.

Con las fortalezas y debilidades que resultan del análisis interno, y las oportunidades y amenazas vistas en el análisis externo se conforma la matriz FODA.

•

1J	OPORTUNIDADES				AMENAZAS				
	1.- Demanda creciente por el Turismo Científico. 2.- Incremento de la atracción por lo desconocido y la curiosidad que despierta la Amazonia a nivel nacional e internacional. 3.- Presencia de recursos humanos con excelente nivel científico en cuanto al conocimiento de los recursos naturales y culturales de la provincia.			**SUBT.**	1.- Provincias Amazónicas con similares características. 2.- Prácticas incompatibles con la fragilidad del ecosistema. 3.- Ineficiencia por dispersión y desagregación de la acción de los actores involucrados.			**SUBT.**	**T.**
Estrategia de *M* Desarrollo del Turismo Científico en Pastaza **D A**									
FORTALEZAS	**ESTRATEGIA DE ORIENTACIÓN**			**F-O**	**ESTRATEGIA DEFENSIVA**			**F-A**	
1.- Actuación directa de la Gerencia Regional Amazónica en la provincia de Pastaza.	**5**	**5**	**5**	**15**	**5**	**4**	**4**	**13**	**28**

2.- Disponibilidad de recursos naturales y culturales en la provincia de Pastaza. 3.- Diversidad y magnitud del espacio turístico provincial. 4.- Existencia de Universidad en la rama turística.									
	5	**5**	**5**	**15**	**5**	**4**	**4**	**13**	**28**
	5	**5**	**5**	**15**	**5**	**4**	**4**	**13**	**28**
	5	**5**	**5**	**15**	**5**	**4**	**4**	**13**	**28**
SUBTOTALES									
DEBILIDADES	**20**	**20**	**20**	**60**	**20**	**16**	**16**	**52**	
	ESTRATEGIA DE REORIENTACIÓN			**D-0**	**ESTRATEGIA DE SUPERVIVENCIA**			**D-A**	
1.- Bajo nivel organizativo y de gestión de los entes públicos y privados relacionados con el Turismo en Pastaza	**5**	**5**	**5**	**15**	**5**	**5**	**5**	**15**	**30**

2- Falta de una política provincial que permita elaborar un plan estratégico para el mejoramiento del sector y que asegure la sustentabilidad de los recursos naturales y culturales.	5	5	5	15	5	5	5	15	30
3.~ Desconocimiento del concepto de Turismo Científico y su desarroilo.	5	5	5	15	5	5	5	15	30
SUBT.									
TOTAL GENERAL	30	30	30	105	35	31	31	97	202

Luego de haber concluido con el cruce de la Matriz FODA, se procedió a analizar cada cruce, teniendo como resultado que para la inserción del Turismo Científico en la Provincia de Pastaza se debe utilizaren primera instancia lo siguiente:

La Estrategia (FO) (Maxi-Maxi).- Se va a tomar las fortalezas señaladas utilizando recursos para aprovechar las oportunidades que el mercado nos brinda para insertar un nuevo producto (Turismo Científico). Por ejemplo, la Gerencia Regional Amazónica en la Provincia de Pastaza con su actuación directa reconocida como una de sus grandes fortalezas, debe aprovechar la oportunidad de demanda creciente por el Turismo Científico. Esto se puede realizar con la consolidación del turismo en todos sus niveles, así como la integración de nuevas modalidades turísticas como el Turismo Científico que impulse la excelencia y la calidad en el servicio a efecto de convertir a Pastaza en la provincia líder en Turismo Científico.

Cuando el Turismo Científico este implementado en la provincia de Pastaza, esté va a tener que luchar para poder maximizar las fortalezas que tiene la provincia y así minimizar las amenazas del medio ambiente extemo de la provincia; para ello, tendrá que utilizar la Estrategia Defensiva, por ejemplo, optimizar la actuación directa de la Gerencia Regional Amazónica para restringir que otras provincias Amazónicas con similares características puedan desarrollar un Turismo Científico como en Pastaza.

Finalmente, si el Turismo Científico quiere seguir en el mercado debe tratar de minimizar las debilidades que tiene la provincia y maximizar las oportunidades del medio extemo, mediante una Estrategia de Reorientación, por ejemplo, impulsar a todos los grupos de implicados a que se integren entre sí, a efecto de que contar con un turismo mejor gestionado; o, á su vez, tratar de minimizar tanto las debilidades como las amenazas por medio de una Estrategia de Supervivencia, por ejemplo, promover la elaboración de un programa de desarrollo sostenible del turismo en Pastaza con la finalidad de evitar en lo posible que las demás provincias de la Amazonia realicen un turismo científico de calidad.

Con todo lo acotado , es importante destacar que la Estrategia de Turismo Científico diseñada debe estar enmarcada dentro de los parámetros de la Estrategia General Provincial, pues está permite tener un bosquejo más completo de lo que se debe realizar para un mejor desarrollo turístico en la localidad.

Problema Estratégico General

Si no se supera el bajo nivel organizativo y de gestión de los entes públicos y privados relacionados con el Turismo en Pastaza, ni la falta de una política provincial que permita elaborar un plan estratégico para el mejoramiento del sector que asegure la sustentabilidad de los recursos naturales y culturales, el desconocimiento del concepto de Turismo Científico; y si se deja que las otras provincias amazónicas que cuentan con similares características sigan fortaleciéndose; ni siquiera, potenciando la actuación directa de la Gerencia Regional Amazónica, además de la disponibilidad de recursos naturales y culturales en la provincia, será posible aprovechar el incremento de interés por el Turismo Científico.

Solución Estratégica General

Para aprovechar el incremento de interés por el Turismo Científico, la inversión gubernamental en Pastaza y así atenuar que las otras provincias amazónicas que cuentan con similares características se sigan fortaleciendo, se debe potenciar la actuación directa de la Gerencia Regional Amazónica, la disponibilidad de recursos naturales y culturales en la provincia, el bajo nivel organizativo y de gestión de los entes públicos y privados relacionados con el Turismo en Pastaza, la política provincial que permita elaborar un plan estratégico para el mejoramiento del sector que asegure la sustentabilidad de los recursos naturales y culturales y el desconocimiento del concepto de Turismo Científico y su desarrollo.

