



UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA
Trabajo de Integración Curricular

Estructura de un producto turístico para el desarrollo del turismo en la comunidad
Cofán Dureno, cantón Lago Agrio, provincia de Sucumbíos

Willy Stalyn Quijije Saavedra¹
ltur2017097@uea.edu.ec

Jorge Raúl Rivas Borja¹
ltur2017104@uea.edu.ec

Dr. Luis Oswaldo Manosalvas Vaca PhD²
lmanosalvas@uea.edu.ec

Universidad Estatal Amazónica, Facultad de Ciencias de la Vida, Carrera de
Licenciatura en Turismo (1)

Resumen

El turismo comunitario ofrece no solo beneficios materiales, sino también orgullo cultural, sensibiliza a la comunidad sobre el medio ambiente y su valor económico, creando un sentido de propiedad al diversificar las fuentes de ingresos. La comunidad Cofán Dureno ubicada en el cantón Lago Agrio, provincia de Sucumbíos, ha empleado sus atractivos culturales para motivar las visitas a su territorio y generar ingresos con el fin de mejorar la calidad de vida de los habitantes. También, existe buena accesibilidad que facilita la llegada de los visitantes, sin embargo, no posee uno de los pilares fundamentales del producto turístico que es el inventario de atractivos turísticos. La investigación tuvo como objetivo estructurar un producto turístico, como herramienta para el desarrollo de la comunidad Cofán Dureno, considerando su diversidad natural y cultural. Para diagnosticar la situación actual del turismo de la comunidad se realizó entrevistas virtuales a los actores clave de la comunidad, lo cual sirvió para realizar las matrices para determinar las potencialidades de la misma. Para realizar el inventario de los atractivos de la comunidad se utilizó la metodología propuesta por el Ministerio de turismo del Ecuador. Para desarrollar la propuesta del producto turístico se empleó la metodología propuesta por Ramírez (2019). Se determinó que existen asociaciones que se vinculan al turismo, siendo la Asociación de Mujeres “Suku” y la Asociación de Turismo “Ingi Tsampi”. Así como también que el turismo es importante dentro lugar debido que generan ingresos económicos para todas las familias involucradas en este sector. A través del inventario se obtuvo que todos los atractivos pertenecen a la jerarquía II. Por último, el producto se compone por

atractivos naturales y culturales, así como también de actividades relacionadas con el conocimiento del entorno y la historia de la comunidad, la cultura y costumbres.

Palabras Clave: actividad turística, desarrollo turístico, atractivos turísticos.

Abstract

Community-based tourism offers not only material benefits, but also cultural pride, raises community awareness of the environment and its economic value, creating a sense of ownership by diversifying sources of income. The Cofán Dureno community located in the Lago Agrio canton, Sucumbíos province, has used its cultural attractions to motivate visits to its territory and generate income to improve the inhabitants' quality of life. Also, there is good accessibility that facilitates the arrival of visitors, however, it does not have one of the fundamental pillars of the tourism product, which is the inventory of tourist attractions. The objective of the research was to structure a tourism product as a tool for the development of the Cofán Dureno community, considering its natural and cultural diversity. In order to diagnose the current situation of tourism in the community, virtual interviews were conducted with key actors in the community, which served to create matrices to determine the potential of the community. To make an inventory of the community's attractions, the methodology proposed by the Ministry of Tourism of Ecuador was used. To develop the tourism product proposal, the methodology proposed by Ramírez (2019) was used. It was determined that there are associations that are linked to tourism, being the "Suku" Women's Association and the "Ingi Tsampi" Tourism Association. It was also determined that tourism is important in the area because it generates economic income for all the families involved in this sector. The inventory showed that all the attractions belong to hierarchy II. Finally, the product is composed of natural and cultural attractions, as well as activities related to knowledge of the environment and the community's history, culture and customs.

Keywords: tourism activity, tourism development, tourist attractions.

1. INTRODUCCIÓN

Actualmente, a nivel mundial se está utilizando un nuevo tipo de turismo sostenible, como es el turismo comunitario, que es un complemento preciso de los destinos de sol y playa y que tiene como objetivo promover el turismo para las comunidades, poblaciones y



UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA
Trabajo de Integración Curricular

grupos étnicos, con la finalidad de contribuir al desarrollo ambiental, cultural y socioeconómico. En muchos destinos el turismo es una actividad que genera desarrollo, esto gracias a la existencia de los recursos y atractivos turísticos que tienen los territorios, los cuales son aprovechados adecuadamente. Además, se considera que los atractivos turísticos incurren en la motivación de los turistas para acudir a ellos, es necesario la identificación de estos con sus características, elementos que se detallan en un inventario, en la cual, tiene el objetivo de planificar dentro del territorio, así también tener conocimiento de los recursos disponibles y su estado de conservación (Carvajal & Lemoine, 2018, p. 170).

La investigación permite a los moradores y asociaciones de turismo de la comunidad Cofán Dureno tener identificados los atractivos turísticos con los que cuentan para que muestren a los visitantes, además de que brinda al lugar un producto turístico que permite la diversificación de la oferta para atraer a más turistas, lo que repercute en el incremento de los ingresos económicos y por ende los beneficios para la población local. También, sirve de ejemplo para el desarrollo de nuevos productos en la propia comunidad y en otras comunidades que hayan apostado por la actividad turística. Además, que los resultados de este artículo pueden ser aprovechados para la actualización de la matriz de atractivos del Ministerio de Turismo y por los gobiernos locales competentes (Gobierno Autónomo Descentralizado o GADs) para considerarla dentro de la planificación turística local.

Es importante el levantamiento de información de los atractivos turísticos de esta comunidad con instrumentos actualizados que proporcione características sobre los mismos debido que es muy fundamental en cuanto a planificación turística, porque así como establece Carvajal y Lemoine (2018b) el inventario un instrumento que genera desarrollo en los territorios y además sirve para diversificar todas las áreas que se encuentran inmersas en el mismo, tal como es el caso del desarrollo turístico (p. 170).

Parte del desarrollo económico en la población local es provocado por la actividad turística debido al aprovechamiento “de los elementos culturales, naturales y/o patrimoniales en un destino geográfico determinado” (Orgaz & Moral, 2016, p. 3). La comunidad Cofán Dureno ubicada en el cantón Lago Agrio, provincia de Sucumbíos, ha empleado sus atractivos culturales para motivar las visitas a su territorio y generar ingresos con el fin de mejorar la calidad de vida de los habitantes. También, existe buena

accesibilidad que facilita la llegada de los visitantes, sin embargo, no posee uno de los pilares fundamentales del producto turístico que es el inventario de atractivos turísticos, siendo este un instrumento de gestión que recoge las características e información relevante de estos, por el cual a través de su uso. Debido a esta problemática en la comunidad Cofán Dureno se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿De qué manera se puede impulsar el desarrollo turístico de la comunidad Cofán Dureno?

La presente investigación tuvo como objetivo general el diseño de un producto turístico para el desarrollo del turismo de la comunidad Cofán Dureno del cantón Lago Agrio considerando que la diversidad gastronómica ancestral, artesanías y diferentes actividades culturales se complementó con los atractivos naturales y culturales, con esto generar beneficios económicos y sociales dentro del lugar. Para él logró de esta finalidad se cumplió los siguientes objetivos específicos: 1) diagnosticar la situación actual del turismo de la comunidad; 2) realizar un inventario de los atractivos turísticos de la misma comunidad mediante la metodología establecida por el Ministerio del Turismo; y 3) desarrollar la propuesta de un producto turístico que permita el impulso del desarrollo del turismo de la comunidad Cofán Dureno.

2. MATERIALES Y MÉTODOS/METODOLOGÍA

La comunidad Cofán Dureno está ubicada en la vía Tarapoa km 23 margen derecho cruzando el río Aguarico, parroquia Nueva Loja. Además, la comunidad “tiene una superficie de 9.571 hectáreas de propiedad colectiva, y cinco centros poblados” (Lagos, 2018, p. 90). La presente investigación se realizó en este lugar. Para su ingreso se necesitó utilizar el transporte fluvial. Esta comunidad se localiza “a 0° 3’ 34.176” Latitud Norte y 82° 45’ 49.919” Longitud Oeste” (Jumbo, 2015, p. 23).

Según Escudero & Cortéz (2018) la investigación de enfoque cualitativa es definida como “aquella investigación que recaba información no cuantificable, basada en las observaciones de las conductas para su posterior interpretación. Su propósito es la descripción de las cualidades de hecho o fenómeno”. De acuerdo con esto, la presente investigación siguió una ruta cualitativa de paradigma interpretativo con un diseño exploratorio fenomenológico (su objetivo es describir y comprender los fenómenos desde la perspectiva de cada participante y desde una perspectiva construida colectivamente) y es de horizonte transversal debido que el estudio se dio en un momento puntual. La



UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA

Trabajo de Integración Curricular

información se realizó en el mismo espacio y lugar donde ocurre el fenómeno (comunidad Cofán Dureno), y las técnicas de recolección se aplicaron directamente en la comunidad.

2.1 Situación actual del turismo de la comunidad Cofán Dureno

Lo primero que se realizó es diagnosticar la situación actual del turismo de la comunidad Cofán Dureno, se utilizó el método inductivo. Dentro de este método se parte de lo particular a lo general, a través de la observación se recolectaron resultados que permitieron arribar a conclusiones generales. Según Anguera, Blanco, Losada y Sánchez (2016) enuncia que la técnica de la observación directa se basa en “registros de conducta en situaciones naturales en que se produzcan comportamientos de forma espontánea”. A partir de esta definición se ejecutó la técnica mencionada y también, se efectuó entrevistas a personas claves de la comunidad para obtener la información clave. Con la información recolectada se desarrolló la matriz PESTEL, la Matriz de Evaluación de los Factores Externos (MEFE), las cinco fuerzas de Porter, la Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI), el análisis FODA y el FODA estratégico.

