

**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA  
CARRERA DE INGENIERÍA EN TURISMO**



**TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:**

**PLAN ESTRATÉGICO TURÍSTICO DEL EMPRENDIMIENTO LISAN  
WASI, PROVINCIA DE PASTAZA, AMAZONÍA ECUATORIANA.  
PERÍODO 2019-2024**

**AUTORA:**

**BAEZ HIDALGO VALERIA IBETH**

**TUTOR:**

**ING. EDISON EDUARDO RUIZ MARMOL MSC**

**PUYO-ECUADOR**

**2018-2019**



## DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

La suscrita Ibeth Valeria Báez Hidalgo hace constar que es autora del presente trabajo de titulación: **“PLAN ESTRATÉGICO TURÍSTICO DEL EMPRENDIMIENTO LISAN WASI, PROVINCIA DE PASTAZA, AMAZONÍA ECUATORIANA. PERÍODO 2019-2024”**, como requisito previo la obtención del título de Ingeniera en Turismo realizada bajo la dirección del profesor Eduardo Ruiz.

Los resultados emitidos en esta investigación son de absoluta responsabilidad de los investigadores.

Autora:

Ibeth Valeria Báez Hidalgo

CC: 1600839839

# **CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DEL PROYECTO**

Certifico que la estudiante: Ibeth Valeria Baez Hidalgo ha concluido el trabajo de titulación:

**“PLAN ESTRATÉGICO TURÍSTICO DEL EMPRENDIMIENTO LISAN WASI, PROVINCIA DE PASTAZA, AMAZONÍA ECUATORIANA. PERÍODO 2019-2024”**

Dejo constancia que la elaboración y redacción del informe final fue desarrollado por la mencionada estudiante y dirigido por mi persona, como lo disponen los requisitos establecidos por la Carrera de Turismo de la Universidad Estatal Amazónica.

En consideración de los requerimientos cumplidos autorizo que esta investigación sea presentada a la Coordinación de la Carrera para su proceso legal correspondiente.

Puyo, diciembre del 2018

Ing. Edison Eduardo Ruiz, MSc.  
**DIRECTOR**

**CERTIFICADO DEL REPORTE DE LA HERRAMIENTA DE PREVENCIÓN  
DE COINCIDENCIA Y/O PLAGIO ACADÉMICO**

## Urkund Analysis Result

Analysed Document: proyecto-vale FINAL.pdf (D46398244)  
Submitted: 1/3/2019 9:28:00 PM  
Submitted By: selenita2094@gmail.com  
Significance: 4 %

### Sources included in the report:

TESIS FINAL SR. VARGAS ROBINSON URKUM.doc (D15648689)  
PLAN ESTRATÉGICO PARTICIPATIVO DEL SECTOR DE INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA DE LA  
PROVINCIA DE PASTAZA.docx (D13992043)  
Final Tesis Mario Cuji 02 01 2019.pdf (D46393606)  
Tesis Rosa Angamarca y Paola Chiriboga.docx (D40461253)  
TESIS CORREGIDA 2.docx (D13009040)  
<https://joancosta.es/proceso-de-definicion-de-lineas->

### Instances where selected sources appear:



# UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

## SISTEMA ANTIPLAGIO URKUND

---



Oficio No. 144 -IL-UEA-2018

Puyo, 23 de enero de 2019

Por medio del presente **CERTIFICO** que:

El trabajo de titulación correspondiente a la estudiante BÁEZ HIDALGO VALERIA IBETH C.I. 1600839839, con el Tema: **"PLAN ESTRATÉGICO TURÍSTICO DEL EMPRENDIMIENTO LISAN WASI, PROVINCIA DE PASTAZA AMAZÓNICA ECUATORIANA PERIODO 2019-2024"**, de la carrera Ingeniería en Turismo, Director de proyecto MSc. Eduardo Ruiz, ha sido revisado mediante el sistema antiplagio URKUND, reportando una similitud del 4%, Informe generado con fecha 3 de enero de 2019 por parte del director, conforme archivo adjunto.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes

Atentamente,

Ing. Italo Marcelo Lara Pilco, MSc.

**ADMINISTRADOR DEL SISTEMA ANTIPLAGIO URKUND – UEA - .**

**CERTIFICADO DE APROBACIÓN POR EL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

**Ing. María Germania Gamboa Ríos, MSc.**

**PRESIDENTA DEL TRIBUNAL**

.

**Ing. Luis Eduardo Álvarez, MSc**

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

**Ing. Víctor Hugo Del Corral, MSc .**

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**



Título: **“PLAN ESTRATÉGICO PARA EL EMPRENDIMIENTO TURÍSTICO LISAN WASI. PERIODO 2019-2024”**

Autor: **BÁEZ HIDALGO IVETH VALERIA**

Unidad de titulación: **INGENIERÍA EN TURISMO**

Director del proyecto: **MSc Édison Eduardo Ruíz Mármol**

Fecha: **02 de enero del 2019**

Introducción y contexto de la investigación: el crecimiento de la industria del turismo es notable, pues se origina por el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales existentes. Además la implementación de servicios que permiten la afluencia de turistas, generando económicos que benefician de forma directa o indirecta a los emprendimientos. El Ecuador al ser un país en vías de desarrollo necesita del emprendimiento de sus habitantes como medio de subsistencia. La provincia de Pastaza está caracterizada por la práctica de diferentes modalidades de turismo, pero el turismo comunitario es una de las alternativas más optadas por los visitantes extranjeros. Por lo tanto es necesario considerar como herramienta indispensable un plan estratrgico turistico para emprendimientos de indole turistico.

Cumplimiento de los objetivos

Los objetivos se cumplieron en un 100%

Principales resultados obtenidos: Se llevó a cabo la identificación de los factores internos del emprendimiento Lisan Wasi para establecer la línea base, por lo que se consideró como factores la gerencia, producto, producto, mercado, investigación-desarrollo y finanzas. Se determinó externos que influyen en la operación de Lisan Wasi, tomando en cuenta el ámbito social, ambiental, político, económico, cultural y turístico. En función al análisis de los factores internos externo se elaboraron las estrategias que permitirán la buena gestión administrativa y la operatividad del emprendimiento.

La estudiante: Báez Hidalgo Ibeth Valeria ha mostrado durante el desarrollo dela investigación una elevada dedicación y alto grado de independencia, sirviendo como guía de los principales elementos a desarrollar en la investigación.

Se destacó la actividad curricular por su rendimiento académico, mostrando durante la investigación: interés, motivación en el mismo, lo cual condujo a culminar de forma exitosa el trabajo, cumpliendo con las 400 horas establecidas en el Reglamento de Régimen Académico de la UEA.

La presentación final del trabajo cumple con las normas establecidas en la reglamentación institucional.

La redacción, ortografía, calidad de los gráficos, tablas y anexos es adecuada.

Sin otro particular

Atentamente

Ing. Édison Eduardo Ruíz Mármol MSc  
0602854259

## AVAL

Quien suscribe Master Édison Eduardo Ruíz Mármol, docente de la Universidad Estatal Amazónica abaliza el proyecto de investigación:

Título: "Plan estratégico turístico del emprendimiento Lisan Wasi, provincia de Pastaza, amazonia ecuatoriana, periodo 2019- 2024".

Autor (a): Valeria Ibeth Báez Hidalgo.

Certifico haber acompañado el proceso de elaboración del proyecto de investigación y considero cumple los lineamientos y orientaciones establecidas en la normativa vigente de la institución.

Por lo antes expuesto se avala el proyecto de investigación para que sea presentado ante la Coordinación de la Carrera de Ingeniería en Turismo como forma de titulación como Ingeniera en Turismo, y que dicha instancia considere el mismo a fin de que tramite lo que corresponda.

Para que así conste, firmo la presente a los 30 días del mes de enero del 2019.

Atentamente:

Eduardo Ruíz Mármol.

C.I. 0602854259

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios, por haberme dotado de fuerza y voluntad para culminar este trabajo y haberme permitido avanzar hasta este momento tan esperado.

Así también agradezco a mí padre por la absoluta confianza depositada hacia mi persona, ya que ha sido él mi fortaleza en los malos y buenos momentos.

Al Msc. Edison Eduardo Ruiz Mármol, por su colaboración y predisposición para la elaboración del proyecto de investigación.

Y como no agradecer al emprendimiento turístico Lisan Wasi por permitir que se desarrolle esta investigación, de manera especial a Leodan Vargas, y toda su distinguida familia.

Finalmente, un fraterno agradecimiento a mi amiga y hermana Sthefany Nazareno, quien también formó parte de mi vida estudiantil.

**Valeria Báez**

## **DEDICATORIA**

Este trabajo se lo dedico al forjador de mi camino mi padre celestial Dios, quien es mi guía y fortaleza en todo momento. A mi padre Klever Edith Báez Silva, por su apoyo incondicional, su generosidad, sobre todo por su paciencia y tiempo hacia mí. Pues él es, quien ha creído en mi persona, en mi capacidad para alcanzar este logro y es por él, mi padre que he llegado hasta este punto

También dedico este trabajo a mi gran amiga y hermana Sthefany Nazareno quien ha sido parte de este trajinar dentro de la academia, compartiendo malos y buenos momentos.

**Valeria Báez**

## RESUMEN

La siguiente investigación contiene en sus preceptos como objetivo principal elaborar un plan estratégico turístico como herramienta de la gestión administrativa para el emprendimiento turístico Lisan Wasi, durante el periodo 2019-2024. Ecuador, país en vías de desarrollo requiere de la creación de los emprendimientos para subsistir y plasmar el cambio de la matriz productiva. En el caso de la provincia de Pastaza sobresalen los emprendimientos de índole turístico. Para la investigación se aplicó el método descriptivo y de campo; que permitió analizar los factores clave del emprendimiento. Tomando a consideración para el escenario interno ámbitos como: la gerencia, producto, mercado, investigación/desarrollo, y las finanzas; mientras que para el ámbito externo se cuenta con los siguientes aspectos como: social, ambiental, político, económico, cultural y turístico. Por consiguiente, el análisis de los factores claves ha permitido definir las líneas estratégicas, así como el diseño de la misión y la visión empresarial. Son once las estrategias que se obtuvieron, de manera determinada buscan fortalecer la gestión administrativa y la operatividad del emprendimiento; lo que implica aprovechar el apoyo técnico y financiero proporcionado por entes gubernamentales y no gubernamentales, este aporte también puede ser aprovechado para dar mantenimiento a los atractivos turísticos que poseen, fomentando la cultura. Cada uno de estos aspectos ayudará a consolidar la estructura jurídica organizacional para la efectiva administración y planificación de la empresa. En tal virtud, se considera propicio este estudio, ya que el plan estratégico es una herramienta fundamental que mitigará las problemáticas que impiden su desarrollo.

**Palabras claves:** emprendimiento turístico, estrategias

## **SUMMARY**

The following research contains in its precepts as main objective to elaborate a tourism strategic plan as an administrative management tool for the Lisan Wasi tourism enterprise, during the 2019-2024 period. Ecuador, a developing country, requires the creation of enterprises to survive and capture the change in the productive matrix. In the case of the Province of Pastaza, the tourist enterprises stand out. For the investigation, the descriptive and field method was applied; that allowed analyzing the key factors of the enterprise. Taking into consideration for the internal scenario areas such as: management, product, market, research / development, and finance; while for the external environment it has the following aspects: social, environmental, political, economic, cultural and tourist. Therefore, the analysis of the key factors has allowed to define the strategic lines, as well as the design of the mission and the business vision. There are eleven strategies that were obtained, in a determined way they seek to strengthen the administrative management and the operation of the enterprise; what implies to take advantage of the technical and financial support provided by governmental and non-governmental entities, this contribution can also be used to maintain the tourist attractions that they possess, fostering the culture. Each one of these aspects will help to consolidate the organizational legal structure for the effective administration and planning of the company. In this virtue, this study is considered propitious, since the strategic plan is a fundamental tool that mitigates the problems that impede its development.