Escenarios

A partir del desenvolvimiento de los factores claves de éxito definidos, pueden presentarse tres posibles escenarios en los cuales se pudiera desarrollar la estrategia.

Escenario positivo:

A nivel del entorno la competencia existente disminuye paulatinamente en el sector turístico. La demanda por las actividades que se pueden desarrollar en el Turismo Científico se está acrecentando. Los precios de la materia prima ofertados por los proveedores no continúan incrementándose y en ciertos momentos se mantienen estables. No se dan a conocer normativas, regulaciones o reglamentos que aplaquen el

auge del Turismo en el país, en la región y en la provincia. La situación ambiental sigue siendo moderada y paulatinamente la economía se va estabilizando a nivel mundial.

Escenario negativo:

Durante el periodo de vida de la estrategia, la competencia que existe en el sector turístico aumenta aceleradamente en las diferentes modalidades que se explotan. Es significativo el aumento de los precios de los productos necesarios para el desarrollo del Turismo Científico en medio de nuevas regulaciones vinculadas con el sector del turismo. La situación ambiental empeora debido a que aumenta la contaminación provocando brote de enfermedades. La crisis económica se acrecienta a nivel mundial.

Escenario más probable:

Continúa la competencia que existe en el sector turístico y se acrecienta en las modalidades que mayor demanda poseen en la región. Los precios tienden a subir de manera aceptable por parte de todos los proveedores. La emisión de algunas normativas, regulaciones o reglamentos inciden en el desarrollo del turismo a nivel provincial. La situación ambiental presenta un leve aumento en cuanto a la contaminación existente. La situación económica a nivel mundial mejora de manera muy lenta.

Según el modelo de diseño estratégico utilizado se define Unidades y Direcciones de Acción Estratégicas y para cada una de ellas se presentan metas que constituyen los objetivos estratégicos de cuya implementación posterior depende el avance o desarrollo del turismo científico en la provincia Pastaza.

Unidades De Acción Estratégicas y Objetivos Estratégicos

Unidad de Acción Estratégica N° 1: Crecimiento

Objetivo 1: Alcanzar un aumento de los índices económicos de la Provincia por concepto de Turismo Científico partiendo de inversiones que apoyen su íntegro desarrollo.

Criterios de medida:

- Aumento de ingresos.

- Incremento de los ingresos directos e indirectos para la ciudadanía.

- Generación de empleo.

- Aumento del número de turistas que visitan Pastaza por concepto de Turismo Científico.

Unidad de Acción Estratégica N° 2: Recursos Humanos

Objetivo 2.1: Contribuir al incremento de la satisfacción de los recursos humanos que tributan al desarrollo del Turismo Científico.

Criterios de medida:

- Eficiente comunicación interdepartamentaria.

- Empoderamiento del conocimiento de la estrategia de desarrollo Científico de la provincia por parte del recurso humano.

- Clientes internos altamente motivados.

- La participación de la comunidad de la puesta en marcha de la Estrategia de Desarrollo del Turismo Científico en Pastaza.

- Aumento de la calidad percibida del proceso de Comunicación Interna (se mide a través de Encuestas).

Objetivo 2.2: Incrementar la preparación técnica y profesional de los clientes internos que tributan al desarrollo del Turismo Científico.

Criterios de medida:

- Se cuenta con una DNA (Determinación de Necesidades de Aprendizaje) flexible y actualizada.

- Se incrementa la capacitación a los empleados que desarrollan el turismo científico en el territorio.

- Existencia de un plan de incentivos local y provincial.

*

Unidad de Acción Estratégica N° 3: Conservación v Desarrollo Científico

Objetivo 3: Contribuir a la adecuada conservación del medio ambiente por parte de la comunidad y turistas que realicen Turismo Científico.

Criterios de medida:

- Realizar estudios de impacto ambiental para la zona.

- Creación de centros de información donde fomenten el respeto por la biodiversidad existente.

- Realizar una planificación territorial de los lugares donde se pueden ejecutar las actividades relacionadas con la modalidad con el fin de no afectar al medio ambiente.

Unidad de Acción Estratégica N° 4: Satisfacción de Clientes e imagen.

Objetivo 4: Contribuir a la satisfacción de los clientes nacionales y extranjeros, así, como a la proyección de una imagen adecuada del Turismo Científico en la Provincia de Pastaza.

Criterios de medida:

- Se plasma la imagen de la provincia de Pastaza como un Destino Turístico Científico.

- Grado de satisfacción favorable para el retomo de los turistas.

- Plan de marketing enfocado al Turismo Científico.

- Impiementacíón de estrategias alternas a la promoción, distribución y comercialización.

- Aumento de la Satisfacción del Cliente lo que se mide a través de Encuestas.

Cumplimiento de Criterios de Medidas por cada año de la Estrategia

Objetivos	Criterios de medida	Año 2009	Año 2010	Año 2011
OBJETIVO N°1: Alcanzar un aumento de los índices económicos de la Provincia por concepto de Turismo Científico partiendo de inversiones que apoyen su íntegro desarrollo.	Aumento de ingresos.	**2%**	**4%**	**6%**
	Crecimiento cuantitativo y cualitativo del Turismo Científico.	**2%**	**4%**	**6%**
	Incremento de los ingresos directos e indirectos para la ciudadanía.	**2%**	**6%**	**10%**
	Generación de empleo.	**2%**	**4%**	**6%**
	Aumento del número de turistas que visitan Pastaza por concepto de Turismo Científico.	**2%**	**6%**	**10%**
OBJETIVO N° 2: **2.1.** Contribuir al incremento de la	Eficiente comunicación inter-departame rita ria.		**X**	**X**
	Empoderamiento del			