2.2 Inventario y jerarquización de los atractivos turísticos de la comunidad Cofán Dureno

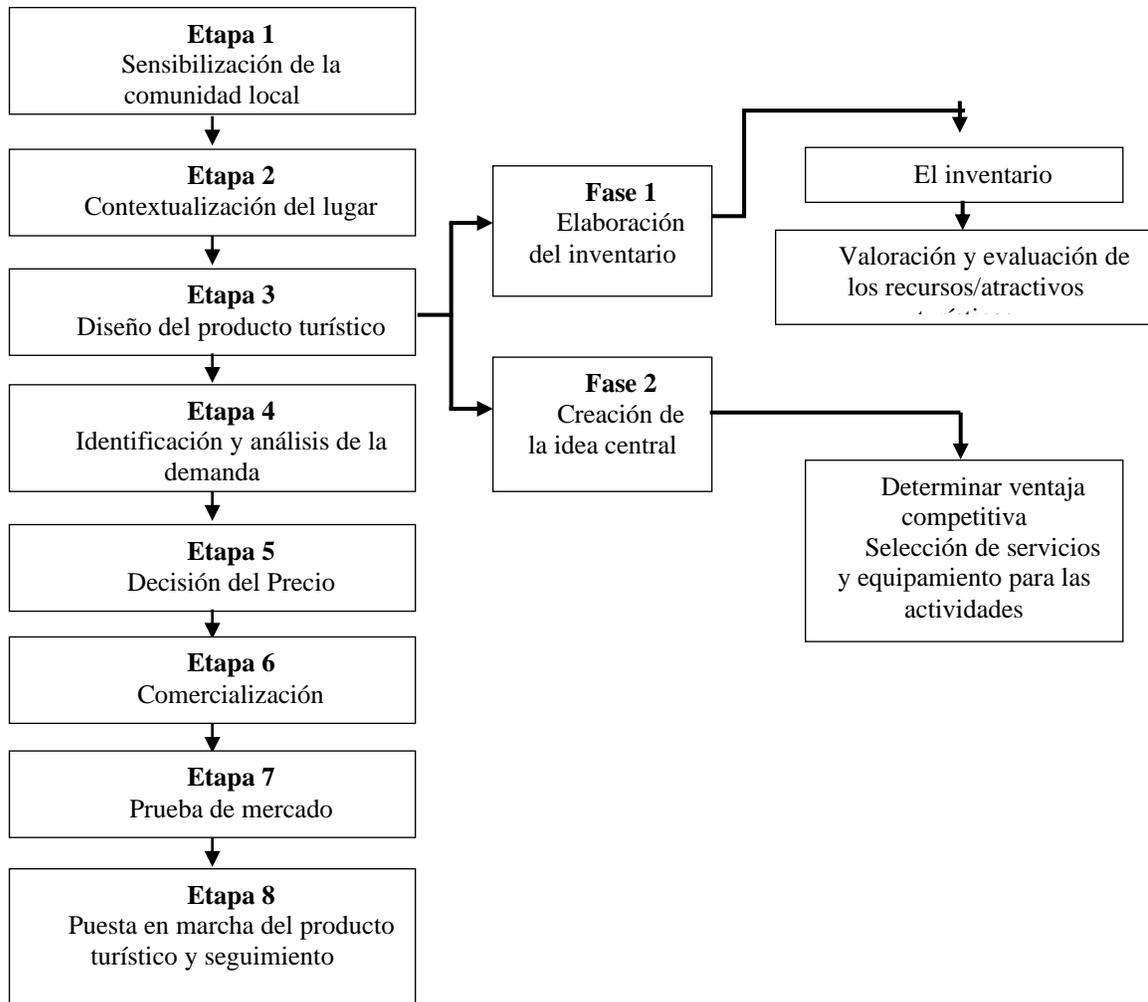
Después se llevó a cabo el inventario de los atractivos turísticos de la comunidad Cofán Dureno mediante la metodología establecida por el Ministerio del Turismo, donde este “establece los lineamientos técnicos para la identificación, clasificación y valoración de los atractivos con mejores condiciones para el desarrollo de productos turísticos” (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2017). Para el desarrollo de esta metodología se empleó la información de los atractivos en las fichas plasmadas por el Ministerio de Turismo del Ecuador para la obtención de datos, con esto se enlistó y se jerarquizó los atractivos naturales y culturales del lugar.

2.3 Producto turístico

Finalmente, se desarrolló la propuesta de un producto turístico para el desarrollo del turismo de la comunidad Cofán Dureno y se aplicó las etapas propuestas en la metodología desarrollada por Ramírez (2019). En la misma indica que para el diseño del producto turístico debe estar integrado por atractivos, accesos, facilidades y herencia cultural de un pueblo. A continuación, en la Figura 1 se detalla el procedimiento de esta metodología.

Figura 1

Metodología para la elaboración del producto turístico



Nota. Adaptado de (Ramírez, 2019).

Por lo tanto, se optó por esta metodología porque se ajustó a las condiciones de la investigación y en la cual, no fue implementado, por lo que se desarrolló hasta la etapa 6, puesto que las dos últimas etapas hacen referencia directa a la puesta en el mercado.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Diagnóstico de la situación actual del turismo de la comunidad Cofán Dureno

Para la presente investigación se valoró las respuestas de los actores claves en las entrevistas estructuradas virtuales debido que poseen conocimiento sobre el ámbito turístico de la comunidad. Además, el papel del actor clave es importante porque su



UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA
Trabajo de Integración Curricular

representación contiene una mayor virtud ya que tiene la cognición y experiencia dentro de la investigación cualitativa (Osorio, 2016). A continuación, se detalla los siguientes perfiles de los entrevistados:

- ◆ Abdón Yumbo: vicepresidente de la Asociación de Turismo Ingi Tsampi.
- ◆ Ramiro Ortiz: presidente de la Asociación de Turismo Ingi Tsampi.
- ◆ Nicolas Ortiz: promotor turístico de la etnia Cofán de la Casa Cultural del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Lago Agrio.
- ◆ Martín Criollo: dirigente de territorio Cofán Dureno de la Organización Representativa de la Nacionalidad Originaria Cofán del Ecuador.
- ◆ Nivaldo Yiyoguaje: presidente de la Organización Representativa de la Nacionalidad Originaria Cofán del Ecuador.

Tabla 1

Codificación de los resultados de las entrevistas a los actores claves

Categorías	Dimensiones	Número de ideas	Total de ideas por categoría
Importancia del turismo	Ingreso económico	5	6
Limitantes para el desarrollo turístico	Falta de capacitación en atención al cliente	3	9
Asociaciones vinculadas al turismo	Asociación de Mujeres Sukũ	5	14
	Asociación de Turismo Ingi Tsampi	5	
Apoyo de organización pública o privada	GAD Municipal del cantón Lago Agrio	4	6
Impulso turístico	Valoración de saberes ancestrales	3	12
Frecuencia de turistas	Una vez al año	3	4
Meses de afluencia turística	Abril	3	10
Clientes potenciales	Extranjeros (Estados Unidos)	3	10

Matriz PESTEL

Es una herramienta que nos permitió analizar la situación actual y el entorno externo en

el que se desenvuelve la comunidad Cofán Dureno y, además, de comprender el futuro próximo al identificar los factores potenciales o perjudiciales, y estos son: político, económico, sociocultural, tecnológico, ecológico y legal (Briceño, 2018, p. 16).

Tabla 2

Matriz PESTEL

Político	Económico	Social
<p>1. En el Código de Organización Territorial Autonomía y Descentralización (COOTAD) en su art. 54 Literal g, menciona que entre las funciones de los GAD Municipales es regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal.</p> <p>2. El gobierno actual del presidente Guillermo Lasso recibe un país con alto déficit económico y legado de cuentas públicas desequilibradas.</p>	<p>1. El ministro de Turismo Niels Olsen indicó que una de las opciones para atraer inversionistas es exonerar del impuesto a la renta a empresas que inviertan en el tema turístico en Ecuador.</p> <p>2. El Banco Central Del Ecuador (BCE) proyecta que la economía ecuatoriana crecerá en 2,8% en el año 2021.</p>	<p>1. En la Constitución del Ecuador se reconoce y garantizara los derechos colectivos a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas.</p> <p>2. El Instituto de Estadística y Censos (INEC), en agosto del 2021, la tasa de desempleo a nivel nacional fue del 4,9%. Para el área urbana la tasa de desempleo fue de 6,2% mientras que para el área rural fue del 2,2%.</p>
Tecnológico	Ecológico	Legal
<p>1. El gobierno actual busca reducir la brecha digital en las nomas más marginadas, hablamos de los sectores rurales y comunidades indígenas donde se están incrementando torres de conectividad a internet.</p> <p>2. Las Tecnologías de información y Comunicación (TIC) en la actividad turística genera incremento y mejora en la información y contratación de un servicio turístico, debido a que el marketing por medio del internet ayuda a acrecentar las gestiones empresariales generalmente en el turismo cultural y ecoturismo.</p>	<p>1. El incremento demográfico ocasiona el aumento en la deforestación en el entorno para implementar zonas agrícolas, ganaderas y el aprovechamiento de los recursos naturales, trayendo como consecuencia la perdida de la biodiversidad.</p> <p>2. La Cordillera de los Andes será una de las principales regiones de Ecuador que se verá afectada por el cambio climático. El país no puede escapar a la realidad de que el planeta está en alerta roja, según el último informe del Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático (IPCC).</p>	<p>1. Ley de Turismo define como principios de la actividad turística la iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia y afroecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos.</p> <p>2. En la constitución de la República del Ecuador art.14 entre sus objetivos se determina la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la prevención del daño ambiental.</p>

Matriz de Evaluación de los Factores Externos (MEFE)

Luego, se tomó en cuenta diez factores externos de la Matriz PESTEL considerados de alta relevancia que ayudaron a proporcionar un valor ponderado total de las oportunidades y amenazas. Y así se evidencio si el ambiente del sector es el adecuado (Cruz, Rodríguez &



Vega, 2018, p. 20).

En el Anexo 4 de la matriz MEFE manifiesta que el factor de oportunidades con un peso ponderado de 1,99 es mayor al peso ponderado de 0,67 del factor de amenazas, la suma de los subtotales da un valor ponderado promedio total de 2,66. Con estos resultados se pudo apreciar que el entorno externo es favorable para la comunidad ya que las oportunidades pueden hacer frente a las amenazas. Es decir, las organizaciones sociales y las entidades gubernamentales tienen la responsabilidad de apoyar los proyectos de desarrollo social, económico y político de las comunidades ancestrales, por lo que ciertas amenazas son parcialmente mitigadas por oportunidades. No se puede cambiar debido a factores incontrolables como desastres naturales, epidemias o una lenta recuperación económica y de la salud.