**Keywords:** tourism entrepreneurship, strategies

## TABLA DE CONTENIDOS

CAPÍTULO I.....	19
INTRODUCCIÓN.....	19
OBJETIVO GENERAL.....	20
OBJETIVO ESPECÍFICO.....	20
CAPÍTULO II.....	21
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN.....	21
Plan.....	23
Planificación.....	24
Planificación estratégica.....	24
Procesos de la Planificación.....	25
Plan de desarrollo.....	26
Análisis FODA.....	26
Emprendimiento.....	27
Emprendimiento Turístico.....	27
Estrategia.....	27
CAPÍTULO III.....	28
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	28
Superficie y Límites.....	28
Factores climáticos.....	29
Relieve.....	29
Distancia.....	29
Accesibilidad.....	29
MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	30
FACTORES DE ESTUDIO.....	30
Manejo de la investigación.....	31
CAPÍTULO IV.....	41
RESULTADOS.....	41
GERENCIA.....	41
PRODUCTO.....	43
Actividades recreativas.....	43

Restauración.....	44
Hospedaje.....	45
Senderismo.....	45
Artesanía.....	46
MERCADO.....	48
INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO.....	48
FINANZAS.....	49
Base de datos de los factores internos claves.....	50
Matriz de evaluación de factores internos.....	51
ESCENARIO SOCIAL.....	53
Población / demografía.....	53
Educación.....	53
Salud.....	55
Vivienda.....	55
ESCENARIO AMBIENTAL.....	58
ESCENARIO CULTURAL.....	61
ESCENARIO ECONÓMICO.....	63
ESCENARIO POLÍTICO.....	64
Base de datos de los factores externos claves.....	66
Matriz de evaluación de factores externos.....	67
ANÁLISIS DE LA MATRIZ FODA.....	74
CAPITULO V.....	83
CONCLUSIONES.....	83
CAPÍTULO VI.....	84
RECOMENDACIONES.....	84
CAPÍTULO VI.....	85
BIBLIOGRAFÍA.....	85
CAPÍTULO VII.....	90
ANEXOS.....	90
ANEXO1: ACTA DE REUNIONES.....	91
ANEXO2: ENCUESTA.....	94



ANEXO3: FICHA DE OBSERVACIÓN .....	96
------------------------------------	----

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Proceso de la Planificación .....	25
Gráfico 2: Mapa de Lisan Wasi .....	28
Gráfico 3: Factores de Estudio .....	30
Gráfico 4: Formato para análisis de involucrados .....	31
Gráfico 5: Clasificación de las fuentes de información.....	34
Gráfico 6: Tipos de fuentes documentales .....	35
Gráfico 7: Análisis de los involucrados.....	41
Gráfico 8: Organigrama Funcional de Lisan Wasi .....	43
Gráfico 9: Actividad recreativa-pintura en el rostro con achiote.....	44
Gráfico 10: Área de recreación- Lisan Wasi .....	44
Gráfico 11: Área de restauración-Lisan Wasi .....	44
Gráfico 12: Cabañas Lisan Wasi .....	45
Gráfico 13: Habitación-Lisan Wasi .....	45
Gráfico 14: Área de sendero-Lisan Wasi .....	46
Gráfico 15: Área de senderos-Lisan Wasi .....	46
Gráfico 16: Artesanías .....	47
Gráfico 17: Artesanías .....	47
Gráfico 18: Tarifas de Lisan Wasi.....	47
Gráfico 19: Factores internos claves .....	50
Gráfico 20: Matriz de Evaluación de Factores Internos .....	51
Gráfico 21: Resultados MEFI.....	52
Gráfico 22: Porcentaje de hombres y mujeres.....	53
Gráfico 23: Nivel de instrucción académica.....	54
Gráfico 24: Alfabetización Educación. Hispana .....	54
Gráfico 25: Alfabetización Educación Bilingüe.....	55
Gráfico 26: Ámbito de salud .....	55
Gráfico 27: Material de construcción de vivienda.....	56
Gráfico 28: Energía eléctrica.....	56
Gráfico 29: Servicio de agua .....	57
Gráfico 30: Servicio telefónico.....	57

Gráfico 31: Especies de flora.....	59
Gráfico 32: Especies de fauna .....	60
Gráfico 33: Actividades económicas .....	64
Gráfico 34: Porcentaje de población económicamente activa y no activa .....	64
Gráfico 35: Factores externos Claves .....	66
Gráfico 36: Matriz de Evaluación de Factores Externos .....	67
Gráfico 37: Resultados MEFI.....	68
Gráfico 38: Matriz de Perfil Competitivo.....	69
Gráfico 39: Resultados de Matriz de Perfil Competitivo .....	70
Gráfico 40: Matriz FODA del emprendimiento Lisan Wasi .....	73
Gráfico 41: Matriz de Estrategias del Emprendimiento Lisan Wasi .....	76
Gráfico 42: Matriz Cuantitativa de la Planificación Estratégica .....	80
Gráfico 43: Resumen Matriz MCPE .....	81

# CAPÍTULO I

## INTRODUCCIÓN

A nivel mundial, el crecimiento de la industria del turismo es notable, pues se origina por el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales existentes. A esto se suma la implementación de servicios que permiten la afluencia de turistas, dando como resultado ingresos económicos que benefician de forma directa o indirecta a los emprendimientos que se han creado en torno al turismo, La necesidad de superar las dificultades económicas que sufre la mayoría de los países en el mundo, impulsa actividades emprendedoras tendientes a contribuir al desarrollo sustentable y sostenible de acuerdo con (Oyarvide Ramírez, Nazareno Véliz, Roldán Ruenes, & Ferrales Arias, Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible. Retos de la Dirección, 2016). El Ecuador al ser un país sudamericano en vías de desarrollo necesita del emprendimiento de sus habitantes como medio de subsistencia considerando que la política de estado orienta al cambio de la matriz productiva.

La provincia de Pastaza está caracterizada por la práctica de diferentes modalidades de turismo, pero el turismo comunitario es una de las alternativas más optadas por los visitantes extranjeros. En los datos estadísticos de la (UNWTO & Huzhou City, 2017), señala que el turismo rural ha incrementado en un 4% a nivel mundial. Durante la última década esta actividad ha ido creciendo, ya que muchas comunidades consideran óptimo crear emprendimientos en torno a esta actividad. La amazonia como recurso indispensable para el desarrollo de actividades productivas como el turismo es un importante potencial para el fomento de esta actividad, (GAD Cantonal de Pastaza, 2015). Por lo que se requiere de herramientas técnicas que permitan el aprovechamiento responsable para la satisfacción de la demanda actual aprovechando las ventajas comparativas y elementos de unicidad del país (PLANDETOUR 2020, 2007).

Por lo tanto es necesario considerar como herramienta indispensable un plan estratégico turístico para emprendimientos de índole turístico. En tal virtud se elabora un “Plan Estratégico del Emprendimiento Lisan Wasi, en la Provincia de Pastaza, Amazonia Ecuatoriana, de tal manera que este instrumento permita la orientación adecuada para la correcta toma de decisiones por parte de los miembros que forman parte del emprendimientos dentro del marco de la buena gestión, de manera que a futuro le

permita prestar servicios de calidad, con eficiencia y eficacia; además de generar recursos económicos para el desarrollo comunitario, a través del buen accionar de cada uno de los miembros que lo conforman. Con la única finalidad de posicionarse como el mejor destino turístico a nivel local y nacional.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El emprendimiento Lisan Wasi carece de una herramienta de planificación que oriente el correcto desarrollo de las actividades turísticas.

## **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

El Plan Estratégico es una herramienta de planificación para el Emprendimiento Lisan Wasi.

## **OBJETIVOS**

### ***OBJETIVO GENERAL***

Elaborar el plan estratégico turístico del emprendimiento Lisan Wasi para el período 2019 -2024

### ***OBJETIVO ESPECÍFICO***

- Identificar los escenarios internos del emprendimiento Lisan Wasi para establecer la línea base
- Determinar los escenarios externos que influyen en la operación de Lisan Wasi
- Establecer las líneas estratégicas de acción para orientar la gestión del emprendimiento Lisan Wasi al 2024

## CAPÍTULO II

### FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN ANTECEDENTES

La práctica de la actividad turística, ha sido tomada como un modelo de desarrollo turístico en varios países alrededor del mundo. Dentro del marco de desarrollo económico se enfatiza que varios países a nivel mundial promueven practicas emprendedoras que impulsen el desarrollo local sustentable y sostenible, a esto se enfatiza las llegadas internacionales a las Américas aumentaron en 7 millones (+3%) en 2016, hasta alcanzar casi los 200 millones, lo que equivale al 16% del total mundial. América del Sur (+7%) lideró los resultados. Los ingresos por turismo internacional en las Américas aumentaron un 3% en términos reales, hasta los 313.000 millones de dólares de los EE.UU. por lo tanto el arribo de turistas internacionales significa un aporte económico para los emprendimientos turísticos siendo notorio en el desarrollo local (OMT, Panorama OMT del turismo internacional, 2017)

Siendo estos arribos una motivación para la mejora de los emprendimientos, y es que a nivel mundial durante las últimas décadas ha tomado mayor relevancia al constituirse como una alternativa para superar las constantes problemáticas existentes a nivel mundial (Oyarvide Ramírez, Nazareno Véliz, Roldán Ruenes, & Ferrales Arias, Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible. Retos de la Dirección, 2016)

Los cambios constantes del mundo globalizado y sus exigencias de actualización sobre todo dentro del turismo resultan una corriente que para que todas las organizaciones sean parte de este globo, generando un cambio en la elaboración de productos y servicios, de maneras que estén a la vanguardia del turismo de acuerdo con (Morales Urrutia, López Iglesias , & Pérez Fra, 2016)

Para Ecuador un país en vías de desarrollo es importante el arribo de turistas internacionales, pues de ellos depende la existencia de los emprendimientos turísticos, es ahí en donde radica la importancia de los mismos, ya que estos surgen por la necesidad de sus habitantes como medio de subsistencia. Como parte del cambio de la

matriz productiva se busca que tales emprendimientos sean sostenibles e innovadores (MINTUR, 2018).

Para que los emprendimientos dentro del país marchen con pie derecho es importante que cuenten con una buena planificación del turismo, y el cuidado del entorno natural, de tal manera que pueda lograr el desarrollo de los mismos y por ende de la localidad en la que se encuentren; se hace necesario entonces, poner en práctica estrategias, que involucren acciones de mejora. Si esto se logra, los emprendimientos turísticos pueden generar fuentes de trabajo, y llegar a ser el principal aportador de ingresos económicos de un territorio y del país. Por lo tanto se hace hincapié a la importancia de un plan estratégico turístico para los emprendimiento como un modelo de gestión eficaz y eficiente (Cobeña, 2018).

## **BASES TEÓRICAS**

La presente investigación se apoya en trabajos e investigaciones extraídas de diferentes autores, que toman a consideración el plan de desarrollo turístico como un punto clave para que el emprendimiento pueda ejercer el turismo comunitario de manera responsable; de tal modo que contribuya a la buena gestión de la comunidad, así como a la conservación del patrimonio cultural de un pueblo, por tanto, se plantea los siguientes aspectos.

### ***Plan***

Entiéndase como plan a una serie de actividades coordinadas y relacionadas entre sí, cuya finalidad es alcanzar objetivos establecidos. Destinadas a desarrollar un proyecto; siendo el plan resultado de la planificación estratégica.

(**Ander Egg, 1990**) Considera al plan como, un parámetro técnico-político dentro del cual se enmarcan programas y proyectos, haciendo hincapié que el plan permite tomar decisiones de carácter general tomando a consideración aspectos como: lineamientos, prioridades, estrategias de acción, recursos e instrumentos que permitan alcanzar las metas y objetivos propuestos. Entonces un plan es el conjunto coherente de metas e instrumentos que tiene como fin orientar una actividad humana en cierta dirección anticipada (**Sanchez, 2018**).

Pero la conceptualización que hace (**Andres E Miguel, 2011**), indica que plan es la gestión materializada en un documento, con el cual se proponen acciones concretas que buscan conducir el futuro hacia propósitos predeterminados. Es un documento donde se indican las alternativas de solución a determinados problemas de la sociedad y la forma de llevarlo a cabo determinando las actividades prioritarias y asignando recursos, tiempos y responsables a cada una de ellas. Señala también que el contenido básico de un plan comprende aspecto como: justificación del plan, visión del plan, diagnóstico, prospectiva, objetivos, estrategias, políticas, programas y proyectos del plan.

Por lo tanto, hay que considerar al plan como un instrumento más que un documento, óptimo para la definición de lineamientos, programas y tareas coordinadas que permiten alcanzar un propósito y a la vez de direccionarlas. Por otro lado, hay tener

presente que el plan es un derivado de la planificación. Pero su importancia radica en que, es la parte inicial de emprendimientos, organizaciones o empresas, siendo primordial para el éxito de las mismas.

### ***Planificación***

De acuerdo con (Hernandez M. , 2012) la planificación es la primera etapa de la administración, en donde se plasma objetivos, de manera que permita a la organización o empresa establecer la manera de operar o actuar en torno a las situaciones futuras que se vayan suscitando, por ende es necesario tomar a consideración los factores internos y externos; así como también los recursos, materiales y tecnológicos. Entonces planificación consiste en “realizar todas aquellas actividades gerenciales que se relacionan con el hecho de prepararse para escenarios futuros. Lo que implica, establecer objetivos, diseñar estrategias, elaborar políticas y fijarse metas. (David Fred R, 1997)

Es la capacidad que tiene las organizaciones o empresas para anticipar escenarios futuros, por consiguiente, se establecen los pasos que estas deben seguir. Por lo que se considera como los procesos idóneos para establecer metas y medios para alcanzar las metas establecidas.