satisfacción de los recursos humanos que tributan al desarrollo del Turismo Científico.	conocimiento de la estrategia de desarrollo Científico de la provincia por parte del recurso humano.	X	X	
	Clientes internos altamente motivados.	2%	4%	6%
	La participación de la comunidad de la puesta en marcha de la Estrategia de Desarrollo del Turismo Científico en Pastaza.	2%	6%	10%
	Aumento de la calidad percibida del proceso de Comunicación Interna (se mide a través de Encuestas).	2%	6%	10%
2.2. Incrementar la preparación técnica y profesional de los clientes internos que tributan al desarrollo del Turismo Científico.	Se cuenta con una DNA (Determinación de Necesidades de Aprendizaje) flexible y actualizada.		X	X
	Se incrementa la			

	capacitación a los empleados que desarrollan el turismo científico en el territorio.		X	X
	Existencia de un plan de incentivos local y provincial.		X	X
OBJETIVO N° 3: Contribuir a la adecuada conservación del medio ambiente por parte de la comunidad y turistas que realicen Turismo Científico.	Realización de estudios de impacto ambiental para la zona.		X	X
	Creación de centros de información donde fomenten el respeto por la biodiversidad existente.		X	X
	Se elabora una planificación territorial de los lugares donde se pueden ejecutar las actividades relacionadas con la modalidad con el fin de no afectar al medio ambiente.		X	X
OBJETIVO N° 4:	Se plasma la imagen de la			

Contríbuir a la satisfacción de los clientes nacionales y extranjeros, así, como a la proyección de una imagen adecuada del Turismo Científico en la Provincia de Pastaza.	provincia de Pastaza como un Destino Turístico Científico.	2%	6%	10%
	Grado de satisfacción favorable para el retorno de los turistas.	2%	**4%**	6%
	Plan de marketing enfocado al Turismo Científico.		X	X
	Implementación de estrategias alternas a la promoción, distribución y comercialización.		X	X
	Aumento de la Satisfacción del Cliente que se mide a través de Encuestas.		8%	10%

Plan de Acción

Unidad de Acción Estratégica	Objetivo	Acciones propuestas	Fecha de cumplimiento	Responsable
Unidad de Acción Estratégica	**Objetivo 1**: Alcanzar un aumento de los índices	Buscar fuentes de financiamiento que ayuden a la implementación	Octubre del 2009	Gobiemos Municipales de la Provincia.

N° 1:	económicos de la Provincia por concepto de Turismo de Científico que partiendo de inversiones su apoyen íntegro desarrollo.	la modalidad.		
		Identificar las zonas con mayor potencialidad para realizar Turismo Científico.	Primer Trimestre del 2010	Gerencia Regional Amazónica y Gobiernos Seccionales.
		Elaborar un plan de marketing que dé a conocer a propios y extraños las potencialidades que tiene el territorio para desarrollar la modalidad mencionada.	Primer Trimestre del 2010	Consejo Provincial de Pastaza.
		Diseñar paquetes turísticos que incluyan las actividades que se desarrollan con el Turismo Científico.	Segundo Trimestre del 2010	Gerencia Regional Amazónica
		Valorar las necesidades y la factibilidad para poder realizar actividades turísticas vinculadas al Turismo Científico.	Febrero del 2010	Gobiernos Seccionales.
			Segundo Trimestre del	Universidad Estatal

		Presentar proyectos de investigación de Estrategia de Desarrollo del Turismo Científico en Pastaza con el objeto de buscar financiamiento. Seleccionar a especialistas en la materia, para que realicen un recorrido por los lugares idóneos para la modalidad y a su vez hagan un bosquejo completo de las actividades que se	2010 Diciembre del 2009	Amazónica Gobierno Provincial y Gerencia Regional Amazónica
Unidad de Acción Estratégica N° 2: Recursos Humanos	**Objetivo 2.1**: Contribuir al incremento de la satisfacción de los recursos humanos que tributan al desarrollo del Turismo Científico.	Capacitación permanente al Recurso Humano vinculado con el Turismo Científico en los 4 cantones de Pastaza, por medio de eventos de gran importancia. Conformar un plan de	Enero del 2010	Gerencia Regional Amazónica Gobiernos

		para los actores de los emprendimientos locales atendiendo a los resultados del DNA (determinación de necesidades de aprendizaje).	Marzo del 2010	seccionales y Gerencia Regional Amazónica
	Objetivo 2.2. : Incrementar la preparación técnica y profesional de los clientes internos que tributan al desarrollo del Turismo Científico.	Contactar con especialistas en Turismo para que eduquen al personal local en el desarrollo del ámbito turístico en la Provincia.	Febrero del 2010	Universidad Estatal Amazónica.
Unidad de Acción Estratégica N° 3: Conservación y Desarrollo Científico 1	**Objetivo 3:** Contribuir a la adecuada conservación del medio ambiente por parte de la comunidad y turistas que realicen Turismo Científico	Realizar campañas de cuidado y protección del medio ambiente. Elaborar boletines de información acerca del desarrollo sostenible del turismo en el territorio.	Enero y Febrero del 2010 Febrero el 2010	Ministerio de Ambiente Ministerio de Ambiente

		Crear mecanismos de control para el adecuado uso de los recursos naturales. Elaborar instrumentos de medición que pennitan atenuar la contaminación del medio ambiente. Elaborar señalizaciones turísticas que permitan identificar los cuidados que se debe dar al medio ambiente del territorio.	Febrero del 2010 Marzo del 2010	Ministerio de Ambiente Gobiernos seccionales y Gerencia Regional Amazónica
Unidad de Acción Estratégica N° 4: Satisfacción de Clientes e imagen. •	**Objetivo 4:** Contribuir a la satisfacción de tos clientes nacionales y extranjeros, así, como a la proyección de una imagen adecuada	Elaborar un boletín informativo para los clientes y prestatarios de servicios turísticos vinculados con el Turismo Científico. Identificar fuentes de financiamiento para el desarrollo de la	Segundo Trimestre del 2010 Segundo	Gerencia Regional Amazónica Gobiernos

	Provincia Pastaza.	Turismo Científico y de los procesos involucrados para acceder a dichas fuentes.	Trimestre del 2010	Seccionales
		Aumentar los recursos humanos disponibles con especialistas en mercadeo.	Segundo Trimestre del 2010	Gobiernos Seccionales
		Realizar el Diagnóstico de Necesidades de Aprendizaje (DNA) de los recursos humanos que laboran en empresas y organizaciones que tributan al desarrollo del Turismo Científico en Pastaza	Tercer Trimestre del 2010	Gobiernos Seccionales
		Elaborar un Plan de Acciones para mejorar la motivación del personal turístico, a partir de la aplicación de las encuestas	Octubre del 2009	Universidad Estatal Amazónica

		elaboradas para tal fin.		