Cinco fuerzas de Porter

Amenaza de entrada de nuevos competidores.

Dentro de la comunidad Cofán Dureno se refleja que tienen conservados sus aspectos culturales, dispone de recursos naturales con una biodiversidad florística y faunística, pero carece de una equipación en la infraestructura dentro del territorio. Al ser parte del cantón Lago Agrio (considerado como pueblos mágicos) la comunidad está obligada a tener una constante innovación para mantenerse dentro del mercado turístico.

Poder de negociación de los clientes.

La comunidad Cofán Dureno tiene un distintivo debido que realiza dos eventos culturales (fiesta de la chonta y fiesta de las frutas), los cuales son únicos dentro del cantón Lago Agrio y, por lo tanto, son visitados por diversos turistas tanto nacionales como internacionales.

Amenazas de productos y servicios sustitutivos.

La comunidad Cofán Dureno cuenta con un gran potencial de atractivos turísticos, pero tiene una escasa participación dentro del plan de desarrollo turístico del GAD municipal y además posee poca información turística. Esto ha provocado que turistas internacionales se desplacen a otros lugares más reconocidos y promocionados, como es el caso de la Reserva Faunística Cuyabeno.

Poder de negociación de los proveedores.

La comunidad Cofán Dureno tiene una coordinación interna entre sus asociaciones para atender al turista y llevarlo hacia los diversos atractivos naturales y culturales los cuales son ofertados dentro del sector.

Rivalidad entre los competidores existentes.

La comunidad Cofan Dureno está preparada para recibir a los turistas ofreciendo su diversidad turística, pero tiene competencias directas con atractivos turísticos de otras ciudades debido a que su población local tiene poca cultura ambiental y esto afecta a la buena imagen de la comunidad y esto a su vez disminuye la oferta dentro del sector.

Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI)

Posteriormente, se seleccionó la información de mayor relevancia de las cinco fuerzas de Porter que contribuyeron al valor ponderado total de las fortalezas y debilidades. Y así se proporcionó un análisis interno de la comunidad (Trejo, N., Trejo, E. & Zúñiga, 2016).

En el Anexo 5 de la matriz MEFI manifiesta que el factor de fortalezas con un peso ponderado de 2,20 es mayor al peso ponderado de 0,65 del factor de debilidades, la suma de los subtotales da un valor ponderado promedio total de 2,85. Dichos datos se pueden interpretar que las fortalezas pueden hacer frente a las debilidades, estas últimas pueden ser minimizadas gracias a las capacidades de toda una comunidad, una de ellas es disponibilidad de recursos naturales, belleza escénica y biodiversidad florística y faunística además de la visión comunitaria de emprender turismo, asociatividad entre grupos étnicos y agencias, y organización entre grupos internos para el desarrollo de la misma.

Análisis FODA

Para diagnosticar la situación actual del turismo la comunidad Cofán Dureno, se utilizó la matriz FODA, la cual muestra el contexto interno del área de estudio, y el entorno externo que directa e indirectamente afecta al lugar (Labra, Rivera & Reyes, 2017, p. 83). A partir de la información recopilada, se construyó la Tabla 3, que presenta las principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas detectadas en el sector investigativo. Para posteriormente, elaborar el FODA estratégico que se visualiza en la Tabla 4.



UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA
Trabajo de Integración Curricular

Tabla 3

FODA de la comunidad Cofán Dureno

N°	FORTALEZAS	N°	DEBILIDADES
1	Organización interna de grupos estratégico para la oferta turística.	1	Hospedaje y su servicio poco profesional.
2	Aspectos culturales conservados dentro de la comunidad.	2	Insuficiente equipación en la infraestructura de la comunidad Cofán Dureno.
3	Emprendimientos de manufactura para el turismo “miembros de la comunidad”.	3	Poca promoción turística de la comunidad Cofán Dureno.
4	Disponibilidad de recursos naturales, belleza escénica y biodiversidad florística y faunística.	4	Poca cultural ambiental de la población local para mantener la buena imagen de la comunidad.
5	Buena accesibilidad (vía terrestre y fluvial) hacia la comunidad Cofán Dureno.	5	Escasa participación de la comunidad para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico del GAD.
N°	OPORTUNIDADES	N°	AMENAZAS
1	Programa Fondo Emprende para proponer proyectos innovadores.	1	Introducción de compañías petroleras en la comunidad Cofán Dureno.
2	El acceso a las herramientas tecnológicas para acelerar múltiples procesos que conllevan al progreso turístico con más eficacia.	2	Conflictos sociales y políticos dentro de la comunidad por una administración ineficiente.
3	Respaldo de la CONAIE en el marco Legislativo.	3	Impacto de la globalización causando una aculturación a futuras generaciones.
4	Nuevos decretos del MINTUR en cuanto a exonerar del impuesto a la renta para aquellos proyectos turísticos nacientes.	4	Débil recuperación de los efectos de la pandemia (COVID 19).
5	La FEPTCE y sus compromisos con las comunidades que buscan salvar los recursos naturales y culturales a través del turismo comunitario.	5	Capacidades incompetentes por parte de los entes reguladores (MINTUR, MAE) al momento de financiar proyectos o programas que beneficien a la comunidad.

Tabla 4

FODA estratégico de la comunidad Cofán Dureno

MATRIZ DE CONFRONTACIÓN		FACTORES INTERNOS	
		OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS	Elaborar productos turísticos que diversifiquen la actividad turística dentro del sector (ya que posee gran diversidad de recursos naturales y culturales) en coordinación entre entidades turísticas nacionales con las asociaciones internas vinculadas al turismo de la comunidad. F1, F2, F3, F4, F5; O1, O2, O3, O4, O5	Socializar con todas las personas de la comunidad Cofán Dureno sobre la importancia del turismo y sus beneficios, para que la población local se involucre en la actividad turística con las asociaciones internas mediante un trabajo unido y lograr la potencialización de sus atractivos turísticos. F1, F2, F3, F4, F5; A1, A2, A3, A4, A5

DEBILIDADES

Gestionar recursos financieros de las diferentes instituciones (que apoyan al turismo dentro de las comunidades) para la promoción turística de la comunidad y capacitación del talento humano en temas de hospedaje, innovación, de infraestructura, administración, servicio al cliente y cultura ambiental para impulsar el desarrollo turístico del lugar. **D1, D2, D3, D4, D5; O1, O2, O3, O4, O5**

Construcción de cabañas con recursos locales y de calidad para lograr una competencia directa ante los establecimientos hoteleros de la ciudad. **D1, D2; A4**

Realizar reuniones con entes reguladores (MAE, MINTUR) para tener apoyo financiero de emprendimientos turísticos, capacitación del personal (turismo y protección ambiental) y promoción de la comunidad. **D3, D4; A1, A3, A5**

Designar una comisión de turismo apoyada por toda la comunidad, para que gestione la inclusión del territorio en el plan de desarrollo turístico. **D5; A2**

3.2 Inventario de los atractivos turísticos de la comunidad Cofán Dureno

Para la información de la fase 2 de la etapa 3 de la Metodología de Ramírez (2019) y que forme parte de la oferta turística del producto turístico “Sukû Quían”, se realizó el inventario de los atractivos turísticos con el mayor detalle de cada uno de los elementos mediante la ficha única propuesta por el Ministerio de Turismo del Ecuador para la recolección de datos de un lugar determinado, y se visualiza los resultados en la Tabla 5.

Tabla 5

Resumen de las fichas de jerarquización de los atractivos turísticos de la comunidad Cofán Dureno

Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Laguna del Paiche	Atractivos Naturales	Ambientes Lacustres	Laguna	II
Árbol Ceibo	Atractivos Naturales	Bosques	Húmedo Tropical	II
Árbol Matapalo	Atractivos Naturales	Bosques	Húmedo Tropical	II
Árbol Tsatsavo	Atractivos Naturales	Bosques	Húmedo Tropical	II
Árbol Milenario	Atractivos Naturales	Bosques	Húmedo Tropical	II
Árbol Sandí	Atractivos Naturales	Bosques	Húmedo Tropical	II
Árbol Chimiraco	Atractivos Naturales	Bosques	Húmedo Tropical	II
Casa del Yagé	Manifestaciones Culturales	Folcklore	Medicina ancestral	II
Artesanías	Manifestaciones Culturales	Folcklore	Artesanías y artes	II
Danza Cultural	Manifestaciones Culturales	Folcklore	Música y danza	II
Río Aguarico	Atractivos Naturales	Río	Río	II
Shamanismo	Manifestaciones Culturales	Folcklore	Fiestas religiosas,	II



UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA
Trabajo de Integración Curricular

			tradiciones y creencias populares	
Cascada	Atractivos Naturales	Fenómenos Geológicos	Quebrada	II

3.3 Propuesta del producto turístico

Etapa 1. Sensibilización de la comunidad local

Se realizó entrevistas virtuales con los actores claves que tienen conocimientos turísticos de la comunidad Cofán Dureno, sus criterios fueron que la actividad turística es importante dentro del lugar ya que les genera ingresos económicos para los grupos involucrados y familias que participan de este ámbito. Por lo tanto, mediante la propuesta de este producto turístico es favorable realizarlo dentro de este sitio porque permite la participación de la Asociación de Turismo Ingi Tsampi que se encarga en el tema de logística, capacitación al talento humano (población local) y sobre todo la guianza de los turistas hacia los atractivos turísticos; también de las asociaciones de mujeres que ofrecen las artesanías, vestimenta y gastronomía; y finalmente, de los adultos mayores porque se ocupan del Shamanismo y de las plantas medicinales (usos y beneficios que conllevan consumirlas).