Entendemos a la planificación como una serie de procesos para prever escenarios futuros, entonces el término estrategia significa el modo o la manera de dirigir las acciones de la organización, en las habilidades de crear sistemas de operación. Por ello es necesario también analizar el termino Planificación estratégica.

### ***Planificación estratégica***

(**Chiavenato, 2007**) La planificación estratégica es el proceso de adaptación organizacional amplio que implica aprobación de decisiones y evaluación, busca responder a preguntas básicas como: ¿por qué existe la organización?, ¿qué hace? y ¿cómo lo hace?, el resultado del proceso es un plan que sirve para guiar la acción organizacional en un plazo de tres a cinco años. En este sentido (**Gomez Castañeda, 2005**), lo define como un esquema práctico de la organización para adaptarse a los eventos del entorno o para anticiparlos, generando una ventaja competitiva que le permita permanecer exitosamente en el mercado. Un esquema es indispensable tanto para la organización, así como para todo el personal ya que permite entender y aplicar las indicaciones señaladas.



La planificación estratégica es el proceso por el cual los dirigentes ordenan sus objetivos y acciones en el tiempo. No es un dominio de alta gerencia sino un proceso de comunicación y de determinación de decisiones en el cual intervienen todos los niveles todos los niveles estratégicos de una empresa (Sallenave, 1999).

En resumen, todos los autores concluyen que la planificación estratégica es una herramienta de direccionamiento para las organizaciones que les permite cumplir con las metas en el futuro por lo que es indispensable establecer objetivos y actividades.

**Procesos de la Planificación**

De acuerdo con (Carvajal, 2005), manifiesta que el proceso de la planificación, destacando como actividades que están presentes en todas las organizaciones como la función inicial en toda técnica administrativa. Por lo tanto, se plasma el diagnostico interno y externo, la misión, visión, ya que esto conlleva el proceso de planificación, hasta obtener las acciones estratégicas tal y como se plasma a continuación. (Ver Gráfico N° 1)

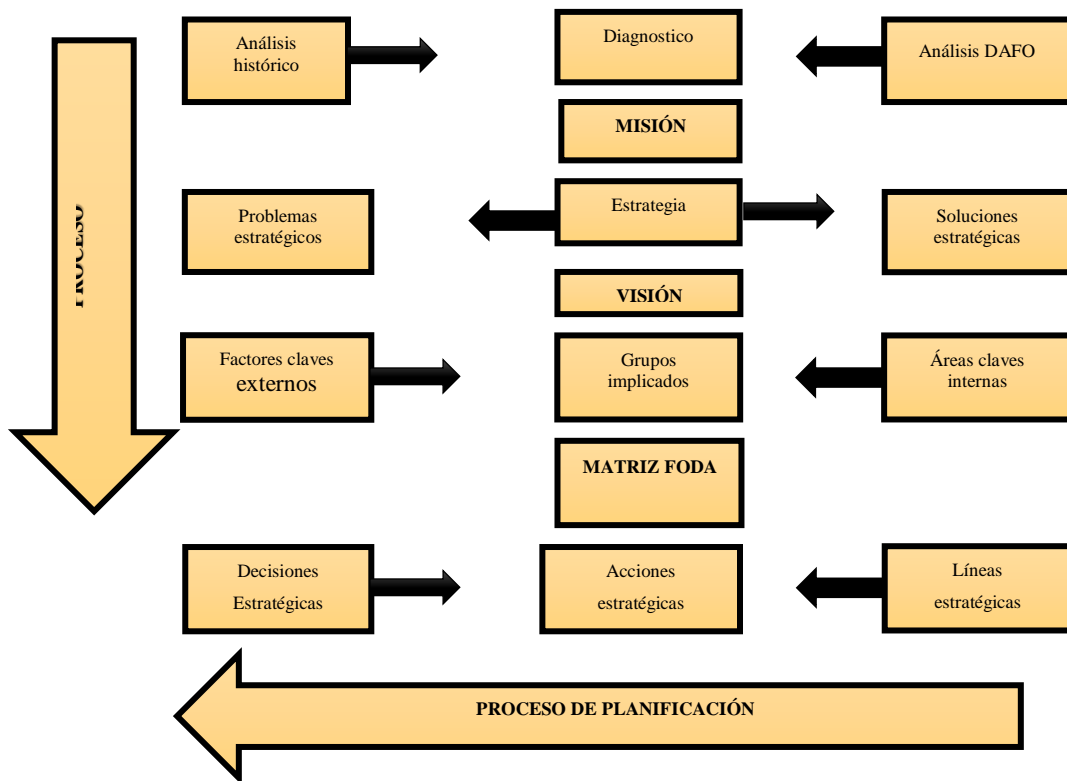


Gráfico 1: Proceso de la Planificación  
Fuente: Carvajal, (2005)

### ***Plan de desarrollo***

De acuerdo con (SENPLADES, 2016) considera al plan de desarrollo como instrumentos de ámbito territorial, provincial, cantonal y parroquial, que plasman la planificación de los Gobiernos Autónomos Descentralizados en el ejercicio de sus competencias concurrentes y plantea las líneas estratégicas de desarrollo de la circunscripción territorial local, sobre la base de un ordenamiento que determina un modelo deseado para el territorio, vinculado a la prioridades y objetivos nacionales de desarrollo. El plan de desarrollo es documento de alta calidad técnica, que contiene un diagnóstico lúcido sobre el punto de arranque y las tendencias que facilitan las posibilidades y los límites de una estrategia de desarrollo integral. (Villegas, 2011)

De tal modo que se entiende al plan de desarrollo como una herramienta de gestión destinada a promover el desarrollo social en un territorio específico.

### ***Análisis FODA***

El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir las oportunidades y amenazas (Ponce Talacon, 2006).

Para (Diaz Olivera & Matamoros Hernandez, 2011) el análisis es una herramienta de gestión que facilita el proceso de planeación estratégica, proporcionando la información necesaria para la implementación de acciones y medidas correctivas, y para el desarrollo de proyectos de mejora.

El mismo autor conceptualiza el análisis FODA de la siguiente manera:

- **Fortalezas:** son las capacidades especiales con las que cuenta la empresa, y por los que cuenta una posición privilegiada frente a la competencia.
- **Oportunidades:** son aquellos factores que resaltan positivos, favorables, explorables, que se deben descubrir en el entorno en el que se actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.
- **Debilidades:** son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia.
- **Amenazas:** son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización

### ***Emprendimiento***

Emprendimiento puede definirse como el desarrollo de un proyecto, que persigue un determinado fin económico, político o social, entre otros. (Sapag Chai, 2008).

(Kundel, 1991) La actividad emprendedora es la gestión del cambio radical y discontinuo o renovación estratégica, sin importar si esta renovación estratégica ocurre dentro o fuera de organizaciones existentes, y sin importar si esta renovación da lugar, o no, de una nueva entidad de negocio.

### ***Emprendimiento Turístico***

Los emprendimientos turísticos por lo general lo constituyen las nuevas y pequeñas empresas, en tanto se le otorga una posición privilegiada dentro del panorama actual del turismo, al constatarse su capacidad para crear riquezas, desarrollo y bienestar (Carree & Thurick, 2003) . En tanto para (Gessa & Toledano, 2011), más específicamente es el emprendimiento responsable y sostenible, es decir, el que adopta un enfoque de abajo a arriba para analizar e implantar soluciones locales que hagan frente a los problemas del entorno, el que está llamado a ser uno de los grandes en la creación del mundo sostenible. Para impulsar el sector de los emprendimientos turísticos se debe consolidar el sistema económico social y solidario de forma sostenible; profundizar las relaciones del estado con el sector popular; fomentar el turismo comunitario con el sector social; impulsar la transformación de la matriz productiva; diversificar y generar mayor valor agregado a los sectores prioritarios e impulsar el turismo con la promoción de la inversión nacional y extranjera.

### ***Estrategia***

De acuerdo con (Carneiro Caneda, 2010) la estrategia es la orientación en el actuar futuro, el establecimiento de un fin, en un plazo estimado como aceptable hacia el cual orientar el rumbo empresarial. Las estrategias afirman un lazo común entre las actividades de la organización y las relaciones producto-mercado de tal manera que definan la esencial naturaleza de los negocios en que esta la organización y los negocios que planea para el futuro. (Ansoff, 1965)

Para (Costa, 2010) las líneas estratégicas son el medio para lograr alcanzar los objetivos estratégicos marcados por la organización. Cada línea es la base sobre la cual se deriva el plan de acción.

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN LOCALIZACIÓN

La presente investigación se ejecutó en el siguiente punto geográfico:

- **País:** Ecuador
- **Provincia:** Pastaza
- **Cantón:** Pastaza
- **Parroquia:** Tarqui

El emprendimiento Lisan Wasi, está ubicada en las estribaciones de la Cordillera Oriental en el Km. 16 de la Vía Puyo - Macas a orillas del río el Puyo a 01°36'37" de latitud S; y, 77°54'31" de longitud occidental y 860 m.s.n.m.

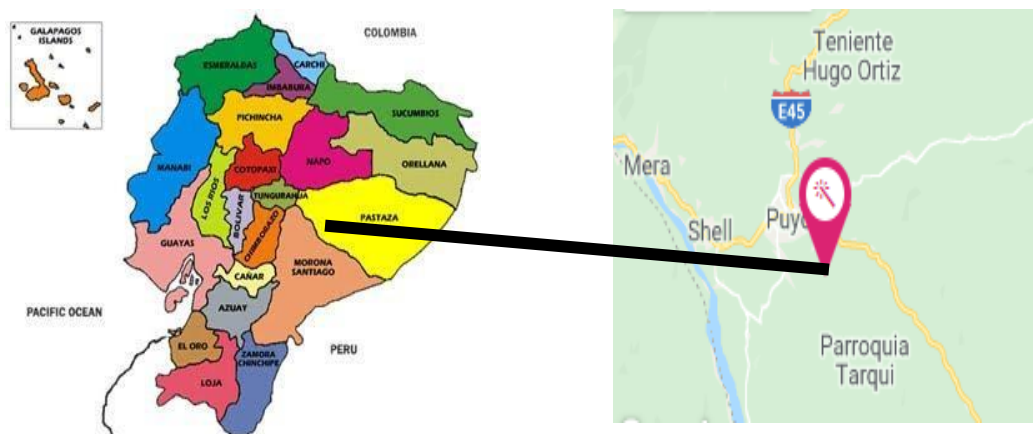


Gráfico 2: Mapa de Lisan Wasi  
Fuente: Google Map

#### **Superficie y Límites**

El emprendimiento se encuentra dentro de la zona de vida de bosque muy Húmedo Pre – Montano. La superficie es de 100 ha.

**Norte:** Comunidad de San Pedro

**Sur:** Río Puyo

**Este:** Comunidad de Kotococha

**Oeste:** Parroquia Tarqui

### ***Factores climáticos***

**Temperatura:** 22°C

**Precipitación:** 2000mm.

**Pisos climáticos:** húmedo tropical, tipo ecuatorial, siempre cálido húmedo

**Humedad:** 86%

**Extensión:** 1000 m2

### ***Relieve***

El territorio corresponde a la formación vegetal denominada Bosque Siempreverde, que es un sistema de bosques amazónicos de tierra firme. El relieve general al que pertenece se lo conoce como tierras bajas (**GAD Parroquial de Tarqui, 2011**)

### ***Distancia***

Lisan Wasi tiene una superficie aproximada de 1000 km<sup>2</sup>. Y se encuentra a treinta minutos de la ciudad de Puyo.

### ***Accesibilidad***

Se puede ingresar por vía de terrestre a través de las diferentes unidades de transporte público o con vehículos particulares. El perfecto estado de las vías totalmente asfaltadas, permite el fácil acceso al emprendimiento luego de treinta minutos en carretera se atraviesa un puente para iniciar una caminata de diez minutos por el sendero que dirigirá a Lisan Wasi.

## DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Para este estudio, se ha considerado los siguientes aspectos como el tipo, las técnicas e instrumentos de investigación.

### ***MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.***

#### DESCRIPTIVA

(Babaresco, 2013) Esta alternativa de investigación ayudó a analizar sistemáticamente las características de los fenómenos suscitados dentro del sitio de estudio. Puesto que esta investigación va más a la búsqueda de aquellos aspectos que se desea conocer y de los que se pretende obtener una respuesta.

#### DE CAMPO

De acuerdo con (Santa Paella & Feliberto Martins, 2012) la investigación de campo contribuyó en la recolección de datos, directamente del lugar en donde se suscita el estudio; lo que implicó a diferentes personas como sujetos de investigación. La recopilación se la realizó sin alterar ninguna variable.