Sistema de control

Para el sistema de control de la estrategia diseñada se presentan algunas sugerencias que deben ser enriquecidas, aceptadas y aprobadas por los principales actores encargados de controlar las acciones y el cumplimiento de los objetivos estratégicos correspondientes a cada una de las áreas de resultados claves.

1) Reuniones mensuales de chequeo de avances en la Estrategia de Desarrollo del Turismo Científico en Pastaza.

2) Control permanente de la estrategia con la asistencia de los implicados en su implementación.

3) Auditorías trimestrales para ver el avance de la implementación de la Estrategia de Desarrollo del Turismo Científico.

4) Chequeo anual del cumplimiento de los objetivos individuales, funcionales y empresariales.

5) Valoración de la eficacia de la estrategia diseñada y arreglo de acciones.

6) Nominación de responsables del chequeo quincenal de la marcha de los diferentes criterios de medidas contenidos en los objetivos estratégicos.

7) Aplicación y análisis de resultados mensuales de cuestionarios y encuestas de satisfacción de clientes internos y extemos.

Conclusiones

Ai terminar el presente trabajo de investigación y tomando en cuenta los resultados obtenidos, se expresan las siguientes conclusiones:

- **Se diseñó una Estrategia para el Desarrollo del Turismo Científico en la Provincia de Pastaza, Región Amazónica Ecuatoriana que permitirá desarrollar esta modalidad turística contribuyendo a mejorar la calidad de vida de los pobladores de la provincia.**

- **El trabajo realizado permitió incluir una fundamentación teórica profunda sobre las Estrategias y el Desarrollo del Turismo Científico.**

- **Se cuenta con un conocimiento detallado de las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades que pueden influir positiva o negativamente en el Desarrollo del Turismo Científico en la localidad.**

- **La aplicación del Modelo de Diseño de Estrategia Misión - Visón de Eugenio Yánez facilitó el cumplimiento del objetivo fundamental de la investigación, incorporando al mismo elementos de otros modelos que se estiman pertinentes en este caso.**

- **Las acciones propuestas buscan potenciar el crecimiento de las condiciones positivas de la provincia (fortalezas) aprovechando las oportunidades; y minimizar las condiciones negativas (debilidades y amenazas) que existen en la provincia de Pastaza para el Desarrollo del Turismo Científico.**

Recomendaciones

Al concluir el trabajo investigativo se recomienda lo siguiente:

- **Socializar la Estrategia de Desarrollo del Turismo Científico para la Provincia de Pastaza con la participación de todos los grupos de implicados dentro de la estrategia.**

- **Aprovechar la información obtenida para la implementación del Turismo Científico.**

- **Implementar acciones de concienciación dirigidos a los grupos de implicados y demás actores turísticos, con la finalidad de asumir compromisos y establecer líneas de coordinación para fortalecer las modalidades turísticas existentes y las que se van a incrementar mediante la aplicación de estrategias.**

- **Optimizar al máximo las fortalezas y oportunidades con las que cuenta la provincia para que la Estrategia diseñada para el Desarrollo del Turismo Científico sea efectiva y así se mejore los estándares de vida de los habitantes.**

BIBLIOGRAFÍA

1. AFEFCE.: Diseño de proyectos. Pág. 5-40. Ecuador. 2001.

2. Angelo, M.: La industria del forastero en Italia: Economía política del turismo.1922.

3. Ansoff.: Análisis Vectorial de Crecimiento. 1978.

4. Ayala, H.: Ecoturismo: Paradigma para el siglo XXI. 2000.

5. Banco Mundial.: Características de los viajes en ciudades de países desarrollados y en desarrollo.

6. Bormann, A.: Der Deustche im Fremmdenverkehr des Europaischen Auslands. 1933.

7. Bucci, F.R. y coautores.: Ampliación del mapa estratégico de consultas en tecnología de información mediante la integración de la gestión de conocimiento y la mejora de la madurez de los procesos. Maestría de Dirección de empresas UCA. Tesis de Maestría: Máster in Business. Administración Universidad Católica Argentina. 2004.

8. Cárdenas,G.: Diccionario de Ciencias Económico-Administrativas. Centro Universitario de Ciencias Económicas - Administrativas. Universidad de Guadalajara, México. 2002.

9. Cabezas, P.: Información Turística del Cantón Arajuno, Provincia de Pastaza. Ecuador. 2009.

10. Colectivo de Autores: Metodología de Investigación en emprendimientos turísticos.2002.

11. Colectivo de autores.: Metodología de la Investigación. México. 1986.

12. CONAM.Proyecto de Planificación Estrategica.Ecuador.1997.

13. Cebrian, A.: Turismo Cultural y Desarrollo Sostenible. Murcia. 2001.

14. De la Torre, O.: Turismo. México. 1980.

15. Dumortier, J. F.: Las estrategias de puesta en marcha. En Tratado de la Calidad Total 1992.

16. Duran, N.: Información Turística de la Región Amazónica. Pastaza - Ecuador. 2009.

17. Enricci, J.: Tesis de Maestría un Modelo de Gestión para el Turismo Científico en la Patagonia.2004

18. Escobar, J.: Relatos del desarrollo turístico en Pastaza. Mérito Turístico. Ecuador 2009.

19.Gárciga, R. J.: Formulación Estratégica, Un Enfoque para directivos. La Dirección Estratégica, Un Enfoque innovador del Management. Editorial Félix Várela. La Habana. 1999.