Etapa 2. Contextualización del lugar

La comunidad Cofán Dureno es uno de los asentamientos más importantes de su respectiva nacionalidad, se encuentra localizada a 30 minutos de la ciudad Nueva Loja, en el kilómetro 23 de la vía Lago Agrio-Tarapoa al borde derecho del río Aguarico. Conservan su propia lengua y vestimenta, y tienen una profunda riqueza cultural que se ha transmitido de generación en generación. Todos los años celebran la Fiesta de la Chonta en el mes de marzo o el mes de abril, que reúne a turistas nacionales y extranjeros para dar a conocer sus saberes ancestrales. Este evento cultural lo realizan para dar gracias a la Madre Naturaleza por cosechar este fruto tradicional de la región Amazónica del Ecuador. Dentro de la comunidad, se encuentra la Asociación de Mujeres que se dedica a la elaboración de diversas artesanías con materiales como fibras naturales del lugar. Desarrollaron una marca llamada Sukû, el proyecto ha ingresado al mercado nacional y los países europeos, atraído por los colores brillantes y los diseños innovadores.

Etapa 3. Diseño del producto turístico

Fase 1. Elaboración del inventario.

En la Tabla 5 se refleja el resumen sobre las jerarquías de los doce atractivos turísticos que forman parte de la oferta turística del producto turístico “Sukû Quían”.

Fase 2. Creación de la idea central.

El nombre del producto turístico esta enfocado del vocablo cofán “Sukû” que significa Tucán, y del vocablo cofán “Quían” que significa Fuerte. Por lo tanto, se le hace atributo a esta especie con la cualidad fuerte ya que su estadía se da dentro del campo de la comunidad Cofán Dureno y su llegada se da por temporadas (mes de abril). Además, dentro del logo de este producto turístico se encuentra esta especie como imagen principal que se refleja en la figura 2.

Para el diseño del producto turístico, se considero los atractivos turísticos inventariados como la oferta turística y se propone un paquete turístico de dos días y una noche, que permite visitar cada atractivo, combinando las actividades y servicios locales, haciéndolo llamativo para los turistas e influenciados por la comunidad local que prestan sus servicios de gastronomía y hospedación. Todo esto se refleja en la Tabla 6 y en el Anexo 8.

Tabla 6

Itinerario del primer día con las actividades del producto turístico “Sukû Quían”

Día 1		
8h30: Llegada a la comunidad Cofán Dureno (recibimiento a los turistas con Chicha)		
Horario	Atractivo turístico	Actividad
9h00	Árbol CEIBO	Cuento
9h30	Laguna del Paiche	Fotografía e historia del sitio
10h00	Árbol Matapalo	Cuento
10h15	Árbol Tsatsavo	Historia y su uso
10h45	Árbol Milenario	Fotografía e historia del sitio
11h30	Árbol Sandí	Degustación del líquido del árbol
12h15	Árbol Chimbiraco	Fotografía y visualización interna del árbol
13h15	Casa del Yagé	Historia
ALMUERZO		
15h00	Artesanías	Visualización y compra del producto



UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA
Trabajo de Integración Curricular

15h30	Danza cultural	Visualización y participación de la danza
	CENA	
20h30	Shamanismo	Participación del evento y toma del Yagé
	DESCANSO	
Día 2		
Horario	Atractivo turístico	Actividad
	DESAYUNO	
9h00	Cascada	Fotografía y disfrutar del lugar
13h00	Gastronomía típica	Degustación del Maito y del Paiche
14h30	Río Aguarico	Pesca deportiva

Etapa 4. Identificación y análisis de la demanda

Para la identificación y análisis de la demanda que visita la comunidad Cofán Dureno se tomaron datos de la investigación de Gómez (2019) en la cual realiza una tesis titulada “Plan de Marketing para promover la visita a la Comuna A’i Cofán Dureno, del Cantón Lago Agrio”. Los turistas internacionales que visitan la comunidad en su mayoría son procedentes de Estados Unidos y Colombia; así mismo los turistas nacionales que llegan al lugar son de las ciudades de Quito, Cuenca y Guayaquil. Donde su gasto promedio diario en el sitio es de 30 dólares tanto para los turistas nacionales y extranjeros. Siendo el género femenino el más concurrido. El rango de edad que más visita esta comunidad oscila los 36-53 años, seguido por el rango de edad de 18-35 años. Las principales motivaciones para los turistas son las tradiciones culturales y la artesanía. Los meses de mayor ingreso al lugar son enero, marzo y abril.

Etapa 5. Decisión del precio

La tabla 7 contiene un detalle de cálculo realizado para establecer el precio del producto turístico “Sukû Quían” en base a las actividades realizadas y otros conceptos durante los dos días y una noche.

Tabla 7*Costo del producto turístico “Sukû Quían”*

SERVICIOS	RUBRO	PRECIO USD
Alimentación	Desayuno	2,50
	Almuerzo (x2)	5,00
	Cena	2,50
Alojamiento	Casa del milenio	10,00
Transporte	Fluvial (ingreso a la comunidad)	2,00
	Viaje a la cascada por grupo de 4 pax (\$20)	5,00
Guianza	Guía por grupo de 4 pax (\$20)	5,00
Otros	Danza cultural	10,00
SUBTOTAL 1		42,00
Promoción (10%)		4,20
SUBTOTAL 2		46,20
Depreciación (10%)		4,62
SUBTOTAL 3		50,82
Gastos administrativos (10%)		5,08
SUBTOTAL 4		55,90
Utilidad (7%)		3,91
TOTAL		59,81

Etapa 6. Comercialización

El producto turístico “Sukû Quían” tiene su propio logo que se visualiza en la figura 2, la comercialización directa con los clientes se da en las redes sociales de Facebook, Twitter e Instagram. También, está presente los intermediarios de comercialización de las siguientes entidades:

- ◆ **GAD Municipal del cantón Lago Agrio:** mediante sus redes sociales (Facebook e Instagram) de Turismo Lago Agrio.
- ◆ **CAPTUR Sucumbíos:** a través de publicidad en su sede y redes sociales oficiales.



Figura 2

Logo del producto turístico “Sukû Quían”



4. CONCLUSIONES

Diagnosticando la situación actual del turismo de la comunidad Cofán Dureno se obtuvo que las asociaciones que están vinculadas al turismo en la comunidad son: la Asociación de Mujeres “Suku” y la Asociación de Turismo “Ingi Tsampi”. Para dar un mayor impulso turístico en esta comunidad lo cual se requiere de un producto turístico para que sus saberes ancestrales sean valorizados y demostrar a los turistas la importancia de esto con relación al turismo. Los clientes potenciales que visitan el lugar son los turistas extranjeros de Estados Unidos, estos turistas con los demás visitantes (nacionales e internacionales) visitan con mayor afluencia en el mes de abril debido que la comunidad realiza el evento de la Fiesta de la Chonta. La razón de que no lleguen muchos turistas al sitio es debido a la falta de capacitación de la población local en atención al cliente y, por lo tanto, esto es la principal limitante para el ámbito turístico del lugar. La comunidad ha tenido apoyo por parte del GAD Municipal del cantón Lago Agrio en emprendimientos turísticos porque la población local considera que el turismo es importante dentro del lugar debido que generan ingresos económicos para todas las familias involucradas en este sector.

Para el inventario de los atractivos turísticos se optó por seis atractivos naturales y cuatro manifestaciones culturales, posteriormente a la jerarquización mediante las fichas de la Metodología propuesta por el Ministerio del Turismo del Ecuador teniendo como resultado de jerarquía II en todos los atractivos. Propiciando establecer las actividades para el producto turístico, la que más destaca es el senderismo donde se visitará siete atractivos naturales y una manifestación cultural. Se concluyó que los atractivos inventariados tienen

características excepcionales que pueden ser dinamizados individualmente o en conjunto con otros atractivos adyacentes y, además, brindan las mejores condiciones para esta propuesta de producto turístico. También, son capaces de atraer turistas nacionales y extranjeros que acuden a la zona por otros motivos turísticos.

El producto turístico “Sukû Quían” dentro de la comunidad Cofán Dureno es una propuesta que implica atractivos naturales y culturales, actividades relacionadas con el conocimiento del entorno y la historia de la comunidad, la cultura y costumbres, y también, labores tradicionales como las artesanías y la gastronomía propia del lugar. Para la realización estas actividades, logística y una mejor atención y orientación al turista está presente el apoyo de la Asociación de Turismo Ingi Tsampi y de las asociaciones de mujeres.

REFERENCIAS

- Anguera, M., Blanco, A., Losada, J. & Sánchez, P. (2016). Nueva perspectiva de los mixed methods desde la observación directa e indirecta en Ciencias del Comportamiento: Transformación de datos cualitativos para su análisis cuantitativo. *Revista Investigación Cualitativa en Ciencias Sociales*, 3, 218-227.
- Briceño, D. (2018). *Estrategias y planes para la empresa Crispeticas Sport*. (Trabajo de grado). Universitaria Agustiniiana, Bogotá, Colombia.
- Carvajal, G. & Lemoine, F. (2018). Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente. *El periplo sustentable*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362018000100164
- Cruz, M., Rodríguez, D. & Vega, O. (2018). *Orientación del proceso administrativo de la Cooperativa Causes, por medio de la capacitación, formación y acompañamiento a los asociados para la mejora continua de la organización*. (Trabajo de grado). Universidad Cooperativa de Colombia, Bogotá, Colombia.
- De Lamare, F. (2017). La diversificación de la oferta turística como alternativa para minimizar la estacionalidad: El caso de los eventos en el balneário camboriú (Santa Catarina, Brasil). *Cuadernos de Turismo*, 91-112.
- Escudero, C., & Cortéz, L. (2018). *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica* (Primera ed.). Ecuador, Machala: UTMACH.
- Gómez, Y. (2019). *Plan de Marketing para promover la visita a la Comuna A'i Cofán Dureno, del Cantón Lago Agrío*. (Trabajo de grado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.