### ***FACTORES DE ESTUDIO***

Son aquellos agentes que se encuentran dentro y fuera de una organización, que pueden generar un impacto positivo o negativo en la misma (Hernandez & Mendoza, 2015). Estos factores aportan con una visión estratégica, asociándolos a la competitividad. De tal manera que el autor siguiere los siguientes factores de estudio con sus respectivas variables. (Ver tabla N°1)

FACTORES	VARIABLES
EXTERNO	<ul style="list-style-type: none"><li>• Social</li><li>• Ambiental</li><li>• Político</li><li>• Económico</li><li>• Cultural</li><li>• Turístico</li></ul>
INTERNO	<ul style="list-style-type: none"><li>• Gerencia</li><li>• Producto</li><li>• Mercado</li><li>• Investigación y desarrollo</li><li>• Finanzas</li></ul>
LÍNEAS ESTRATÉGICAS	<ul style="list-style-type: none"><li>• Jerarquización de estrategias</li></ul>

Gráfico 3: Factores de Estudio  
Fuente: Hernández y Mendoza, (2015)

## ***Manejo de la investigación***

### **Objetivo 1: Identificar los escenarios internos del emprendimiento Lisan Wasi para establecer la línea base**

Para identificar los escenarios internos del emprendimiento Lisan Wasi, y establecer la línea base; se realizó:

#### **a. Análisis de los involucrados**

El análisis de involucrados es una herramienta indispensable que contribuye a la elaboración de estrategias (Brugha & Varvasovzky, 2000). Los involucrados son personas o grupos de personas que tiene interés a favor o en contra del proyecto que se desea ejecutar. Estas pueden estar activamente relacionadas con el proyecto y tienen intereses que pueden afectar de forma positiva o negativa.

El análisis permitió evaluar las características de quienes apoyan o se oponen al proyecto de investigación que se plantea para el emprendimiento Lisan Wasi. Este conocimiento previo permitió reducir riesgos. (Brugha & Varvasovzky, 2000) Sugieren que el análisis se lo realiza a través del siguiente proceso:

#### **-Hacer una lista de todos los involucrados**

Preparar una planilla con el siguiente formato, para registrar a todos los involucrados y sus intereses a favor o en contra del proyecto

<b>N</b>	<b>Involucrado</b>	<b>Intereses</b>	<b>Problemas percibidos</b>	<b>Mandatos y recursos</b>

*Gráfico 4: Formato para análisis de involucrados*  
*Fuente: Brugha y Varvasovzky, (2000)*

#### **b. Análisis de los procesos fundamentales**

- **Gerencia:** Capacidad administrativa, responsable
- **Producto:** Satisfactorios e innovadores
- **Mercado:** Objetivo
- **Investigación y Desarrollo:** Cambio, innovación
- **Finanzas:** Capacidad de inversión

Para esta investigación se aplicó la técnica de observación, y por consiguiente se utilizó una ficha de observación como herramienta

- **La observación**

Esta técnica permitió observar los hechos o aspectos que se desea registrar para su posterior análisis. Por ende se lo consideró fundamental dentro de todo el proceso investigativo; además se requirió de las dos formas de observación directa e indirecta. Siendo de gran utilidad la ficha de observación ([Ver anexo 3](#))

- c. Sistematización de la información**

Luego de haber realizado el levantamiento de la información primaria en lo que se refiere a los procesos fundamentales, la sistematización se lo realizó en diferentes matrices que a continuación se describen.

### **Matriz de factores internos**

Para (Ipinza, 2008) La Matriz de Factores Internos permite, por un lado, resumir y evaluar las principales fortalezas y debilidades en las áreas funcionales de un negocio

### **Matriz de evaluación de factores internos**

Ofrece una base para identificar y evaluar las relaciones entre esas áreas (Ipinza, 2008).

El autor que el procedimiento para la evaluación de factores internos es el siguiente:

**1.** Hacer una lista de los factores de éxito clave identificados en el proceso de evaluación interna. Use entre 10 y 20 factores internos en total, que incluyan tanto fortalezas como debilidades. Primero anote las fortalezas y a continuación las debilidades.

Asignarle peso entre 0.0 (no importante) a 1.0 (muy importante) a cada uno de los factores. El peso adjudicado a un factor dado indica la importancia relativa del mismo para que la organización sea exitosa en la industria donde compete.

Suma de todos los pesos = 1.0

**2.** Asignar un valor de 1-4 a cada factor. Este valor asignado corresponde a la respuesta actual de la estrategia de la organización respecto al factor. Los valores son:

4. Fortaleza mayor

3. Fortaleza menor



- 2. Debilidad menor
- 1. Debilidad mayor

Nótese que las fortalezas sólo reciben calificaciones de 4 o 3, y las debilidades sólo de 1 o 2. Las calificaciones están orientadas a la organización, mientras que los pesos del paso 1 están orientados al éxito de una organización en la industria.

3. Multiplicar el peso de cada factor por su valor. Este proceso produce un peso ponderado.
4. Sumar los pesos ponderados de cada factor.
5. Determinar el puntaje ponderado total para la organización

El puntaje más alto posible para la organización es 4.0; el más bajo, 1.0; y el promedio, 2.5

Los puntajes ponderados totales muy por debajo de 2.5 caracterizan a las organizaciones que son internamente débiles, mientras que los puntajes significativamente por encima de 2.5 indican una posición interna fuerte.

## **Objetivo 2: Determinar los escenarios externos que influyen en la operación de Lisan Wasi**

Para identificar los escenarios externos que influyen en la operación de Lisan Wasi; se realizó:

### **a. Establecer las técnicas y herramientas para la recopilación de información primaria y secundaria.**

Las técnicas y herramientas investigativas constituyen los procedimientos concretos para lograr recabar la información necesaria; por consiguiente son recursos fundamentales para toda investigación (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014). Siguiendo las recomendaciones de los autores para este estudio se requirió de las siguientes técnicas

- **La entrevista**

Esta técnica fue necesaria para entablar diálogos con los involucrados del proyecto, de tal manera. Se aplicó un tipo de entrevista estructura con la ayuda de un cuestionario

mismo que se elaboró previamente. El cuestionario consta de preguntas abiertas. ([Ver anexo 2](#))

- **Investigación bibliográfica o documental**

(Santa Palella & Feliberto, 2010) Encuentran necesaria la recopilación de la información bibliográfica o documental. Lo que significó el uso del método de la investigación bibliográfica permitiendo indagar sobre la información documentada respecto al tema de investigación es decir, los datos obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas.

(Fidias Arias, 2012) Establece la clasificación de las fuentes de información. Por ende se toma a consideración esta clasificación para la óptima selección de información.

### Clasificación de las fuentes de información

<b>FUENTES DE INFORMACIÓN</b>	<b>VIVAS</b>	Personas que no son parte de la muestra, pero que suministran información para la investigación, sobre todo en la de campo
	<b>DOCUMENTALES</b>	Impresas Audiovisuales y solo audio Electrónicas

Gráfico 5: Clasificación de las fuentes de información  
Fuente: Fidias Arias, (2012)

El mismo autor enfatiza sobre las fuentes de información documental, dando a conocer los diferentes tipos de documentales. Se tomó a consideración esta clasificación para determinar el origen de las fuentes documentales que se utilizaron.

### Tipo de fuentes documentales

Hoy en día, gracias al avance de las tecnologías se puede optar por diferentes fuentes documentales que aportaran con información fundamental para el desarrollo de la investigación, eh aquí las siguientes:

Fuentes impresas	Fuentes audiovisuales o solo audio	Fuentes electrónicas
- Documentos escritos - Documentos de cifras o datos	- Documentos audiovisuales - Grabaciones de audio	- Documentos en internet - Documentos digitalizados

numéricos de publicación periódica -Documentos gráficos		-Bases de datos
---	--	-----------------

Gráfico 6: Tipos de fuentes documentales  
Fuente: Fidias Arias, (2012)

### **b. Recopilación y síntesis de la información**

Luego de haber recopilado la información necesaria referida a los factores externos, la sistematización se realizó en las matrices que a continuación se detallan:

#### **Matriz de factores externos**

El propósito de esta matriz es crear una lista definida de las oportunidades que podrían beneficiar a una organización y de las amenazas que deben evitarse, el objetivo principal es identificar las variables más primordiales (Ipiza, 2008).

#### **Matriz de evaluación de factores externos**

Esta matriz cuantifica los resultados en las oportunidades y amenazas identificadas que ofrece el entorno. Las organizaciones deben responder a estos factores de manera tanto ofensiva como defensiva.

Los pasos para desarrollar la matriz MEFE son los siguientes:

1. Listar los factores críticos para el éxito identificados en el proceso de la evaluación externa. Incluir un total de 10 a 20 factores, las oportunidades y amenazas que afectan la organización y su industria. Primero, anotar las oportunidades y luego, las amenazas. Ser tan específico como sea posible, usando porcentajes, tasas, y cifras comparativas. No existe un balance en el número de oportunidades y amenazas. Pueden ser 7-5, 10-2, 6-8, 5-5 u otra combinación, siempre que sumen, en lo posible, un mínimo de 10 y un máximo de 20.
2. Asignar un peso relativo a cada factor de 0.0 (no importante) hasta 1.0 (muy importante). El peso indica la importancia relativa de ese factor para el éxito de la organización en la industria. Las oportunidades suelen tener pesos más altos que las amenazas; sin embargo, las amenazas también pueden recibir pesos altos, si son especialmente severas o amenazadoras. Los pesos apropiados pueden ser determinados comparando competidores exitosos con no exitosos, o discutiendo el factor y llegando a un consenso de grupo. La suma de todos los pesos asignados a los factores debe ser

igual a 1.0 y el balance entre la sumatoria de las oportunidades y de las amenazas puede tener cualquier proporción (Ejemplos: 0.6-0.4, 0.8-0.2, 0.5-0.5, etc.).

3. Para indicar si efectivamente la actual estrategia de la organización responde a un factor, asignar una calificación de 1 a 4 a cada factor clave externo, considerando la siguiente escala:

4 = la respuesta es superior

3 = la respuesta está por encima del promedio

2 = la respuesta es promedio

1 = la respuesta es pobre

Las calificaciones se basan en la efectividad de las estrategias que está siguiendo una organización. Esta calificación está orientada hacia la organización, mientras que los pesos del paso 2 están orientados a la industria. Es importante notar que tanto las amenazas como las oportunidades pueden recibir una calificación de 1, 2, 3, o 4.

4. Multiplicar el peso de cada factor por su calificación para determinar el peso ponderado

5. Sumar los pesos ponderados de cada variable para determinar el peso ponderado total de la organización

Independientemente de la cantidad de oportunidades y amenazas clave incluidas en la matriz MEFE, el peso ponderado total más alto que puede obtener una organización es 4.0, y el más bajo posible es 1.0. El valor promedio es 2.5. Un peso ponderado total de 4.0 indica que la organización está respondiendo excelentemente a las oportunidades y amenazas del entorno existentes en esa industria.

El emprendimiento Lisan Wasi, debe buscar una posición en la industria desde la cual pueda influenciar las fuerzas a su favor o defenderse de ellas si son adversas. Debe tenerse en cuenta que los competidores, así como los proveedores y clientes/consumidores desarrollan acciones que los favorezcan, y alcanzan de esa manera retornos encima del promedio. En función a esto, se requiere de la Matriz de Perfil Competitivo

### **c. Elaborar la Matriz de Perfil Competitivo**

Para el desarrollo de la matriz de perfil competitivo MPC (Ipinza, 2008) se identificó a los principales competidores de la organización, sus fortalezas y debilidades con relación a la posición estratégica de una organización modelo, y a una organización determinada como muestra. El propósito de esta matriz es señalar cómo está una organización respecto del resto de competidores asociados al mismo sector, para que a partir de esa información la organización pueda inferir sus posibles estrategias basadas en el posicionamiento de los competidores en el sector industrial.

Se basa en los factores internos clave de éxito que afectan a todos los competidores y son críticos para tener éxito en el sector industrial. Su determinación es crucial para el éxito del análisis y evaluación. Este análisis ayudará a determinar los factores clave de éxito, que son aquellas actividades que debe desarrollar bien una organización en el sector para lograrlos

Los factores en una matriz MPC incluyen temas internos y externos, las calificaciones (valores) se refieren a fortalezas y debilidades de la organización, donde:

Los pesos de los factores clave de éxito deben sumar 1.00 y deben ser entre 6 y 12.

### **Objetivo 3: Establecer las líneas estratégicas de acción para orientar la gestión del emprendimiento Lisan Wasi al 2024**

Para establecer las líneas estratégicas se consideraron elaborar diferentes matrices en las que analizan los factores claves internos y externos; y partir de ella diseñar estrategias. A continuación se describen las matrices aplicadas para esta investigación:

#### **a. Matriz FODA**

Esta matriz es una de las más interesantes por las cualidades intuitivas que exige a los analistas, y es posiblemente la más importante y conocida (IPINZA, 2008). La matriz FODA sirve como una herramienta de análisis situacional. Dentro de esta matriz se plasman los factores internos y externos claves.