20. Gaudencio, T.: Comunicación Empresarial/Comunicación Institucional. 1986.

21.Glucksmann. R.: Fremdenverkehrskunde. Citado en Alfredo Dachary y Stella Amaiz.1935.

22. Goodard, J. y Houlder, D.: La Estrategia como pauta. 1995.

23. Gordon, G. L.: Strategic Planning for Local Govemment.2005.

24. Gutiérrez, A.: Lecciones de Investigación.Ecuador. 1995.

25. Grima, J.J. y Tena, M.J.: Estrategia Empresarial. 1991.

26. Hernández, E.: Proyectos Turísticos. Formulación y evaluación. Editorial Trillas. México.

27. Hitz and Connor, P.O.: Information and Communication Technologies in Tourism. 2003.

28. Hunt, J. y Layne, D.: Evolution of Travel and Tourism Terminology and Definitions, Journal of Travel Research. 1991. Vol. 29. Number4. Pág. 7-11.

29. Joint - Venture.: Empresa Mixta

30. Kaplan, R.S. y Norton, D. P.: Cuadro de Mando Integral. Barcelona, España. 2002.

31. Leeds Metropolitan University.: El Turismo Sustentable y El Patrimonio Cultural: Una Revisión de la Asistencia para el Desarrollo y su potencial para promover la sustentabilidad. United Kingdom. 1999.

32. Leiper.N.: The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism, Tourist and the Tourism Industry. Annals of Tourism Research.. 1979. Pág. 309-407

33. Ley Federal de Turismo.: Título Primero. Capítulo Único. Artículo 3 y 4.

34. Martínez, C.C.Sostenibilidad del Turismo mediante la gestión de sus recursos financieros y humanos. Ecuador. 2005.

35. McIntosh, R. y Goeldner, Ch.: Turismo: planeación administración y perspectivas. Limusa, México. 1999.

36. MEC.:Guía de capacitación en desarrollo socio - comunitario. Ecuador.2004

37. Mendoza, M.: Proyecto Educacional Institucional. Serie Pedagógica. Ecuador. 2002.

38. Mesplier, A. y Bloc-Duraffour, P.: Geografía del Turismo en el Mundo. Madrid. 2000.

39. Ministerio de Turismo del Ecuador.: El pequeño turista. Ecuador. 2009.

40. Mintzberg.: La Estrategia. 1991.

41.Molinarí, R. y Ferraro, L.: Articulando el Arte: Manejo para el desarrollo y beneficios de las comunidades de pertenencia. 1er. Taller Internacional de Arte Rupestre. La Habana, Cuba. 15 al 20 de octubre del 2001.

42. Morgenroth, O.: Globalización, Turismo y Sustentabilidad.Guadalajara - México. 2002.

43.Morley, C.L.:¿What is Tourism? Definitions, Excerpts and Characteristics. The Journal of Tourism Studies. 1990. Pág. 3-8.

44. Organización Mundial de Turismo.:Conferencia Internacional de Estadísticas de Turismo y Viajes .Ottawa, Canadá. 1991.

45. Ortiz, F..: Información Turística del Cantón Mera, Provincia de Pastaza. Ecuador. 2009.

46. Porter, M. E.: Ventaja Competitiva. México. 1991.

47. Sampieri, R y Coautores.: Metodología de Investigación. Segunda Edición. 1998.

48. Silva Lira, I.: Metodología para la Elaboración de Estrategias de Desarrollo Local.ILPES.2003.

49. Simón, H.: Teoría de la racionalidad limitada. 1983.

50. Taubenschlag, R.: Herramientas de Interpretación Ambiental. (MS) Dirección de Interpretación y Educación Ambiental. Administración de Parques Nacionales. 2002.

51. Veloz, M.A.: Información Turística de la Provincia de Pastaza. Ecuador. 2009.

52. Veverka, J.A.: Planificar para una Interpretación " Exportable". Asociación para la Interpretación del Patrimonio. España.2002.

53. Yáñez, Eugenio.: Modelo Estratégico Misión- Visión de Eugenio Yáñez.

54. Yucta, P.: Documento "Ciclo de Proyectos Turísticos". Riobamba - Ecuador. 2003.

REFERENCIAS DE LAS PÁGN1AS WEB

55. Alian, R. y Rhoder, E.: Ecoturismo Genuino. México. 2001.

hüp://www.ecotu rismogenuino.com/areasprotegidas/3-blogpodcast/19-costarica-turismocientificoyreservasprivadas.

56. Bolorino, J.: Turismo Sostenible. Bolivia. 2006.

http://www .turismo-sostenible.org/docs. php?did=1 REFERENCIAS

57. CODESO.: Turismo en Puyo. Ecuador. 2005

hHnVAwww *enricen* rnm'Ti iricmnlnfnni htmlhttrv/Aw/w fpr, nrnAA/airHnr^/V^dn.SS/xMOS

s07.htm#TopOfPage

58. Ministerio de Turismo del Ecuador.:National Profiles. Ecuador. 1999

http:/Ayww.gioba loceans.org/icm/proflles/ecuador/ecuador.html

59. Ministerio de Turismo del Ecuador.: PLANDETUR 2020. Ecuador. 2008

http://www.turismo.gov,ec/index.php?option=com content&task=view&id=1017&ltemid =67

60. Phuong, P. H. : integración del plan estratégico y el Cuadro de Mando Integral. Una propuesta de Sistema Informático. Cuba. 2008.

http:/ywww.munografias.com/trabaios53/turismo-iilorai-cuba/turismo-liioiai-cuba.shtml

61. Rodiles, A. y Fuentes, Z.: Cuadro de Mando Integral (Balanced Scorecard): Elemento de soporte para su aplicación. 2004.

http://www.fi-p.unam.mx/simposio investiaacion?dic04/el cuadro extenso html

62. Conferencia Electrónica sobre Ecoturismo, Octubre 2002.

httn-Mwww nlanqto *r.nm*

•'/

AN rXO

t.