UNIVERSIDAD ESTADAL AMAZÓNICA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA
Trabajo de Integración Curricular

- Jumbo, A. (2015). *Aculturación comunitaria y productiva en el territorio Cofán, parroquia Dureno, provincia de Sucumbíos*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Loja, Loja, Ecuador.
- Labra, O., Rivera, G. & Reyes, J. (2017). Análisis FODA sobre el uso de la inteligencia competitiva en pequeñas empresas de la industria del vestido. *Visión del Futuro*, 21(1), 78-99.
- Lagos, P. (2018). Petróleo, desarrollo y etnicidad: Ciudad del Milenio Dureno, Sucumbíos, Ecuador. *Latinoamericana de Políticas y Acción Pública*, 4(2), 85-108.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2017). *Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador*. 2da ed. Quito, Ecuador.
- Orgaz, F., & Moral, S. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *El Periplo Sustentable*, 31, 1-17. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193449985009>
- Osorio, B. (2016). *El informante como persona clave en la investigación cualitativa*. Venezuela: Gaceta de Pedagogía.
- Ramírez, O. (2019). Propuesta metodológica para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local. *Ciencias de la Administración y Economía*, 9(17), 127-143. doi:<https://doi.org/10.17163/ret.n17.2019.08>
- Trejo, N., Trejo, E. & Zúñiga, J. (2016). Análisis FODA del sector lácteo: un estudio de caso. *Revista de Planeación y Control Microfinanciero*, 2(4), 8-22.

ANEXOS

Anexo 1. Marco teórico.

Marco teórico

Antecedentes

Para la elaboración de la presente investigación se tomó como guía el trabajo de titulación de Granados y Parra (2018) en la cual realizan su trabajo investigativo enfocado a proponer el diseño de un producto turístico para promover la oferta turística, siendo el lugar de estudio la comunidad Tabuga ubicada en el cantón Jama. Los investigadores aplicaron un diseño de investigación descriptivo, con enfoque cualitativo ya que realizaron entrevistas y cuantitativo debido a que aplicaron encuestas a una muestra de 267 habitantes de la comuna Tabuga. Los resultados que obtuvieron fue que existe una aceptación de la población local para desarrollar productos turísticos y que los potenciales que sobresalen en su comunidad son la producción de café, artesanías, Reserva Lalo Loor y la cultura Jama Coaque, los cuales deben ser considerados como parte de la oferta turística del lugar de estudio.

En lo investigado por Cañar (2019) en su artículo académico su objetivo es diseñar un producto turístico cultural en la cual pretende que la región donde se realiza el estudio sea reconocida como un atractivo turístico, para ello el lugar de estudio fue en Paute – Azuay. La autora aplica los métodos de investigación analítico-sintético e inductivo-deductivo; las fuentes de información primarias escogidas fueron las encuestas y entrevistas, así como también la recogida de datos de libros, folletos y otras investigaciones como fuentes de información secundaria. En la investigación se determinó que el rango de edades de personas que realizan turismo en Paute es de 25 – 51 años, siendo el primer motivante la gastronomía del lugar. Para el diseño de su producto turístico se escogieron los atractivos con mayor representatividad.

Marco conceptual

En el presente capítulo se presentan las principales bases teóricas relacionadas con el tema de investigación de "Estructura de un producto turístico para el impulso del desarrollo del turismo en la comunidad Cofán Dureno, cantón Lago Agrio, provincia de Sucumbíos",



UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA
Trabajo de Integración Curricular

tomando como referencia el criterios y aportes de múltiples autores con relación a las variables planteadas en el trabajo de investigación.

Turismo

El turismo forma parte de uno de los principales sectores económicos a nivel mundial, adquiriendo un alto grado de importancia en los países en vías de desarrollo, mismo que, de acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (1994) consiente en el desplazamiento de individuos de un lugar habitual a otro distinto permitiendo desarrollar actividades de ocio, negocio u otros motivos. Este desplazamiento vincula una estrecha relación entre el turista y el atractivo seleccionado, siendo estos la motivación de la visita por lo que deben estar a disposición para satisfacer las necesidades y expectativas de la demanda.

Para la actividad turística se requiere de un principal componente que son los atractivos turísticos, considerándose la razón principal para el desplazamiento de los turistas desde su lugar de origen hasta el destino turístico con el objetivo de disfrutar de su entorno natural y cultural. Carvajal y Lemoine (2018) afirman que los atractivos turísticos “son un conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista” (p. 169).

Los atractivos turísticos son los elementos primordiales para el desarrollo e impulso de la actividad turística, por ello, deben ser tomados en cuenta como la base para el crecimiento del sector turismo; puesto que son un componente de carácter inherente de las comunidades, y una parte de esa consideración debe estar encaminada a “fortalecer el patrimonio, la identidad cultural, conservarlos y de igual forma motivar a los turistas para que realicen su visita” (Carvajal & Lemoine, 2018, p. 165).

Dentro de la actividad turística es importante resaltar la función que realizan los visitantes, ya que generan economía para el destino y esto impulsa a la población local para involucrarse en el turismo. El potencial de visitantes hace referencia a que los turistas tienen por finalidad que “al llegar a un sitio turístico disfruten de diferentes experiencias que les provoquen felicidad como un clima amable, un ambiente tranquilo o diferente en comparación con el de su lugar de origen” (Huerta, 2018, p. 27). En base a ello, se puede descubrir a turistas nacionales e internacionales que consumen los bienes y adquieren

servicios de un determinado lugar.

Entonces, al generar actividades turísticas en un destino de manera adecuada, este puede dar como resultado el desarrollo local, del cual, Arroyo (2018) afirma:

Es un proceso de transformación que implica la mejora de la economía y de la sociedad en una localidad, se enfatiza en lograr cambios sobre las dificultades que estos padecen, todo esto a partir del uso de todos sus recursos y realizando el turismo. (p. 46)

Es decir, el progreso de un determinado territorio permite que las oportunidades de empleo en diferentes áreas se amplíen, trayendo consigo no solo el mejoramiento de vida de la población favorecida, sino también salvaguardar los recursos naturales que los rodean.

Por su parte, las facilidades turísticas son el conjunto de bienes y servicios que hacen posible el turismo. Bonilla (2017) afirma: “Son las diversas instalaciones que los turistas pueden hacer uso, para satisfacer sus necesidades y que son necesarios para que se desarrolle la actividad turística” (p. 12). Estas facilidades turísticas son un componente principal de los productos turísticos, ya que permiten que se ponga en valor los recursos existentes dentro de un territorio y dan paso a la diversificación de la oferta; así como menciona Sammarchi (2001): “Sin la existencia de estas facilidades, el recurso turístico rara vez se constituye en un producto turístico” (p. 136).

Al tener las facilidades turísticas necesarias para realizar turismo en la Comunidad, permite al destino ser más accesible para el turista, en cuando a adquisición de paquetes, accesibilidad, alojamiento, transporte y restauración; esto posibilita y favorece la estructuración del producto turístico que el desarrollo turístico de Cofán Dureno.

Turismo en Ecuador

El turismo forma parte de uno de los principales sectores económicos, adquiriendo importancia en los países en vías de desarrollo. Esta actividad económica opera como fuente de oportunidades para la modernización social y cultural de un espacio territorial, siendo el patrimonio un elemento de conexión social.

El constante crecimiento demostrado por el turismo en el escenario mundial



UNIVERSIDAD ESTADAL AMAZÓNICA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA

Trabajo de Integración Curricular

también ha impactado al Ecuador que está considerado como uno de los 17 países con mayor biodiversidad por kilómetro cuadrado del mundo, lo que ha contribuido en los últimos años al incremento en la llegada de turistas debido a sus maravillas naturales que posee. (Loor, Alonso & Pérez, 2018, p. 98)

El turismo en Ecuador se ha establecido como una importante actividad lucrativa que genera ingresos significativos para el país, gracias al gran potencial turístico que presenta en su diversidad natural y cultural que conserva, esto despierta el interés de las visitantes internacionales y los motiva a crear vivencias únicas e inmemoriales.

El potencial turístico se define como la capacidad de los productos turísticos regionales o urbanos para satisfacer los gustos y preferencias actuales de los turistas en una región en particular (SECTUR, 2011, p. 25). Resaltando que su perspectiva primordial está en “el acondicionamiento o la función de activación de la misma para alcanzar el máximo potencial de un territorio” (Mikery & Pérez, 2014, p. 1733). Ecuador es un país con una gran variedad de productos que hace que sea fácil ser un destino turístico por excelencia.

Ecuador es un país cuya estructura productiva es altamente dependiente del sector primario y necesita diversificar su matriz productiva y generar nuevos ingresos para mejorar su economía (Castillo, Martínez & Vázquez, 2015, p. 1). Por lo que ha impulsado una serie de iniciativas en el sector turístico de forma que en los últimos años el gobierno ecuatoriano puso en marcha el Plan Estratégico de Turismo 2030 (PLANDETUR 2030).

Tomando en cuenta lo antes citado, el turismo en el país ha provocado una dinamización económica y generadora de divisas debido que la actividad turística en nuestro país. Segura (2015) afirma que este “busca fortalecer el sistema turístico mediante la innovación y mercadeo de productos y servicios de calidad enmarcados en la sostenibilidad” (p. 36). Por lo tanto, en la industria turística se requiere de una gestión que involucre los diferentes recursos (humanos, económicos, ambientales) para generar un turismo consiente y responsable que aporte al desarrollo económico y social del destino.

En la Amazonía ecuatoriana, el turismo se ve influenciado en la diversidad de flora y fauna que posee esta región, por lo tanto, la actividad turística se desarrolla como un turismo alternativo para visitar la riqueza cultural y natural que contiene. Dentro de la

provincia de Sucumbíos se encuentran “características naturales y representaciones culturales extraordinarias y una importante atracción turística cuyo valor ha sido reconocido recientemente a nivel local, nacional e internacional” (Mestanza, Cunalata, Jiménez & Chacha, 2019, p. 68). Gracias a ello, dos de sus siete cantones (Shushufindi y Lago Agrio) fueron ya declarados como Pueblos Mágicos a inicios del 2021.

Turismo comunitario

El turismo comunitario ofrece no solo beneficios materiales, sino también orgullo cultural, sensibiliza a la comunidad sobre el medio ambiente y su valor económico, creando un sentido de propiedad al diversificar las fuentes de ingresos. Actualmente, el turismo en las comunidades del Ecuador compone un área estratégica importante del sector y de la economía nacional, pero al mismo tiempo es necesario generar fuentes de trabajo y estar directamente relacionado con el desarrollo.