#### **b. Matriz de estrategias**

Exige un concienzudo pensamiento para generar estrategias en los cuatro cuadrantes de la matriz, estos son los de: fortalezas y oportunidades (FO), debilidades y oportunidades (DO), fortalezas y amenazas (FA), y debilidades y amenazas (DA) (IPINZA, 2008).

Para construir la matriz FODA se copia directamente en esta las oportunidades y amenazas registradas en la matriz MEFE, así como las fortalezas y debilidades registradas en la matriz MEFI; con esto se crean las cuatro entradas para los cuatro cuadrantes mencionados (FO, DO, FA, DA) y se generan las estrategias externas principalmente, y eventualmente internas; explotando, buscando, confrontando, y evitando la combinación de los factores críticos de éxito, respectivamente.

El proceso que se realiza en esos cuatro cuadrantes es el de emparejamiento para generar y registrar las estrategias en la matriz; para lo cual se requiere realizar los siguientes pasos:

### **Estrategias FO**

Empareje las fortalezas internas con las oportunidades externas. Genere las estrategias usando las fortalezas internas de la organización que puedan sacar ventaja de las oportunidades externas (Explotar). Registre las estrategias resultantes en el cuadrante FO con la notación que revela la lógica que las sustenta (Ej.: F1, F2 con O2, O3).

### **Estrategias DO**

Buscar que se empareje las debilidades internas con las oportunidades externas. Genere las estrategias mejorando las debilidades internas para sacar ventaja de las oportunidades externas (Buscar). Registre las estrategias resultantes en el cuadrante DO con la notación que revela la lógica que las sustenta (Ej.: D1, D3 con O1, O4).

### **Estrategias FA**

Empareje las fortalezas internas con las amenazas externas. Genere las estrategias usando las fortalezas de la organización para evitar o reducir el impacto de las amenazas externas (Confrontar). Registre las estrategias resultantes en el cuadrante FA con la notación que revela la lógica que las sustenta (Ej.: F3, F4 con A1).

### **Estrategias DA**

Empareje las debilidades internas con las amenazas externas. Genere las estrategias considerando acciones defensivas con el fin de reducir las debilidades internas evitando las amenazas del entorno (Evitar). Registre las estrategias resultantes en el cuadrante DA con la notación que revela la lógica que las sustenta (Ej.: D2 con A3).

### **c. Matriz Cuantitativa de la Planificación Estratégica (MCPE)**

La técnica analítica para determinar el atractivo relativo de las acciones alternativas viables. Esta técnica es la matriz cuantitativa de la planificación estratégica (MCPE). (IPINZA, 2008) Esta técnica indica, en forma objetiva, cuáles son las mejores estrategias alternativas. La MCPE usa la información obtenida de los análisis de la matriz MEFE, la matriz MEFI.

Pasos necesarios para elaborar una MCPE

**Paso 1:** Haga una lista de las oportunidades-amenazas externas y las fuerzas-debilidades internas de la empresa en la columna izquierda de la MCPE. Esta información se debe obtener directamente de la matriz MEFE y la matriz MEFI.

**Paso 2** Adjudique pesos a cada uno de los factores críticos para el éxito, internos y externos. Estos pesos son idénticos a los de la matriz MEFE y la matriz MEFI. Los pesos se presentan en una columna contigua, a la derecha, de los factores internos y externos críticos para el éxito.

**Paso 3** Estudie las matrices MEFE Y MEFI y después identifique las estrategias alternativas cuya aplicación debería considerar la organización. Registre estas estrategias en la hilera superior de la MCPE. De ser posible, agrupe las estrategias en series excluyentes.

**Paso 4** Determine las calificaciones del atractivo (CA) definidas como valores numéricos que indican el atractivo relativo de cada estrategia dentro de una serie dada de alternativas. Las calificaciones del atractivo se determinan analizando cada factor crítico para el éxito, interno o externo, de uno en uno, formulando la pregunta: "¿Afecta este factor la elección de la estrategia?" Si la respuesta a esta pregunta es Sí, entonces las estrategias se deben comparar en relación con ese factor clave. Concretamente, se debe asignar una calificación del atractivo a cada estrategia para indicar su atractivo relativo en comparación con otras, considerando ese factor particular.

La escala de las calificaciones del atractivo es 1 = no es atractiva, 2 = algo atractiva, 3 = bastante atractiva y 4 = muy atractiva.

Si la respuesta a la pregunta anterior es NO, que indica que el factor crítico para el éxito respectivo no tiene repercusiones para la elección concreta que se está considerando, entonces no se adjudican calificaciones del atractivo a las estrategias de esa serie.

**Paso 5** Calcule las calificaciones del atractivo total. Las calificaciones del atractivo total se definen como el resultado de multiplicar los pesos (paso 2) por las calificaciones del atractivo (Paso 4) de cada hilera. Las calificaciones del atractivo total indican el atractivo relativo de cada una de las estrategias alternativas, considerando sólo el impacto del factor adyacente crítico para el éxito, interno o externo. Cuanto mayor es la calificación del atractivo total, tanto más atractiva será la alternativa estratégica.

**Paso 6** Calcule el total de la suma de calificaciones del atractivo. Sumar las calificaciones del atractivo total de cada columna de estrategias de la MCPE. La suma de las calificaciones del atractivo total revela cuál es la estrategia que resulte más atractiva de cada una de las series de alternativas. Las calificaciones más altas indican estrategias más atractivas, considerando todos los factores relevantes, internos y externos, que podrían afectar esas decisiones estratégicas. La magnitud de la diferencia entre el total de la suma de calificaciones del atractivo en una serie dada de alternativas estratégicas indica la idoneidad relativa de una estrategia en comparación con otra.



## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS

#### IDENTIFICAR LOS ESCENARIOS INTERNOS DEL EMPRENDIMIENTO

#### LISAN WASI PARA ESTABLECER LA LÍNEA BASE

Para iniciar con la identificación del escenario interno del emprendimiento se procedió a realizar el análisis de los involucrados, el cual se describe a continuación (Ver gráfico N° 7)

#### Análisis de involucrados

N	Involucrado	Intereses	Problemas percibidos	Mandatos y recursos
1	Cliente	Innovación de productos en función a las tendencias del mercado	Productos inestables	Dinero Buzón de quejas y reclamos
2	Personal del emprendimiento	Mejorar conocimientos y competencias	No hay procesos de desarrollo para aumentar el desempeño	Ninguno
3	Gerencia	Mejorar la gestión administrativa	Carencia de conocimientos para la adecuada gestión	Competencia para ejecutar proyectos para el fortalecimiento del emprendimiento

Gráfico 7: Análisis de los involucrados  
Fuente trabajo de campo-Báez Valeria, (2018)

#### ESCENARIOS INTERNOS DEL EMPRENDIMIENTO LISAN WASI

##### GERENCIA

El emprendimiento Lisan Wasi, lo conforman 7 familias de la nacionalidad kichwa de la provincia de Pastaza, misma que cuenta con alrededor de 18 socios entre hombres (10)

y mujeres (8), esto desde su conformación en el año 2013, desde entonces la comunidad ha venido fortaleciéndose, realizando las gestiones pertinentes para mejorar la infraestructura. Está ubicada en la comunidad de “San Pedro” km 16 vía a macas, al margen derecho vía Pomona km 5, exactamente a 20 minutos de la capital provincial Puyo

Dentro del área de gerencia el trabajo en equipo es notorio de manera especial en las actividades realizadas para la buena marcha de la empresa y el mantenimiento del establecimiento, este último aspecto es notorio en las mingas. Existe un organigrama funcional que les permita conocer la jerarquía de cada uno de los miembros. Tienen la definición clara respecto a la filosofía empresarial; es decir, que cuentan con una misión y visión, lo que les permite direccionarse, saber hacia dónde quieren llegar y lo que pretenden alcanzar. Pero carecen de un manual de funciones en la que se establecen las funciones que realmente deben ejercer la gerencia así como las otras áreas del emprendimiento. Tampoco cuentan con un plan estratégico lo que hace que sean vulnerables ante diferentes fenómenos que se suscitan en su entorno, por ende es primordial que cuenten con profesionales que contribuyan en la elaboración de documentos técnicos para el desarrollo y mejoramiento en todos los ámbitos requeridos para el emprendimiento. La actividad principal de Lisan Wasi es la prestación de servicios de recreación, alojamiento y alimentación.

A continuación se detallan los elementos que son primordiales dentro de la gerencia de Lisan Wasi:

- **Filosofía empresarial**

**Misión**

“Somos un emprendimiento de desarrollo sostenible que impulsa el crecimiento socioeconómico de nuestra de nuestra base asociativa y la comunidad por medio de estrategias innovadoras, culturales ancestrales, que utilizan el turismo para generar progreso con calidad, eficiencia, transparencia y con alta responsabilidad Social, Ambiental y Cultural.”

**Visión**

“ser la mejor red de emprendimientos comunitarios, que fortalece el desarrollo local en los ámbitos nacional e internacional, promoviendo un modelo de gestión integral de productos y servicios turísticos alternativos, competitivos y complementarios, con el

fin de satisfacer las exigencias de su mercado y atender las necesidades de sus afiliados”

- **Organigrama funcional de Lisan Wasi**

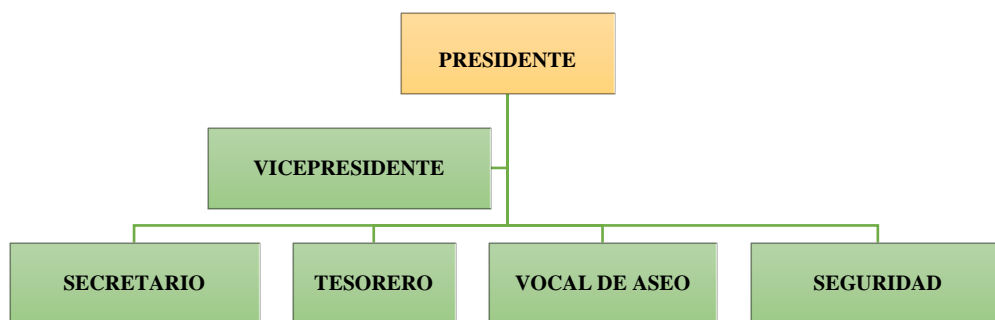


Gráfico 8: Organigrama Funcional de Lisan Wasi  
Fuente: Lisan Wasi

### ***PRODUCTO***

El emprendimiento Lisan Wasi ofrece a los turistas nacionales y extranjeros turismo vivencial, servicios de alojamiento, alimentación y senderismo además diversas actividades recreativas en las que se contrastan las costumbres y tradiciones de la nacionalidad kichwa de Pastaza tales como la toma de la wuayusa; limpieza por el shaman, artesanías de barro, vestimenta tradicional entre otros; mismos que se conjugan con los atractivos naturales. En cada uno de estos aspectos esta demás decir que se ofrece un valor agregado a cada producto o servicio, además de la cortesía y el buen trato. Adicional cada uno de todos estos aspectos están bajo el respaldo de un plan de contingencia en caso de suscitarse cualquier situación de emergencia

### ***Actividades recreativas***

Cuenta con áreas verdes e infraestructura cultural, y su proximidad a las orillas del río Puyo, misma que se convierte en un entorno idóneo para que el turista pueda disfrutar

de paz y tranquilidad en compañía de la naturaleza y la nacionalidad kichwa. Ofrecen actividades de intercambio cultural como: toma de la wuayusa, shamanismo, danza, observación y preparación de la chicha de yuca, observación y elaboración de mukawuas, juegos ancestrales, pintura ancestral. (Ver gráfico N° 9 y 10)



Gráfico 9: Actividad recreativa-pintura en el rostro con achiote  
Fuente: Trabajo de campo- Báez Valeria, (2018)



Gráfico 10: Área de recreación- Lisan Wasi  
Fuente: Trabajo de campo- Báez Valeria, (2018)

### **Restauración**

La gastronomía que ofrece es variada y netamente amazónica, ya que se basa en la preparación de productos amazónicos entre ellos está el maito de tilapia y de pollo, uchumanka, así como también bebidas tradicionales como la chicha de yuca y la



Gráfico 11: Área de restauración-Lisan Wasi  
Fuente: Trabajo de campo- Báez Valeria, (2018)



wuayusa, y otros productos de temporada, siendo estos muy apetecidos por los paladares de los visitantes. (Ver gráfico N°11)

### ***Hospedaje***

Cuenta con cabañas o casas (Wasi en kichwa), para que los visitantes puedan pernoctar, actualmente tiene a disposición 6 cabañas elaborados con materiales de la zona. El valor del hospedaje es de cinco dólares por persona, como otra alternativa de pernoctación cuentan con espacios a la intemperie idóneos para poder realizar camping. (Ver gráfico N° 12 y 13)



*Gráfico 12: Cabañas Lisan Wasi*  
*Fuente: Trabajo de campo- Báez Valeria, (2018)*



*Gráfico 13: Habitación-Lisan Wasi*  
*Fuente: Trabajo de campo- Báez Valeria, (2018)*

### ***Senderismo***

Para realizar esta actividad cuentan con senderos, en donde se puede observar la flora y fauna endémica de la amazonia ecuatoriana. A demás que ciertas partes de los senderos

están cercanos al río puyo, siendo esta la principal fuente hidrográfica que a su vez una ventaja (Ver gráfico N° 14 y 15)



*Gráfico 14: Área de sendero-Lisan Wasi  
Fuente: Trabajo de campo-Báez Valeria, (2018)*



*Gráfico 15: Área de senderos-Lisan Wasi  
Fuente: Trabajo de campo- Báez Valeria, (2018)*

### **Artesanía**

También considerada como uno de los componentes del producto turístico, ya que además de exhibir las artesanías y trajes típicos elaboradas por las mujeres con semillas recogidas de la naturaleza, para luego ser puestos a la venta, de manera que también pueda generar ingresos adicionales. (Ver gráficos N° 16 y 17)





Gráfico 16: Artesanías

Fuente: Trabajo de campo- Báez Valeria, (2018)



Gráfico 17: Artesanías

Fuente: Trabajo de campo- Báez Valeria, (2018)

Al igual que otros emprendimiento se ofrecen productos y servicios amazónicos que característicos de la Amazonia Ecuatoriana; sin embargo es notorio la inexistencia de señalética acorde al servicio que se oferta. Por lo tanto es una falencia que dificulta la buena prestación de servicios de calidad.