ANEX01

TÍTULO: CUESTIONARIO

POR FAVOR, USTED FUE ESCOGIDO POR SUS CONOCIMIENTOS Y/O EXPERIENCIA PARA SER ENTREVISTADO ACERCA DEL DESARROLLO DEL TURISMO CIENTÍFICO EN LA PROVINCIA DE PASTAZA.

SU COLABORACIÓN ES FUNDAMENTAL.....CONTAMOS CON ELLA.

El turismo científico es una modalidad de turismo que hace hincapié en aquellos aspectos culturales y naturales de un determinado destino turístico.

Considerando las potencialidades turísticas en la provincia Amazónica de Pastaza y la necesidad de desarrollarlo piense:

1.- ¿Qué fortalezas usted cree posee la región para el desarrollo del turismo científico en Pastaza?

2.- ¿Qué oportunidades existen en la región para el desarrollo del turismo científico en Pastaza?

3.- ¿Qué debilidades considera usted existen para desarrollar el turismo científico en Pastaza?

4.- ¿Cuáles amenazas puede tener el desarrollo del turismo científico en la región de Pastaza?

*

ANEXO 2 TÍTULO: LISTADO DE ESPECIALISTAS CONSULTADOS

NOMBRE	GRADUADO	CENTRO LABORAL	ESPECIALIZADO	AÑOS DE EXPERIENCIA
Freddy Ortiz	Ing. En Ecoturismo	Municipio de Santa Clara	Turismo	5 años
Nelly Duran	tng. Adm. Emp. Ecoturísticas	MINTUR	Marketing	18 años
Nataly Villacrés	Ing. En Ecoturismo	Municipio de Pastaza	Ecoturismo	5 años
María Augusta Veloz	Ing. En Planificación y Desarrollo Turístico	Gobierno Provincial de Pastaza	Proyectos	10 años
Patricia Cabezas	Ing. En Ecoturismo	Gobierno Municipal de Arajuno	Ecoturismo	4 años
Alcides García	ing. Recursos Naturales	Ministerio de Ambiente	Manejo Forestal	8 años
Carlos Duche	Técnico Ambiental Antropología	Gobierno Provincial de Pastaza	Ambientalista	15 años
Edgar Acuña	Aplicada	Dir. De Educación	Antropología Aplicada	32 años
Jesús Escobar	Ing. En Diseño Estudios Primarios	Municipio de Mera	Diseño Industrial Turismo	5 años 60 años
Maura Coloma de Bouquillen	Empresaria Hotelera	Hostería Finca E! Pigua!	Leda. En Ciencias Sociales	7 años

ANEXO 3 TÍTULO: LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES POR (SUB) REGIONES.

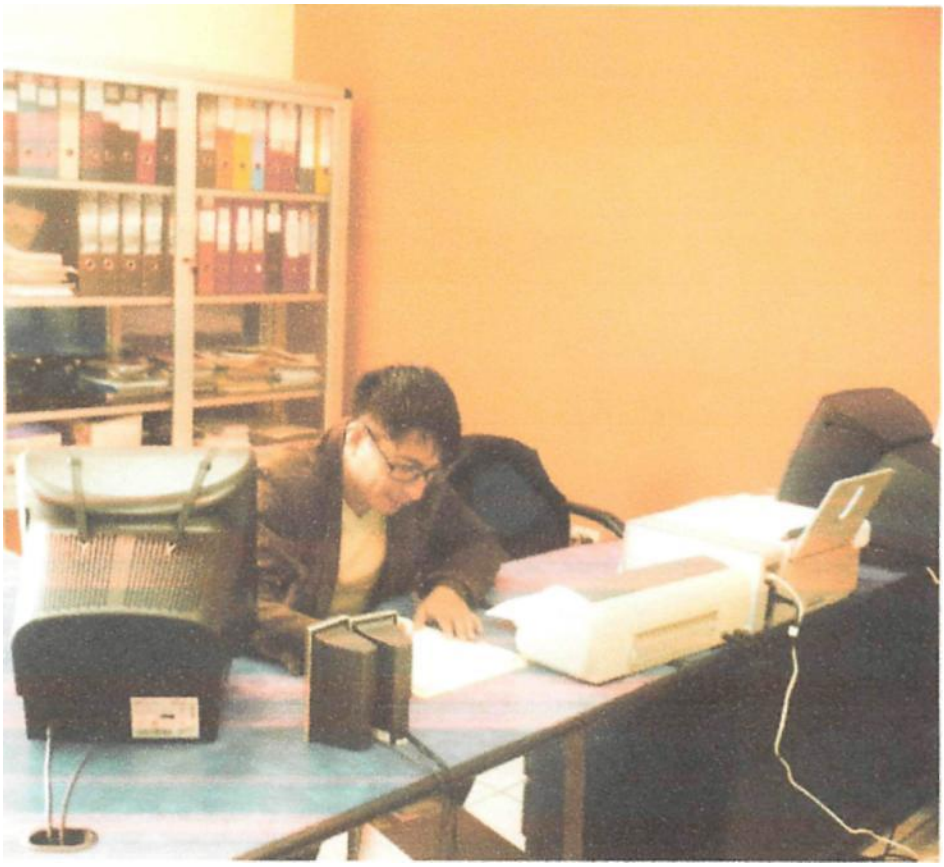
(MILLONES)