De acuerdo con Lopez y Sanchez (2009) el turismo comunitario es una actividad que “se fundamenta en la creación de productos turísticos bajo el principio básico de la necesaria participación de la comunidad local” (p. 89), Por otro lado, para Casas Jurados et al., (2012), el turismo comunitario se refiere a aquel turismo que “está basado en la comunidad local” y “que pretende reducir el impacto negativo y reforzar los impactos positivos del turismo en la naturaleza” (Orgaz, 2013, p. 3).

La Región Amazónica tiene una gran riqueza tradicional, natural, cultural y turística que permanece intacta en varios territorios. Una de ellas es la comunidad Cofán – Dureno, ubicada a orillas del río Aguarico, a 30 minutos de Lago Agrio; es uno de los principales asentamientos indígenas de este cantón.

Dentro de la comunidad Cofán Dureno se encuentra una diversidad de atractivos para el desarrollo de turismo, aunque estos no han sido difundidos ni poseen los servicios básicos para su recreación. Por lo tanto, mediante la realización del inventario de atractivos naturales y culturales impulsará a la población local, al Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Dureno y también al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Lago Agrio a:

Planificar la dotación de facilidades e infraestructura a estos sitios,



UNIVERSIDAD ESTADAL AMAZÓNICA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA

Trabajo de Integración Curricular

fortalecer la actividad turística resultará de suma importancia para lograr beneficios principalmente económicos que esta actividad puede generar a las poblaciones, brindándoles de esta forma una alternativa económica compatible con los objetivos de conservación. (GAD Parroquial Rural Dureno, 2015a, p. 148)

Desarrollo turístico

Cuando se trata de desarrollo turístico, se lo puede definir específicamente como la provisión y mejora de instalaciones y servicios que satisfagan las necesidades de los turistas (Pearce, 1991). La característica del desarrollo turístico es que “su progreso no es espacialmente homogéneo, sino una concentración de actividades, lo que siempre está relacionado con las materias primas del turismo, es decir, los atractivos naturales y culturales” (Varisco, 2008, p. 61).

Es importante mencionar que, en la *Conferencia Mundial de Turismo Sostenible* realizada en Lanzarote, la Organización Mundial del Turismo (1995) menciona que “toda opción de desarrollo turístico debe repercutir de forma efectiva en la mejora de la calidad de vida de la población y contemplar su incidencia e interrelación positiva respecto a la identidad sociocultural” (p. 2). Es decir, debe existir un beneficio constante en las áreas de influencia, todo desarrollo turístico requiere de una planificación previa a la realización de proyectos que beneficien a la localidad.

Por su parte, Santana (2003) distingue tres enfoques de desarrollo turístico, que son el enfoque urbanístico geográfico, el enfoque socio antropológico y el enfoque socioeconómico (p. 10). Para entender a qué se refiere cada uno de ellos, Varisco (2008) refiere lo siguiente:

- Enfoque urbanístico-geográfico: se basa especialmente en el impacto espacial de la actividad turística.
- Enfoque socio-antropológico: se pone énfasis en las motivaciones y actitudes de los turistas y de los residentes.
- Enfoque socioeconómico: pone énfasis en el desarrollo de la oferta turística, en especial, de las empresas que satisfacen las necesidades de

los turistas. (p. 64)

Tomando como referencia lo establecido por el autor, el desarrollo turístico que se procura lograr con este trabajo tiene un enfoque socioeconómico dado que pretende ofrecer un producto turístico para impulsar la actividad turística en la comunidad Cofán Dureno.

Para ello, es necesario realizar un diagnóstico tanto interno como externo a través de matrices que permitan conocer la situación actual del área donde se prevé trabajar, a través del diseño de una matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), que es una herramienta muy utilizada dentro de la planeación estratégica.

La matriz FODA se compone de factores internos que son las fortalezas y debilidades, mientras que los factores externos son identificados con las oportunidades y amenazas. Hay que aclarar que los componentes del entorno interno pueden ser controlados, a su vez los del entorno externo no se pueden controlar, es por ello que el resultado obtenido a través del uso de esta matriz, da paso a que se planteen estrategias fundamentadas en las fortalezas para disminuir las debilidades, así como aprovechar las oportunidades y contrarrestar las amenazas. (Nikulín & Becker, 2015, p. 129)

Una vez elaborada la matriz FODA enlistando los factores que influyen en el desempeño y progreso de la comunidad, es importante conocer el entorno general del área de investigación, a través de métodos que permitirán mejorar los aspectos que obstruyen o frenan el desarrollo turístico de del atractivo.

Entonces, para la revisión del entorno general se utiliza el método de análisis PESTEL, que incluye la inspección de la influencia de factores externos que están fuera del control de la empresa pero que pueden afectar su desarrollo futuro (Martínez & Milla, 2012, p. 34). El análisis PESTEL es una herramienta útil para comprender el panorama general de su entorno y las oportunidades y amenazas que existen en él. Al entender su entorno operativo (externo a la organización), puede aprovechar las oportunidades y minimizar las amenazas.

De acuerdo con Gutiérrez y Restrepo (2017) dentro de este análisis se encuentra los siguientes factores:



UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA
Trabajo de Integración Curricular

- Factores políticos: se trata de cómo y en qué medida interviene un gobierno en la economía. Esto puede incluir: política gubernamental, estabilidad política o inestabilidad en los mercados extranjeros, política de comercio exterior, política tributaria, legislación laboral, legislación ambiental, restricciones comerciales, etcétera. De la lista anterior se desprende claramente que los factores políticos suelen tener un impacto en las organizaciones y en cómo hacen negocios.
- Factores económicos: los factores económicos tienen un impacto significativo en cómo una organización hace negocios y también en lo rentables que son. Estos factores incluyen el crecimiento económico, los ciclos económicos, las políticas económicas del Gobierno, los factores macroeconómicos propios de cada país, las tasas de interés, los tipos de cambio, el nivel de inflación, la renta disponible de los consumidores y las empresas, y así sucesivamente.
- Factores sociales: también conocidos como factores socioculturales, son las áreas que involucran creencias compartidas y actitudes de la población. Estos factores incluyen crecimiento de la población, distribución de la edad, conciencia de la salud, actitudes de la carrera, cambios en los gustos o en las modas que repercuten en el nivel de consumo, cambios en el nivel de ingresos, cambios en el nivel poblacional, y así sucesivamente.
- Factores tecnológicos: es evidente cómo el vertiginoso avance y cambio del panorama tecnológico afecta la forma en la que se comercializan los productos.
- Factores ambientales: estos factores tan solo han llegado a estar a la vanguardia en los últimos quince años. Se han convertido en importantes, debido a la creciente escasez de materias primas, a los objetivos mundiales en contra de la contaminación y a la necesidad de hacer negocios con empresas éticas y sostenibles.
- Factores legales: incluyen salud y seguridad, igualdad de oportunidades, normas publicitarias, derechos y leyes de los consumidores,

etiquetado del producto, seguridad del producto, licencias, leyes sobre el empleo, derechos de propiedad intelectual, leyes de salud, sanitarias y seguridad laboral y sectores protegidos o regulados. (p. 19)

Cada uno de los factores antes mencionados juega un papel importante en el análisis de desempeño de la comunidad, ya que la puesta en marcha de una empresa, de una nueva idea de negocio o de innovación, y la creación o mejora de un sitio de interés turístico, requiere de un conocimiento detallado del lugar en el que se va a trabajar. Esto nos permitirá ofrecer a la comunidad un margen de acción más amplio, mejorando su capacidad para adaptarse a los cambios que se vayan presentando.

Producto turístico

Para Kotler y Armstrong (2013) un producto es “algo que puede ser ofrecido a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad” (p. 196). Bajo este concepto y desde la perspectiva del turismo, la finalidad del producto sirve como base para definir al producto turístico el mismo que es el “conjunto de combinaciones e interacciones sinérgicas de múltiples prestaciones, tangibles e intangibles, que se ofrecen a un consumidor llamado turista durante toda su experiencia y hacia un espacio deseado (destino), con el objetivo de satisfacer sus necesidades y deseos” (Pons, 2000).

Cabe enfatizar que el destino debe contar con los componentes básicos que integran el producto turístico, los cuales son los atractivos, facilidades y acceso (Acerenza, 1990). Es muy importante el desarrollo de productos turísticos, este da paso a que los destinos se posicionen y se genere una identidad propia en base a la cultura que está presente.

Las características del producto turístico según Ugarte (2007), son:

- Tangible e Intangible: los productos turísticos poseen componentes tangibles. La parte intangible, son todas aquellas características que están basadas en expectativas como la motivación, uso o experiencia.
- Caducidad: no es posible guardar o almacenar éstos para disfrutarlos después.
- Agregabilidad y sustituibilidad: ningún componente del producto es



UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA
Trabajo de Integración Curricular

indispensable, por lo que alguno puede ser sustituido o agregado.

- Heterogeneidad: ningún producto es igual a otro.
- Subjetividad: la opinión del cliente al momento del consumo será distinta.
- Individualidad: las experiencias que produce son individuales
- Inmediatez: Su consumo es simultáneo a su fabricación real.
- Simultaneidad de producción y consumo: el producto se crea, produce y consume al mismo tiempo. (p. 27)

Estas características hacen que los productos turísticos sean únicos y diversos, que surgen para suplir necesidades de los turistas, los beneficiarios son la comunidad local tanto social y económicamente; con ello, los productos turísticos se diferencian de otros productos que se generan en los demás sectores económicos.

La definición de cultura que propone la UNESCO (2001) hace mención a los rasgos que son “distintivos espirituales y materiales que caracterizan a una sociedad y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias”. Sobre todo, significa tener compromiso y respeto por las necesidades de ambas partes: turistas y anfitriones.

Al ser la cultura el principal motivante de desplazamiento hacia un destino, se está desarrollando un turismo cultural, pues este es un tipo de viaje turístico cuya motivación es comprender y disfrutar un conjunto único de características y elementos espirituales y materiales, intelectuales y emocionales, que son las características de la sociedad o grupo social de un destino en particular (SECTUR, 2015).

La conceptualización antes citada se relaciona con la que propone la SERNATUR (2014) porque manifiesta que el turismo cultural es “la forma de turismo motivada por conocer, experimentar, y comprender distintas culturas, formas de vida, costumbres, tradiciones, monumentos, sitios históricos, arte, arquitectura y festividades que caracterizan a una sociedad y su gente y reflejan la identidad de un destino”. Los dos autores coinciden en que este tipo de turismo es motivado por conocer la cultura y todos los elementos que le

integran.