Es importante mencionar que el costo de ingreso a lisan Wasi tiene un valor de tres dólares americanos por persona y para los niños un valor un dólar americano. Además, cuando los visitantes desean realizar únicamente actividades recreativas de intercambio cultural el costo es de 7 dólares. Por otro lado, el costo de todo el paquete es de 12 dólares. (Ver gráfico N°18)

<b>CUADRO DE TARIFAS</b>	
<b>Costo de ingreso adultos</b>	<b>3.00 \$</b>
<b>Costo de ingreso niños</b>	<b>1.00 \$</b>
<b>Actividades recreativas y culturales</b>	<b>7.00\$ x pax</b>
<b>Alojamiento</b>	<b>5 dólares x pax</b>
<b>Camping</b>	<b>5 dólares x pax</b>
<b>Senderismo</b>	<b>5 dólares x pax</b>
<b>Paquete completo</b>	<b>12 dólares x pax</b>
<b>paquetes para grupos de más de 10 personas</b>	<b>10 dólares x pax</b>

Gráfico 18: Tarifas de Lisan Wasi

Fuente: Lisan Wasi

## ***MERCADO***

De acuerdo a los productos turísticos que posee Lisan Wasi, se identifica que el mercado potencial es el internacional y el mercado nacional en menor grado, este aspecto muy evidente, pese a que el emprendimiento que lleva poco tiempo operando. Aunque carecen de un determinado perfil de turistas, ha sido favorable la aceptación de este emprendimiento que trabaja bajo los lineamientos de sostenibilidad.

A pesar de los escenarios favorables, el emprendimiento carece de un área de marketing y ventas, así como de personal capacitado para realizar estas actividades; lo que dificulta dar a conocer la publicidad, promociones y servicios que se estén ofertando, dando como consecuencia la baja afluencia de turistas al lugar. Sin embargo, hacen uso de las redes sociales como una alternativa de promoción, aunque no hay información actualizada; así como trípticos, además de la participación en las ferias turísticas que se realizan a nivel local y nacional

## ***INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO***

Se registran convenios para realizar investigaciones por parte de diferentes instituciones educativas de tercer nivel como la Universidad Estatal de Amazónica, la Universidad Técnica de Ambato, la Universidad Central del Ecuador; entre otras instituciones como los GAD's provincial, cantonal y parroquial, cuyos convenios se realizan con el fin de mejorar la infraestructura y la accesibilidad; así también la implementación de servicios básicos como es la luz, el agua, tratamiento de aguas residuales, y manejo de residuos orgánicos e inorgánicos. Se puede evidenciar la presencia de estudiantes provenientes de Argentina que en calidad de voluntarios aportan al desarrollo en las diferentes áreas de la entidad.

Las investigaciones realizadas están enfocadas hacia el beneficio del emprendimiento, a través de las capacitaciones a los miembros. De manera que se oriente acorde a la visión y misión empresarial, sin perder los principios de sostenibilidad y



sustentabilidad.

En conclusión Lisan Wasi abre las puertas a diferentes organizaciones que realicen estudios de diferente índole; ya que lo consideran una oportunidad para su beneficio.

### ***FINANZAS***

El emprendimiento dispone de una cuenta bancaria a nombre del mismo, en la que se depositan todas las ganancias y aportaciones que se obtienen por las actividades turísticas que se realizan, además de contar con una caja chica que no solamente es para solventar las necesidades que se suscitan; sino que también se la utiliza para realizar micro créditos a los socios en situaciones de calamidad.

Lisan Wasi desde sus inicios viene demostrado ser un emprendimiento que busca el mejoramiento continuo en todas las áreas, demostrando ser sujetos de crédito, sin embargo, del personal técnico capacitado para elaborar propuestas de financiamiento, ante entidades bancarias o entidades no gubernamentales.

Los convenios obtenidos son a base de gestiones que los miembros o alguna persona delegada realiza ante las entidades públicas, privadas o personas particulares, de este modo logran solventar las necesidades básicas de este sitio.

Para cumplir el primer objetivo específico de esta investigación, se procedió con la elaboración de la base de datos de los factores internos, dando paso a la Matriz MEFI; siendo que es esta matriz se analizan criterios importantes clasificados en: fortalezas y debilidades. Misma que se muestra a continuación.

**Base de datos de los factores internos claves**

FACTORES INTERNOS		
FACTORES	FORTALEZAS	DEBILIDADES
<b>Gerencia</b>	1. <i>Emprendimiento con organización</i> 2. <i>Existe un buen liderazgo</i> 3. <i>Emprendimiento con cimientos culturales de la nacionalidad kichwa</i>	1. <i>Carecen de un manual de funcionalidades</i> 2. <i>Inexistencia de profesionales en el área de turismo</i> 3. <i>Carecen de la infraestructura para esta área administrativa</i>
<b>Producto</b>	4. <i>Poseen infraestructura turística acorde a los servicios y productos que ofertan</i> 5. <i>Poseen recursos culturales y naturales</i> 6. <i>Valor agregado a los productos y servicios ofertados</i> 7. <i>Poseen un plan de contingencia en caso de emergencia</i>	4. <i>Inexistencia de señalética dentro y fuera del emprendimiento</i>
<b>Mercado</b>	8. <i>Aceptación en el mercado local nacional e internacional</i> 9. <i>Uso de redes sociales y trípticos como medio de publicidad</i> 10. <i>Participación masiva en ferias y eventos turísticos</i>	5. <i>Carecen de un área de marketing y ventas</i> 6. <i>Inexistencia del personal técnico capacitado para realizar la promoción turística</i> 7. <i>En las redes sociales, no existe información actualizada sobre los productos, servicios y promociones que se estén actualizando</i>
<b>Investigación y Desarrollo</b>	11. <i>Cuentan con vías accesibles</i> 12. <i>Servicios básicos implementados</i> 13. <i>Convenios de desarrollo con entidades gubernamentales, no gubernamentales y personas particulares.</i>	
<b>Finanzas</b>	14. <i>Disponen de una cuenta bancaria</i> 15. <i>Cuentan con una caja chica</i>	8. <i>carencia de personal técnico para elaborar propuestas de financiamiento</i>

Gráfico 19: Factores internos claves

Fuente: Trabajo de campo- Báez Valeria, (2018)

### Matriz de evaluación de factores internos

N°	FACTORES INTERNOS	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	R PONDERADO		
<b>FORTALEZAS</b>						
1	Emprendimiento con organización	0,06	4	0,24		
2	Existe un buen liderazgo	0,05	4	0,20		
3	Emprendimiento con cimientos culturales de la nacionalidad kichwa	0,04	3	0,12		
4	Poseen infraestructura turística acorde a los servicios y productos que ofertan	0,05	4	0,20		
5	Poseen recursos culturales y naturales	0,05	4	0,20		
6	Valor agregado a los productos y servicios ofertados	0,03	4	0,12		
7	Poseen un plan de contingencia en caso de emergencia	0,03	4	0,12		
8	Aceptación en el mercado local nacional e internacional	0,04	4	0,16		
9	Uso de redes sociales y trípticos como medio de publicidad	0,05	4	0,20		
10	Participación masiva en ferias y eventos turísticos	0,05	4	0,20		
11	Cuentan con vías accesibles	0,03	4	0,12		
12	Servicios básicos implementados	0,02	3	0,06		
13	Convenios de desarrollo con entidades gubernamentales, no gubernamentales y personas particulares	0,04	4	0,12		
14	Disponen de una cuenta bancaria	0,02	3	0,06		
15	Cuentan con una caja chica	0,04	4	0,16		
<b>DEBILIDADES</b>						
16	Carecen de un manual de funcionaes	0,06	1	0,06		
17	Inexistencia de profesionales en el área de turismo	0,04	1	0,04		
18	Carecen de la infraestructura para esta área administrativa	0,05	2	0,10		
19	Inexistencia de señalética dentro y fuera del emprendimiento	0,04	1	0,04		
20	Carecen de un área de marketing y ventas	0,06	1	0,06		
21	Inexistencia del personal técnico capacitado para realizar la promoción turística	0,03	1	0,03		
22	En las redes sociales, no existe información actualizada sobre los productos, servicios y promociones que se estén actualizando	0,06	1	0,06		
23	Carencia de personal técnico para elaborar propuestas de financiamiento	0,06	2	0,12		
TOTAL		1,00		2,79		
PARÁMETROS DE CALIFICACIÓN	0,0	Sin importancia	1	Debilidad importante	3	Fortaleza menor
	0,1	De gran importancia	2	Debilidad menor	4	Fortaleza importante

Gráfico 20: Matriz de Evaluación de Factores Internos  
Fuente Báez Valeria, (2018)

La Matriz de Evaluación de Factores Internos indica un resultado total ponderado de 2,79 en el grafico N° 21. Se observa que el resultado ponderado de las Fortalezas se suma a 2,28 y Debilidades equivale a 0,51; lo que demuestra que dentro del emprendimiento Lisan Wasi prevalecen las Fortalezas por ende debe ser utilizada por el bienestar y desarrollo del emprendimiento. Por otro lado, las debilidades tienen un menor porcentaje, lo que significa que hay que superarlo y mejorarlo, caso contrario podría afectar en el desarrollo y bienestar de esta empresa. (Ver gráfico N°21)

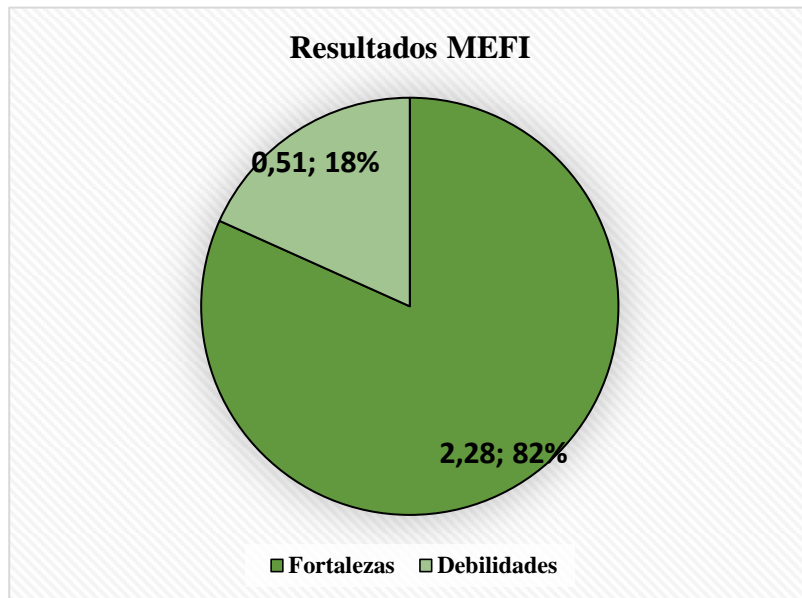


Gráfico 21: Resultados MEFI  
Fuente: Báez Valeria, (2018)

## 5.2 IDENTIFICAR LOS ESCENARIOS EXTERNOS QUE INFLUYEN EN LA OPERACIÓN DE LISAN WASI

Para identificar de los escenarios externos que influyen en la operatividad del emprendimiento se aplicó una encuesta ([Ver anexo 2](#)), a 36 personas del entorno externo pero que viven en sectores aledaños al sitio de investigación, cada una de estas personas pertenecen a la nacionalidad kichwa. A continuación el análisis de la información recopilada

### ***ESCENARIO SOCIAL***

Dentro de este escenario se ha considerado aspectos referentes a la educación, demografía, entorno familiar, vivienda, salud, servicios básicos.