A rea/Año	2000	2005	2007	2008	Cuota
Total Mundial	**682**	**805**	**908**	**924**	**100**
Europa	**392.4**	**441.6**	**488.0**	**488.5**	**52.9**
Europa del Norte	43.7	52.8	58.0	56.8	6.1
Europa Occidental	139.7	142.6	154.9	153.1	16.6
Eur. Central/Oriental	69.2	87.5	96.8	99.4	10.8
Eur. Merídionai/Medit.	139.8	158.7	178.2	179.2	19.4
Asia y el Pacífico	**109.3**	**154.7**	**185.4**	**188.3**	**20.4**
Asia del Nordeste	58.3	87.5	104.3	104.7	11.3
Asia del Sudeste	35.6	48.5	59.6	61.8	6.7
Oceanía	9.2	10.5	10.7	10.6	1.1
Asia Meridional	6.1	8.1	10.8	11.3	1.2
Américas	**128.2**	**133.4**	**142.5**	**147.6**	**16.0**
América del Norte	91.5	89.9	95.3	98.4	10.6
El Caribe	17.1	18.8	19.5	19.7	2.1
América Central	4.3	**6.4**	7.8	**8.4**	0.9
América del Sur	**15.3**	**18.2**	19.9	21.1	**2.3**
África	27.9	37.3	44.9	**46.9**	**5.1**
África del Norte	10.2	13.9	16.3	17.1	1.9
África Subsahariana	17.7	23.3	28.6	29.8	**3.2**
Oriente Medio	24.4	37.8	47.5	52.9	5.7