La idea de desarrollo y de cultura adquiere gran amplitud en la oferta turística de un determinado territorio. A nivel mundial, el papel de la cultura adquiere una nueva importancia en el turismo cultural; la motivación que hace años se expresaba básicamente hacia el turismo de escape y ruptura con la vida cotidiana está cambiando, hoy se cree que cerca de la mitad de los turistas de hoy son sensibles o susceptibles al interés por la cultura.

Metodología para el diseño del producto turístico

Para el diseño de un producto turístico se lleva a cabo en diferentes metodologías que proponen diversos autores, como es el caso de la metodología de Gómez (2014) que enuncia dos fases para su procedimiento, dentro de la primera fase se encuentra el proceso de identificación de la demanda que consiste en lo siguiente:

No es posible emprender el proyecto para el lanzamiento de un producto sin antes verificar si existe una oportunidad de mercado; el estudio de la demanda debe arrojar dos resultados importantes:

- Características de la demanda desde el punto de vista cualitativo, es decir perfil del o los segmentos de mercados a los cuales se dirigirá la oferta.
- Cuantificación de la demanda. (p. 7)

Mientras que en la segunda fase está el diseño del producto que conlleva cuatro etapas: 1) identificación de los recursos y/o atractivos turísticos; 2) generación de ideas, definición de actividades y concepto del producto; 3) el producto turístico y la oferta turística; y 4) estudio de viabilidad.

La metodología de Ramírez (2019) manifiesta que para la creación de un producto turístico abarca de ocho etapas, para el diseño del producto turístico “Sukû Quían” se empleó esta metodología porque se ajustó a las condiciones del trabajo y en la cual, no fue implementado debido que hace referencia directa a la puesta en el mercado, y por lo que se desarrolló hasta la etapa seis:

- La primera etapa esta la sensibilización de la comunidad local que incluye reuniones de sensibilización con la comunidad local, con el objetivo de



UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA

Trabajo de Integración Curricular

evaluar la aceptación de la creación de productos turísticos y permitir que las personas comprendan los beneficios y costos que el turismo puede traer a sus comunidades.

- Para la segunda etapa se encuentra la contextualización del lugar que comprende la implementación de las características de la ubicación del producto turístico.

- En la tercera etapa abarca el diseño del producto turístico, que se subdivide en dos etapas: elaboración del inventario turístico y la creación de ideas.

- En la cuarta etapa incluye la identificación y análisis de la demanda, dentro de esta etapa es necesario analizar las tendencias, comportamientos y motivaciones actuales de los principales mercados emisores.

- En la quinta etapa se sitúa la decisión de precio, lo que significa fijar los precios a través del rango de beneficios a obtener, que se tiene en cuenta los costos de producción y la cantidad que pueden pagar los consumidores.

- En la sexta etapa se localiza la comercialización que consiste en seleccionar los canales de distribución del producto con base a los resultados obtenidos en la etapa cuatro. (p. 136)

Inventario turístico

En Ecuador se encuentran diversos atractivos turísticos naturales y culturales que son los principales elementos para el desarrollo de la actividad turística, para la difusión de estos atractivos, se requiere de un inventario turístico que consiste en “un proceso que permite registrar consecutivamente los atractivos físicos, biológicos y culturales como conjunto de atractivos potenciales que ayudan a formar la oferta turística del país” (Toapanta, 2014, p. 21).

La importancia del inventario turístico radica en la información que se obtiene al ponderar los atractivos turísticos para dar a conocer detalles reales a los turistas, para la cual, el inventario de atractivos está almacenado en una base de datos plana y en una base de datos geográfica constituye un insumo clave para alimentar al Sistema de Información Geográfica Turística orientado a la realización de análisis y planificación territorial

turística. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2017, p. 7)

Para la realización del inventario se debe tener en cuenta que la obtención de la información de los atractivos turísticos es fundamental y para la cual, se deben considerar los siguientes procesos que conllevará a desarrollarlo en dos etapas:

Etapas I: Realización del Inventario de Atractivos Turísticos. Esta etapa comprende dos fases: el levantamiento y registro en el sistema dispuesto por la autoridad nacional de turismo y, la jerarquización de los sitios o manifestaciones turísticas que concluye en un Inventario. La ejecución del levantamiento, registro, ponderación y jerarquización de atractivos turísticos; se organiza en dos fases:

-Fase I: Levantamiento y Registro. Esta fase comprende el levantamiento, clasificación y registro de objetos, lugares, acontecimientos, fenómenos y otros elementos de interés turístico en el ámbito de estudio. Incluye la recopilación de información y procesamiento de datos. Para la ejecución de esta fase de registro de información se utiliza un sistema de fichas con los datos de cada atractivo turístico.

-Fase II: Ponderación y Jerarquización. La ponderación y jerarquización de los atractivos turísticos levantados, en función de un conjunto de criterios permitirá determinar su grado en relación a las mejores condiciones que debe presentar para el desarrollo de atractivos turísticos.

Esta fase es clave porque permite identificar los atractivos que mejor condición presenten para el desarrollo de atractivos y productos, a la vez identificar las falencias que presentan los recursos y sugerir acciones concretas para mejorar sus condiciones de desarrollo.

Etapas II: Generación de Espacios Turísticos. Esta etapa constituye un instrumento de apoyo para planificación turística local, con carácter opcional para GAD's municipales y metropolitanos que realicen el Inventario de Atractivos Turísticos.

La generación de espacios turísticos, a través de la asociatividad tiene como



UNIVERSIDAD ESTADAL AMAZÓNICA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA

Trabajo de Integración Curricular

objeto generar unidades básicas de planificación territorial turística que permita intervenciones integrales (facilidades turísticas) por entidades competentes en materia turística en un espacio adecuado determinado. La generación de espacios turísticos constituye la formación de componentes básicos para la planificación turística de la comunidad, en patrimonios tanto naturales como culturales. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2017)

Para la posterior realización del inventario turístico se debe distinguir que la presente investigación se enfocó en las categorías de sitios naturales y manifestaciones culturales. En la primera categoría se reconocen los tipos: montañas, planicies, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos, fenómenos geológicos, costas o litorales, ambientes marinos y tierras insulares. Mientras que, en la segunda categoría se encuentran los siguientes tipos: arquitectura, folklore, realizaciones técnicas y científicas y acontecimientos programados (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2017, p. 15).

El inventario nos facilita la recopilación de información para poder evaluar el potencial del territorio beneficiado con el fin de implementar o mejorar proyectos de desarrollo turístico que mejoren la prestación de servicios y, por ende, obtener mayor demanda; en este sentido, es una herramienta que garantiza la toma de decisiones.

Definición de términos

Turismo: El turismo incluye actividades en las que las personas realizan en sus viajes, en el cual permanecen fuera de su lugar de residencia habitual por menos de un año realizando actividades como ocio, de negocios y el estudio (Moreno, 2011).

Turismo comunitario: Pequeñas comunidades rurales comparten sus hogares con los turistas, acercándoles sus costumbres, vida cotidiana y saberes ancestrales. Conociendo sus pueblos y regiones desde una perspectiva única, esta modalidad de recorrido te permite tener más contacto con la gente y conocer desde dentro las costumbres y forma de vida de una cultura centenaria. Los propios residentes locales se convierten en guías turísticos y el dinero generado por el recorrido se reinvierte en proyectos comunitarios (Perez, 2014).

Producto turístico: Según la Organización Mundial del Turismo define al producto

turístico es la composición de elementos materiales e inmateriales, tales como atractivos naturales, culturales y humanos, y atractivos, instalaciones, servicios y actividades turísticas en torno a elementos específicos de interés que representan la esencia de un plan de marketing (Estado Peruano, 2021).

Inventario turístico: El Inventario de Recursos Turísticos es un sistema dinámico que facilita la recopilación de información para evaluar el potencial de una región para emprender proyectos de desarrollo turístico, y en este sentido es una herramienta para asegurar la toma de decisiones (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2017).

Atractivos turísticos: Son todos los recursos turísticos los cuales deben presentar condiciones básicas necesaria para ser disfrutas y visitas por los turistas. es decir, accesibilidad, plata turista, medio de transporte, servicios complementarios y contar con una infraestructura básica (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2018).

Itinerario: Según Bahl (2004) lo define como una descripción detallada de un viaje o de su itinerario. Muestra el orden de los atractivos existentes en un lugar y merece la pena visitarlo (Cisne & Gastal, 2011).

Paquete turístico: Es un paquete de servicios como alojamiento, transporte, alimentación, etc. De acuerdo con Martínez (2009), una oferta generalmente se realiza en una agencia de viajes a un precio fijo, y la aceptación del cliente se realiza a través de las condiciones generales establecidas por la agencia de viajes (Díaz, Martínez & Pabón, 2018).

Referencias

- Acerenza, M. (1990). *Agencias de viajes, organización y operación*. México: Trillas.
- Arroyo, M. (2018). Importancia del turismo para el desarrollo local de la provincia Manabí. *Revista Electrónica Cooperación Universidad Sociedad*, 3(1), 44-49.
- Bonilla, E. (2017). *Facilidades turísticas para fortalecer el turismo sostenible en el sector bocatoma zona alta parroquia santiago de quimiag provincia de Chimborazo*. (Trabajo de grado). Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.
- Cañar, I. (2019). *Diseño de un producto turístico cultural para Paute – Azuay*. (Trabajo de grado). Universidad Politécnica Salesiana, Cuenca, Ecuador.
- Carvajal, G. & Lemoine, F. (2018). Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente. *El periplo sustentable*, (34), 164-184.



UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA

Trabajo de Integración Curricular

- Castillo, E., Martínez, F. & Vázquez, E. (2015). El turismo en Ecuador. Nuevas tendencias en el turismo sostenible y contribución al crecimiento económico. *Galega de Economía*, 24(2), 69-88.
- Cisne, R. & Gastal, S. (2011). Nueva visión sobre los itinerarios turísticos. Una contribución a partir de la complejidad. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20(6), 1449-1463.
- Díaz, M., Martínez, L. & Pabón, L. (2018). *Propuesta de un paquete turístico para personas en condición de discapacidad motriz en la ciudad de Bogotá*. (Trabajo de grado). Universitaria Agustiniiana, Bogotá, Colombia.
- Estado Peruano. (2021). Productos y Destinos Turísticos. Recuperado de <https://www.gob.pe/7617-productos-y-destinos-turisticos-productos-y-segmentos>
- GAD Parroquial Rural Dureno. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquial Rural: diagnóstico-propuesta-modelo de gestión*.
- Gómez, G. (2014). Procedimiento metodológico de diseño de productos turísticos para facilitar nuevos emprendimientos. *Retos*, 8(1), 157-172.
- Granados, M. & Parra, M. (2018). *Propuesta de diseño de un producto turístico para la comuna Tabuga, cantón Jama, provincia de Manabí*. (Trabajo de grado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador.
- Gutiérrez, J. & Restrepo, J. (2017). *Diseño de la estrategia de negocio para la Sociedad Comercializadora Andinos S. A.* (Tesis de maestría). Universidad EAFIT, Medellín, Colombia.
- Huerta, J. (2018). *Impactos socioculturales del turismo en Guayabitos, Nayarit. La percepción de los residentes*. (Tesis de maestría). Universidad Autónoma de Nayarit, Tepic, México.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. 11a ed. Naucalpan de Juárez, México: Pearson Educación.
- Loor, L., Alonso, A. & Pérez, M. (2018). La actividad turística en el Ecuador: ¿Turismo consciente o turismo tradicional? *ECA Sinergia*, 9 (1), 91-108.
- Martínez, D. & Milla, A. (2012). *Análisis del entorno*. Madrid, España: Díaz de Santos.
- Mestanza, C., Cunalata, Á., Jiménez, M. & Chacha, A. (2019). Disposición a pagar por el ingreso a zonas de uso público en el Parque Turístico “Nueva Loja”, Sucumbíos-Ecuador. *Polo del Conocimiento*, 4(2), 7-82.
- Mikery, M., y Pérez, A. (2014). Métodos para el análisis del potencial turístico. *Mexicana de Ciencias Agrícolas*, (9), 1729-1740.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2017). *Guía metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador*. 2da ed. Quito, Ecuador.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2018). *Manual de Atractivos Turísticos*. Recuperado de

<https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRATIVOS-TURISTICOS.pdf>

- Moreno, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Vision Gerencial*, 135-138.
- Nikulín, C. & Becker, G. (2015). Una metodología Sistémica y creativa para la gestión estratégica: Caso de Estudio Región de Atacama-Chile. *Journal of Terchnology Management & Innovation*, 10, 127-144.
- Organización Mundial del Turismo. (1994). *Anuario de estadísticas del turismo*. 46a ed. España.
- Organización Mundial de Turismo. (1995). *Carta del Turismo Sostenible*. Trabajo presentado en Conferencia Mundial de Turismo Sostenible. Lanzarote, España.
- Orgaz, F. (2013). El turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados. *Nómadas*, 38(2).
- Pearce, D. (1991). *Desarrollo turístico: su planificación y ubicación geográficas*. México: Trillas.
- Perez, L. (2014). *Turismo Cultural: UNA OPORTUNIDAD PARA EL DESARROLLO LOCAL*. 1a ed. Santiago, Chile: SERNATUR.
- Pons, G. (2000). *Cuba como destino turístico de Sol y Playa: Imagen y posicionamiento*. (Tesis doctoral). Universitat de Valencia, España.
- Ramírez, O. (2019). Propuesta metodológica para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local. *Ciencias de la Administración y Economía*, 9(17), 127-143. doi:<https://doi.org/10.17163/ret.n17.2019.08>
- Sammarchi, M. (2001). Situación actual del turismo en la Argentina. *Cuadernos de Turismo*, 8, 129-144.
- Santana, M. (2003). *Formas de Desarrollo Turístico, Redes y situación de empleo. El caso de Maspalomas (Gran Canaria)*. (Tesis doctoral). Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra, España.
- SECTUR. (2011). *Identificación de Potencialidades Turísticas en Regiones y Municipios. Fascículo 8*. México. Recuperado de <https://gestiondedestinos.files.wordpress.com/2011/11/fasciculo81.pdf>
- SECTUR. (2015). *Turismo Cultural*. Recuperado de <http://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/14/turismo-cultural/>
- SERNATUR. (2014). *Turismo Cultural: Una oportunidad para el desarrollo local*. Santiago de Chile: Verde Ltda.
- Segura, S. (2015). El aporte de la actividad turística y el ingreso de divisas para el Ecuador. *Empresarial*, 9(3), 35-43.



UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA

Trabajo de Integración Curricular

Toapanta, J. (2014). *Levantamiento del inventario de atractivos turísticos del Cantón Saquisilí, para promoverlos mediante la creación de un Catálogo Turístico*. (Trabajo de grado). Universidad de las Fuerzas Armadas, Latacunga, Ecuador.

Ugarte, X. (2007). *Imagen y posicionamiento de Galicia como destino turístico a nivel nacional e internacional*. (Tesis de doctoral). Universidad Santiago de Compostela, Galicia, España.

UNESCO. (2001). *Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural*. Recuperado de http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

Varisco, C. (2008). *Desarrollo Turístico y Desarrollo Local: La Competitividad de los Destinos Turísticos de Sol y Playa*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Mar de Plata, Argentina.

Anexo 2. Resultados de las entrevistas a los actores claves.

https://ueaeduc-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/ltur2017097_uea_edu_ec/EZbxI4qzZ9ZKoUHAD2ISvF0B6ToCwrGnA-_0lWdzRfEE8Q?e=rti7sy

Anexo 3. Evidencia de la entrevista virtual al presidente de la NOAIKE.

https://ueaeduc-my.sharepoint.com/:v:/g/personal/ltur2017097_uea_edu_ec/Ebdrj5vmSQBHsozyujJcfU8Bz0imn8AHBGMCP_C_zxg-LTA?e=0cURXJ

Anexo 4. Matriz de Evaluación de Factores Externos de la comunidad Cofán Dureno.

FACTORES EXTERNOS	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
OPORTUNIDADES			
1. Programa Fondo Emprende para proponer proyectos innovadores.	0,08	3	0.24
2. Programa nacional “Emprende Turismo”.	0,10	4	0.40
3. El acceso a las herramientas tecnológicas para acelerar múltiples procesos que conllevan al progreso turístico con más eficacia.	0,10	3	0.30
4. Respaldo de la CONAIE en el marco Legislativo.	0,15	4	0.60
5. Nuevos decretos del MINTUR en cuanto a exonerar del impuesto a la renta para aquellos proyectos turísticos nacientes.	0,15	3	0.45

TOTAL DE OPORTUNIDADES			1,99
AMENAZAS			
1. Diversidad de atractivos turísticos en el cantón Lago Agrio.	0,05	2	0.10
2. Introducción de compañías petroleras en la comunidad Cofán Dureno.	0,10	2	0.20
3. Conflictos sociales y políticos dentro de la comunidad por una administración ineficiente.	0,05	1	0.05
4. Impacto de la globalización causando una aculturación a futuras generaciones.	0,10	2	0.20
5. Débil recuperación de los efectos de la pandemia (COVID 19).	0,12	1	0,12
TOTAL DE AMENAZAS			0,67
TOTAL	1		2.66

Anexo 5. Matriz de Evaluación de Factores Internos de la comunidad Cofán Dureno.

FACTORES INTERNOS	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
FORTALEZAS			
1. Organización interna de grupos estratégico para la oferta turística.	0,10	4	0,40
2. Aspectos culturales conservados dentro de la comunidad.	0,15	4	0,60
3. Emprendimientos de manufactura para el turismo “miembros de la comunidad”.	0,10	3	0,30
4. Disponibilidad de recursos naturales, belleza escénica y biodiversidad florística y faunística.	0,10	3	0,30
5. Buena accesibilidad vía terrestre y fluvial hacia la comunidad Cofán Dureno.	0,15	4	0,60
TOTAL DE FORTALEZAS			2,20
DEBILIDADES			
1. Hospedaje y su servicio poco profesional.	0,10	2	0,20
2. Insuficiente equipación en la infraestructura de la comunidad Cofán Dureno.	0,05	1	0,05
3. Poca promoción turística de la comunidad Cofán Dureno.	0,10	2	0,20
4. Poca cultural ambiental de la población local para mantener la	0,05	2	0,10



UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA VIDA
Trabajo de Integración Curricular

buena imagen de la comunidad.			
5. Escasa participación de la comunidad para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico del GAD.	0,10	1	0,10
TOTAL DE DEBILIDADES			0.65
TOTAL	1		2,85

Anexo 6. Fichas de inventario de los atractivos turísticos de la comunidad Cofán Dureno.

https://ueaeduc-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/ltur2017097_uea_edu_ec/EqQ-ehB05L5Js5de05RooxsB4pTFUU1-yDYgHpKm5XFZig?e=VEh6bO

Anexo 7. Puntos de coordenadas de los atractivos turísticos de la comunidad Cofán Dureno.

https://ueaeduc-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/ltur2017097_uea_edu_ec/Ebb3pKtyQ5dOvpvBgUldLAsBdnaeoQGHwth6LMIAdOvdlQ?e=k17keQ

Anexo 8. Producto turístico “Sukû Quían”



PRODUCTO TURÍSTICO “SUKÛ QUIÁN”

Te invitamos a conocer de sus costumbres, tradiciones, gastronomía, atractivos y la oportunidad de tener una experiencia vivencial.



¡VEN Y DISFRUTA DE UNA EXPERIENCIA ÚNICA!

Incluye:

- Danzas culturales.
- Degustación de la gastronomía típica de la comunidad.
- Observación de flora y fauna.
- Paseo en Canoa y vista al atardecer.
- Servicio de alojamiento
- Noche cultural - fogata (historias, mitos y leyendas de la comunidad).
- Transporte terrestre y fluvial

No incluye:

- Artesanías.
- Ritual y toma del Yagé.

2 DIAS Y 1 NOCHE

\$59,81/PAX

LUGAR: VIA TARAPOA KM 23 (COMUNIDAD COFÁN DURENO) – LAGO AGRIO