#### ***Población / demografía***

De acuerdo a la información recopilada en las investigaciones de campo, de las 36 personas encuestadas el 50% son mujeres; mientras que el otro 50% corresponde a los hombres. (Ver gráfico N° 22)

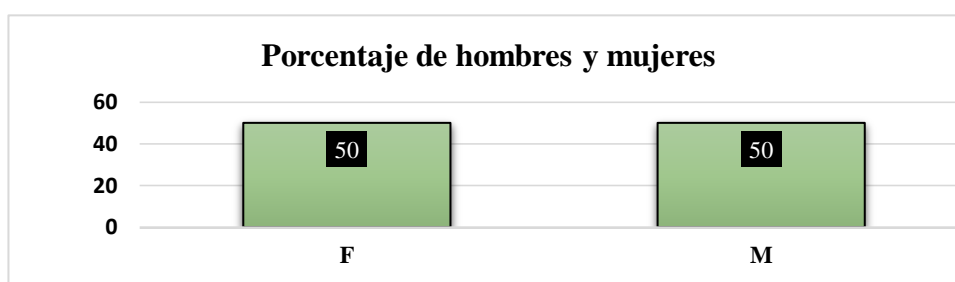


Gráfico 22: Porcentaje de hombres y mujeres  
Fuente: Trabajo de campo-Báez Valeria, (2018)

#### ***Educación***

En este aspecto el 58% de encuestados ha cursado la primaria, mientras que un 33% de manifestó haber realizado la secundaria. Ningún encuestado ha realizado estudios superiores superior, lo que equivale a un 0%. Dentro de este aspecto también se considera a los infantes quienes reciben la educación inicial, lo que corresponde a un 8%. (Ver gráfico N°23)

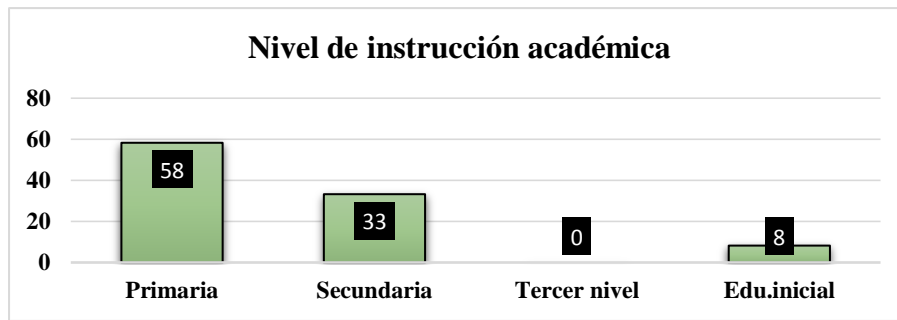


Gráfico 23: Nivel de instrucción académica  
Fuente: Trabajo de campo-Báez Valeria, (2018)

Se considera fundamental estimular la continuidad de los estudios en cuanto a la educación de tercer nivel, de tal manera que en un futuro puedan contar con profesionales que realicen aportes científicos para el desarrollo de las localidades. Por ello es esencial fomentar la educación desde los primeros años de vida. Tomando en cuenta la educación bilingüe e hispana, ya que se fortalece la educación cultural.

En lo que se refiere a la educación hispana, el 86% de la población esta alfabetizada; mientras que el 14% de la población corresponde a las personas analfabetas. El porcentaje es mínimo, debido a que este valor corresponde a las personas adultas mayores y las persona con discapacidad. (Ver gráfico N°24)

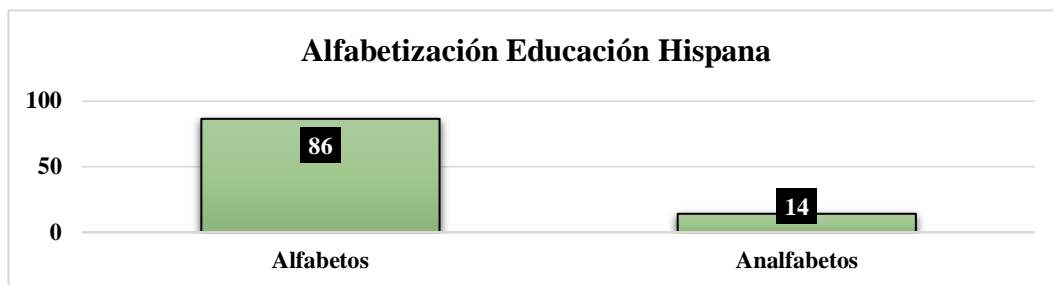


Gráfico 24: Alfabetización Educación. Hispana  
Fuente: Trabajo de campo-Báez Valeria, (2018)

Mientras que, para la educación bilingüe, el índice de alfabetización es alto, lo que corresponde a un 92% de la población, predominado con un 8% el analfabetismo. Este porcentaje lo comprenden las personas con discapacidad. Lo que significa que se preocupa por mantener su lengua materna el kichwa, fomentando el uso diario. (Ver gráfico N°25)

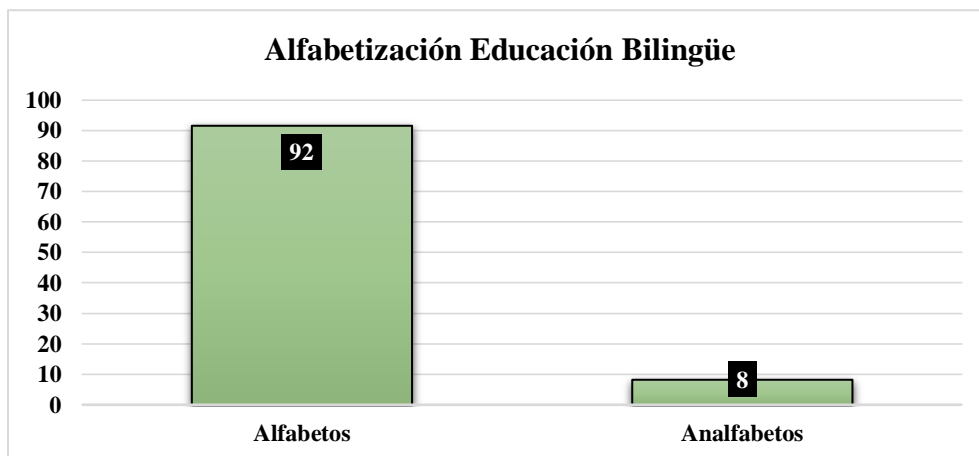


Gráfico 25: Alfabetización Educación Bilingüe  
Fuente: Trabajo de campo-Báez Valeria, (2018)

### Salud

Al suscitarse cualquier tipo de enfermedades, el 88% de los encuestados prefieren utilizar la medicina ancestral; mientras que el 13% hacen uso tanto de la medicina de occidental acudiendo al centro de salud más cercano. (Ver gráfico N°26)

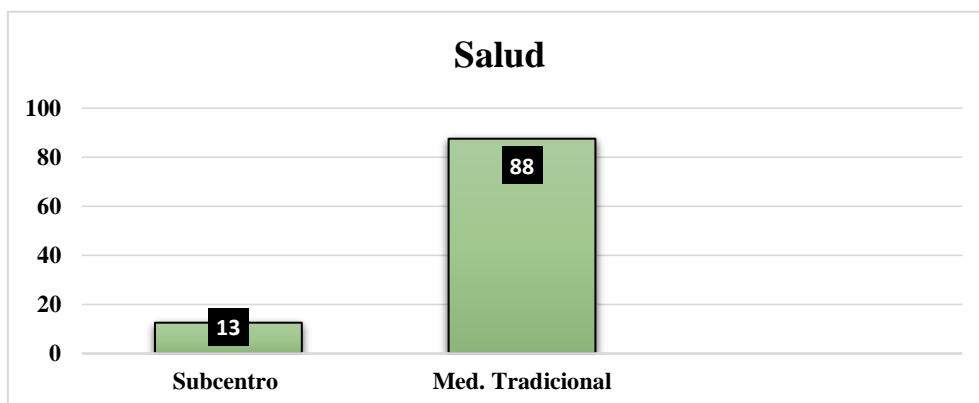


Gráfico 26: Ámbito de salud  
Fuente: Trabajo de campo-Báez Valeria, (2018)

### Vivienda

En lisan Wasi el 100% de las encuestados posee una vivienda, pero el material con el cual fueron cimentadas son de diferentes tipos siendo así que: el 63% poseen viviendas de madera, mientras el que 13% conserva la vivienda tradicional, en tanto el 25% ya tienen casas mixtas. (Ver gráfico N°27)

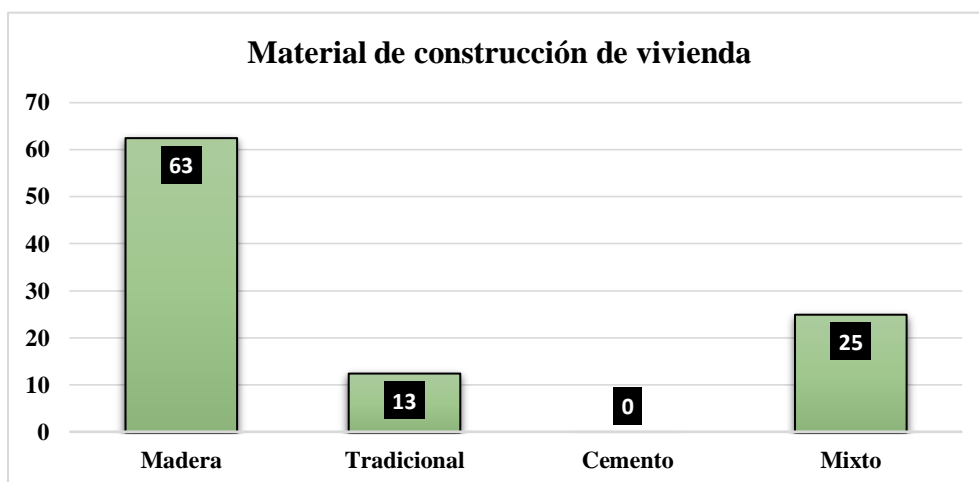
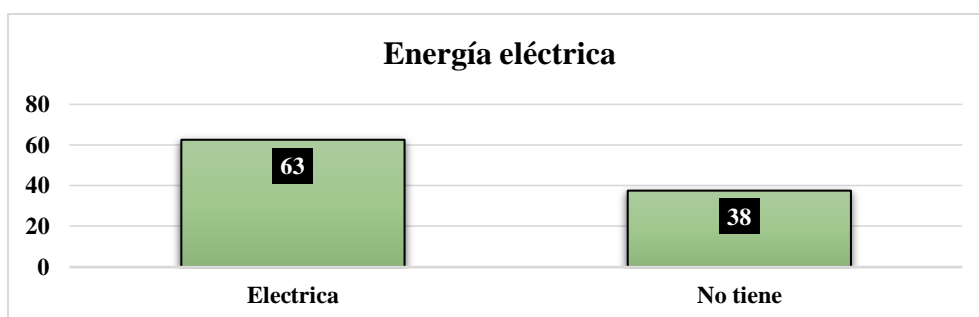


Gráfico 27: Material de construcción de vivienda  
Fuente: Trabajo de campo-Báez Valeria, (2018)

#### a. Servicios básicos

De acuerdo a la información recopilada se muestra que el 63% de los encuestados se beneficia del servicio de la luz eléctrica, mientras que el 38% no tienen luz. (Ver gráfico



N°28)

Gráfico 28: Energía eléctrica  
Fuente: Trabajo de campo- Báez Valeria, (2018)

Respecto al servicio de agua que está disponible para el 100% de las personas encuestadas, sin embargo, el agua que se consume no tiene un tratamiento, lo que significa que no disponen de agua potable (ver gráfico N°29)



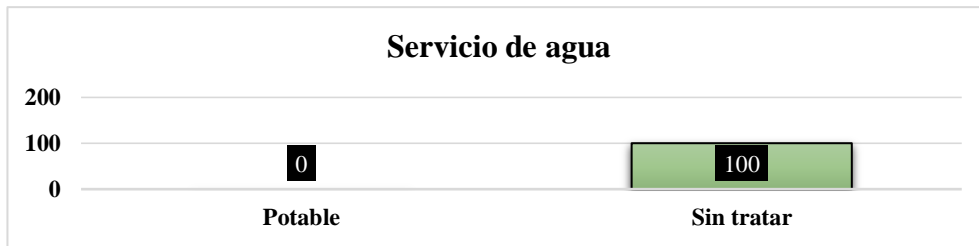


Gráfico 29: Servicio de agua  
Fuente: Trabajo de campo-Báez Valeria, (2018)