ANEXO 4 TÍTULO: FOTOGRAFÍA DE APLICACIÓN DE CUESTIONARIO A ESPECIALISTA DEL MUNICIPIO DE MERA

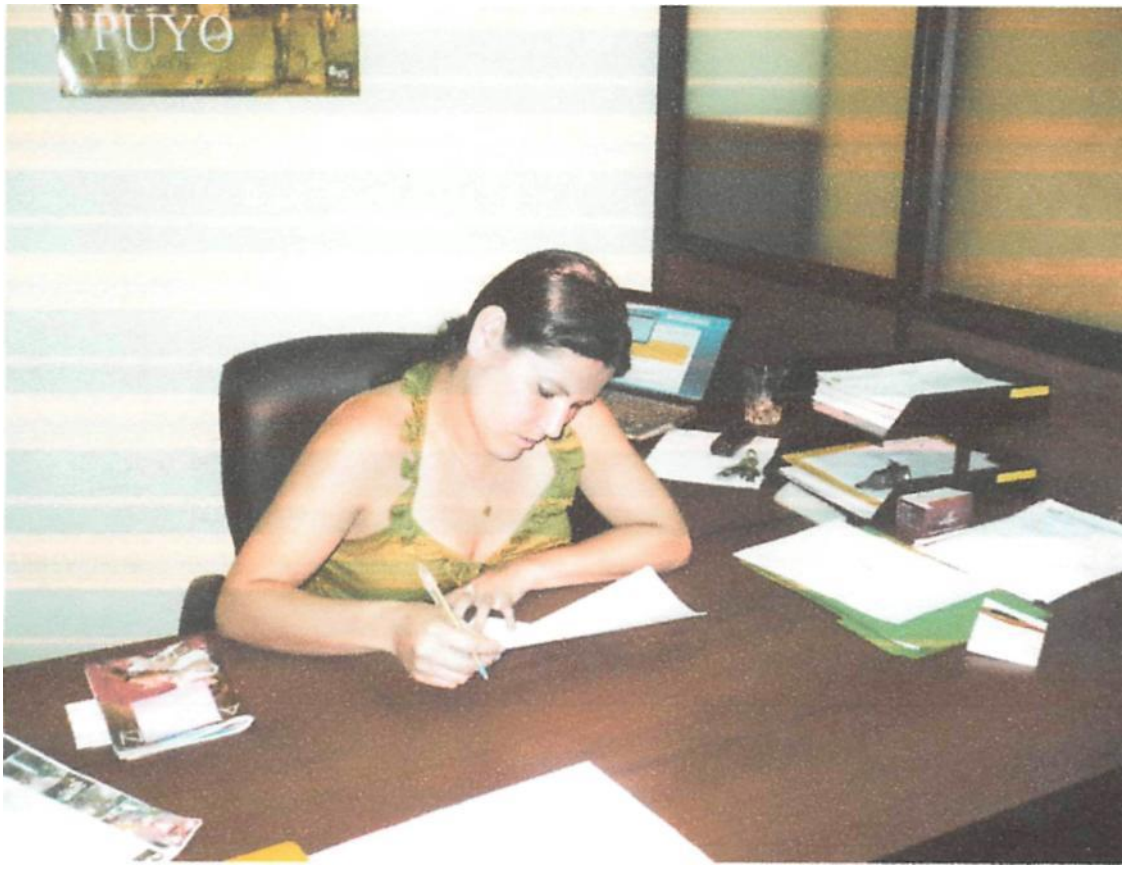
*

f ►



ANEXO 5 TÍTULO: FOTOGRAFÍA DE APLICACIÓN DE CUESTIONARIO A ESPECIALISTA DEL MUNICIPIO DE SANTA CLARA

ANEXO 6 TÍTULO: FOTOGRAFÍA DE APLICACIÓN DE CUESTIONARIO A ESPECIALISTA DEL MUNICIPIO DE PASTAZA



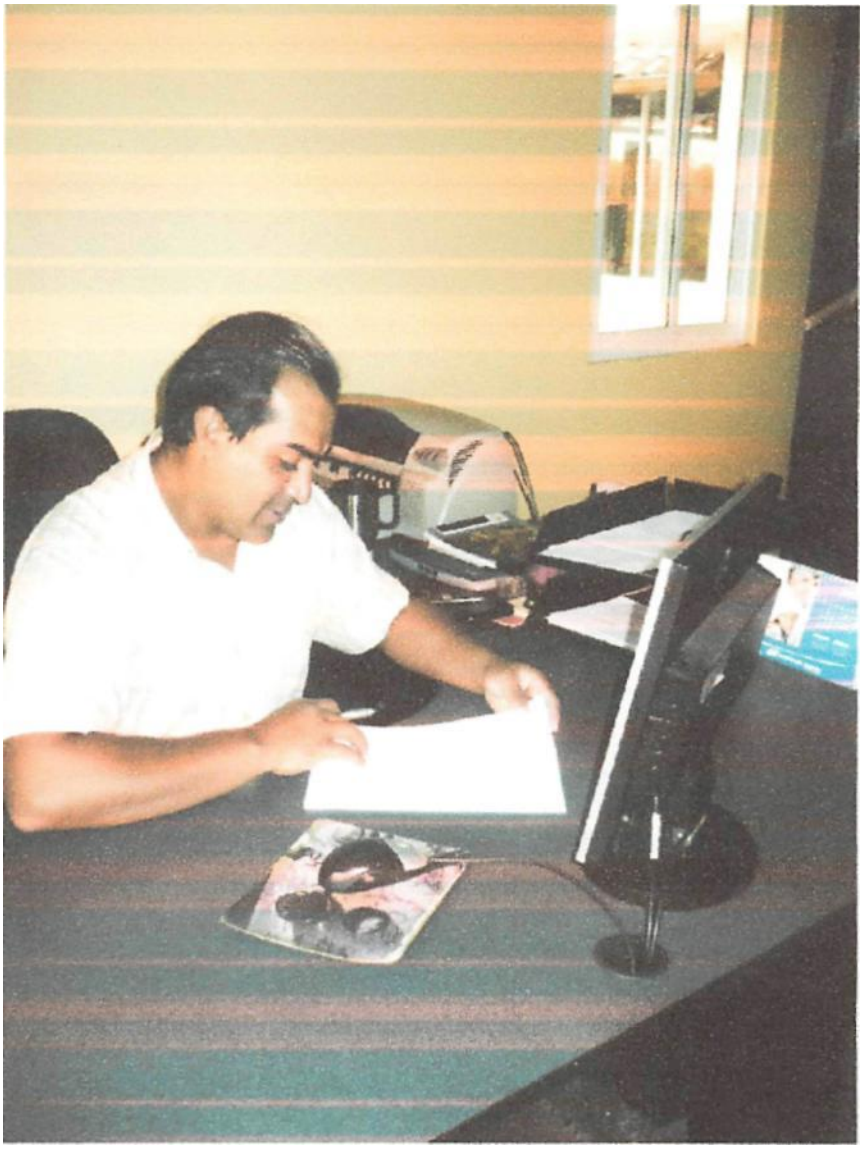
c

ANEXO 7

TÍTULO: FOTOGRAFÍA DE APLICACIÓN DE CUESTIONARIO A ESPECIALISTA DE LA GERENCIA REGIONAL AMAZÓNICA

ANEXO 8

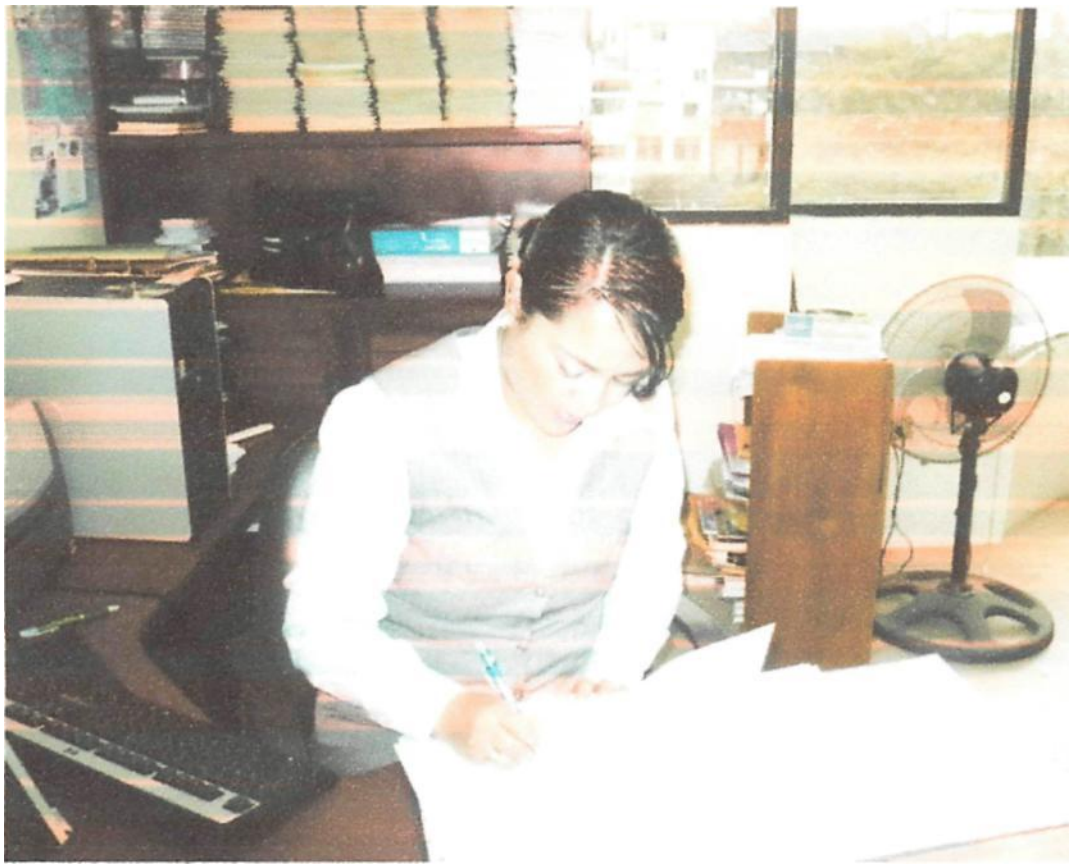
TÍTULO: FOTOGRAFÍA DE APLICACIÓN DE CUESTIONARIO A ESPECIALISTA DEL MINISTERIO DE AMBIENTE



;

ANEXO 9

TÍTULO: FOTOGRAFIA DE APLICACIÓN DE CUESTIONARIO A ESPECIALISTA DEL GOBIERNO MUNICIPAL DE PASTAZA



ANEXO 10 TÍTULO: ESQUEMA

GRÁFICO DE VALORES COMPARTIDOS