El uso del servicio telefónico no es muy usual puesto que el 50% de las personas no utiliza ningún tipo de telefonía para comunicarse, por otro lado, se verificó que 38% de las familias utilizan teléfonos celulares como su único medio de comunicación, en tanto un pequeño grupo que corresponde al 13% hacen uso de teléfonos convencionales o fijos para su comunicación. (Ver gráfico N° 30)



Gráfico 30: Servicio telefónico  
Fuente: Trabajo de campo- Báez Valeria, (2018)

## **ESCENARIO AMBIENTAL**

Para la síntesis de este ámbito se muestran datos obtenidos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del (GAD Parroquial de Tarqui, 2011) y del (GAD Cantonal de Pastaza, 2015)

### **Biodiversidad**

#### **Flora**

El territorio cantonal abarca más 9800 km<sup>2</sup>, dentro de ella existen innumerables especies de flora. Se ha registrado varias especies de plantas presentadas a continuación. (Ver tabla N°31)

<b>CULTIVOS</b>	<b>FRUTALES</b>	<b>MADERABLES</b>	<b>MEDICINALES</b>	<b>ORNAMENTALES</b>
Cacao	Aguacate	Caimito	Ajo sachá	Orquídea
Plátano	Arazá	Canelo	Albaca	Caballero de la noche
Yuca	Caimito	Cedro	Ayahuasca	Anturio
Papachina	Chirimoya	Copal	Caña agria	Heliconia
Camote	Chontaduro	Guabo	Canela	Buganvilla
Caña	Granadilla	Guarumo	Chuchuguazo	Gladiola
Jamaica	Guaba	Chonta	Guanto	Rosa
Maní	Lima	Tagua	Wayusa	Peregrina
Col	Limón	Pigüe	Hierba luisa	Nardo
Rábano	Mandarina	Chuncho	Jengibre	Piña de monte
Pepinillo	Naranja	Morete	Menta	Dormilona
zanahoria	Naranjilla	Balsa	Ortiga	Cresta de gallo
	Papaya	Caoba	Sangre de drago	pestañas
	Maracuyá	Ceibo	Zaragoza	
	Pitajaya	Pilche	Teatina	
	Piña		Paico	
	Banano		Sábila	
			Chanca piedra	
			Uña de gato	
			Dulcamara	
			Camacho	

			Toronjil	
			Cedrón	
			orégano	
			Jamaica	

Gráfico 31: Especies de flora  
Fuente: Trabajo de campo-Báez Valeria, (2018)

## Fauna

Las investigaciones de campo realizadas en las diferentes comunidades han podido determinar 95 especies de animales a continuación se detallan las siguientes: (Ver tabla N° 32)

- 30 especies de mamíferos
- 810 especies de aves
- 35 especies de reptiles
- 70 especies de anfibios
- 50 especies de peces

MAMÍFEROS	PECES	AVES	REPTILES	ANFIBIOS
Guatusa	Bocachico	Gavilán	Charapa	Rana
Zahino	Bagre	Mosquero picudo	Anaconda	Sapo crestado
Oso hormiguero	Camarón	Carpintero	Tortuga terrestre	
Guanta	Carachama	Loro cabeciazul	Culebra	
Conejo silvestre	Cangrejo	Águila crestada	Lagartija	
Puerco espín	Tilapia	Tinamú	Caimán	
Cabeza de mate	Paiche	Ganso	Lagarto boa de monte	
Guatín tigrillo	Cachama	Garrapatero piquiliso	iguana	
Tigre	Barbudo	Grulla		
Puma	Yagüizo	Chaguamango		
Tejón	Sardina	Perdiz		
Nutria	Chuti	Pacharaco		
Capibara	Ciego	Cutupacho		
Oso perezoso	Dorado	Golondrina		
Mono ardilla	Sierrilla	Guinde		
Ardilla	Churupindo	Guacamayo		
Mono chichico	Sábalo	Gallinazo		
Mono capuchino	Jandia	Perico		

Mono chorongo	Sabaleta	Trompetero		
Cachudo		Tucán		
Venado		Pava		

*Gráfico 32: Especies de fauna*  
*Fuente: Trabajo de campo-Báez Valeria.( 2018)*

**a. Residuos**

Todas las personas encuestadas han manifestado que se benefician de un sistema implementado por el municipio del Cantón Pastaza para la recolección de los desechos generados en estos sectores rurales. A demás el buen estado de las vías permite el ingreso del vehículo recolector de la basura.

**a. Sistema ecológico**

El área en donde habitan los encuestados así como el sitio de investigación se encuentra en la parte central de la región amazónica del Ecuador, en los flancos externos de la

cordillera de los andes, al occidente de la provincia de Pastaza, gracias a esta ubicación, se debe su formación de flora y fauna.

A una altura de 90 m.s.n.m, a una latitud de 0°59´-“S y a una longitud de 77° 49´0” W. con un clima tropical amazónica y temperaturas que van desde los 15°C a 32°C. La precipitación anual es de 4524.7 mm3/año (PDOT CANTÓN PASTAZA, 2015)

#### **b. Hidrografía**

Dentro del Cantón existen fuentes hidrográficas como el rio Pambay, Pindo, Puyo, siendo este último el que se encuentra cercano a Lisan Wasi. En épocas anteriores estos era la principal fuente de la alimentación para las poblaciones indígenas, pues les permitió realizar la pesca. Actualmente estas fuentes hidrográficas cuentan con un alto índice de contaminación lo que afecta los ecosistemas acuáticos, así como también la afluencia de turistas

### ***ESCENARIO CULTURAL***

De acuerdo a la información recaba, dentro del marco cultural las personas encuestadas manifiestas que realizan las acciones adecuadas para fomentar el uso de la lengua materna como es el “Runa Shimi”, así como el uso del idioma castellano para el dialogo en el sector urbano. También involucra el fomento de las prácticas ancestrales, de tal manera que trasciendan los saberes de la nacionalidad kichwa. Por consiguientes se detallan alguno de los conocimientos que mantienen:

#### **a. Gastronomía**

Al igual que otros emprendimientos que se encuentran conformados por personas de la nacionalidad kichwa, dentro de este emprendimiento, la preparación de los alimentos se basa en los productos que les dota la naturaleza; ya que forman parte de la cadena alimenticia, así también estos son utilizando para expenderlos durante la prestación de servicios alimenticios. A continuación, se detallan un poco de la gastronomía tradicional.

- **Maito**

El Maito es una comida tradicional, su preparación es sencilla, ya que se puede guisar cualquier alimento como pescado, pollo, u otras especies comestibles, estas son envuelto en hojas de wijao y asado al fuego.

- **Chicha de yuca**

Es la “Chicha de yuca”, es una bebida tradicional que indispensable en todo hogar del pueblo kichwa amazónico. A más de ser una bebida enérgica, es el actor principal dentro de las fiestas tradicionales o rituales.

- **Caldo**

Estos pueden ser de pescado, pollo o de otras especies silvestres que son considerados comestibles.

- **Otros alimentos**

Tubérculos (yuca, Papachina, camote) y junto a otras plantas silvestres que desde hace varios siglos atrás han servido de alimentos.

**b. Creencias y rituales**

El pueblo kichwa de la Amazonia ecuatoriana ha vivido en la selva amazónica, la mitología es abundante, sus leyendas y creencias también, estos son instrumentos para dejar enseñanzas y moralejas a sus descendientes.

- **Toma de la wuayusa o wuayusada**

Una de los rituales más importantes es la toma de la wuayusa, la finalidad de este ritual es dotar de la energía necesaria al cuerpo a través de la ingesta de esta bebida energética. El ritual empieza a las 3 a 4 de la mañana y realizar la ceremonia, seguidamente debe la wuayusa en pequeños recipientes o pilches.

- **Toma de ayahuasca, tabaco y floripondio**

Estas especies de plantas alucinógenas implican la realización de un ritual sagrado para su ingesta, luego de ello se induce el vómito, es ahí en donde se cree que se expulsa todos los males del cuerpo y del espíritu, para ello es necesario que se realice un ayuno.

- **Sacha kurina**

Es la fiesta de la cacería en donde los hombres de la comunidad se internan en las profundidades de la selva por más de 15 días para realizar la cacería de aves y mamíferos silvestres, esto resulta un verdadero desafío puesto para los hombres quienes deben demostrar sus virtudes y habilidades en la selva. Mientras tanto que las mujeres deben ir a la chacra, cosechar la yuca y prepara la chicha para los invitados, luego serán puestos a fermentación que servirá el día de la fiesta, en tanto llegan los cazadores de la selva con la carne.

- **La fiesta de niño**

Es una fiesta tradicional realizada en el mes de diciembre con una duración de cinco días. Esta empieza con una ceremonia denominada “Rindichu” para luego dar inicio a la cacería de 15 días. Durante este período las mujeres se dedican a preparar la chicha y esperar la llegada de los cazadores. Para la llegada de los cazadores las mujeres los esperan con la chicha. Entre bailes y tambores los exponen sus cacerías. Para el siguiente día la fiesta de las flores, se recogen las flores y se realiza la visita de casa en casa con los priostes al ritmo de tambores y cantos, también se exponen la cacería para luego prepararlos y servirlos. En el tercer días. Se arregla la iglesia puesto que el motivo es la fiesta del niño. Se elige a los nuevos priostes. Para el último día al son de los tambores se prepara toda la cacería realizada y se brinda a los comensales

- **Colocación de ají en los ojos**

Esta tradición consiste en aplicar ají machucado en los ojos con la finalidad de dotar de energía al cuerpo, y purificar el espíritu.

**c. Vestimenta**

La vestimenta tradicional esta elabora por elemento de la naturaleza, así como también por cueros de animales. Hombres y mujeres adornan su vestimenta con collares elaboradas a base de semillas, además de las plumas de aves a vistosas, todo esto forma parte de la vestimenta del pueblo kichwa de Pastaza. Hay que mencionar que en días actuales la vestimenta originaria ya no es de uso cotidiano, esta problemática es muy notable en los jóvenes de esta nacionalidad quienes se reúsan a vestirse.

**d. Cerámica**

Esta es una de las tradiciones que aún prevalece en las manos de las mujeres de la nacionalidad kichwa. La elaboración de la cerámica demuestra las habilidades que posee una mujer, para su elaboración se utiliza la arcilla que es extraída de los ríos. Con este material se elaboran mukawuas, ollas, y otros utensilios que son de uso cotidiano dentro de las familias kichwa. Cada uno de estos elementos son pintadas con productos naturales, la pintura que se plasma en cada una de ellas tienen figuras o formas diferentes con su respectivo significado.

### ***ESCENARIO ECONÓMICO***

- **Principales actividades económicas**

Las personas participantes de la encuesta dieron a conocer las diferentes actividades económicas que desarrollan. Las actividades turísticas son ejercidas por un 36% de encuestados; así también aquellos que realizan las actividades agrícolas conforman 36%; la ganadería, las actividades del sector público y privado es conformado por un 8% cada uno respectivamente. (Ver gráfico N°33)

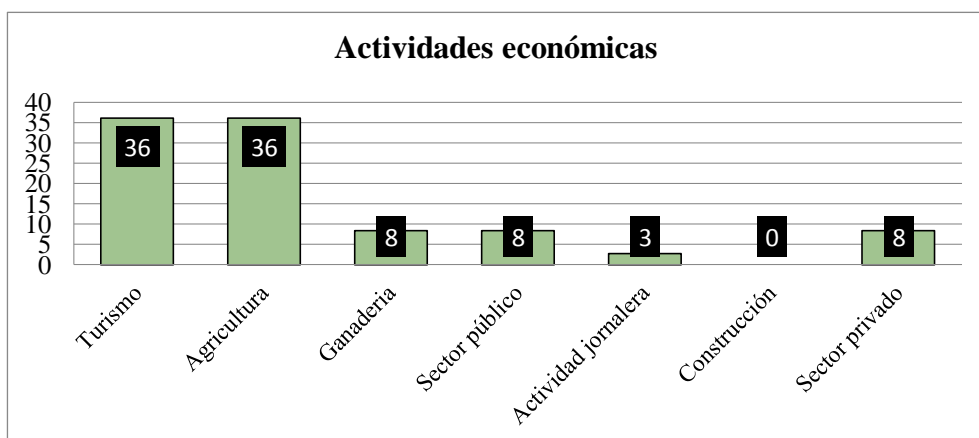


Gráfico 33: Actividades económicas  
Fuente: Trabajo de campo-Báez Valeria, (2018)

La economía de la población se determina de acuerdo a la capacidad de trabajar de cada uno de los miembros. Por ende se recalca que la Población Económicamente Activa PEA está conformada por el 36%; mientras que el 64% lo integran la Población Económicamente No Activa PENA. (Ver gráfico N°34)

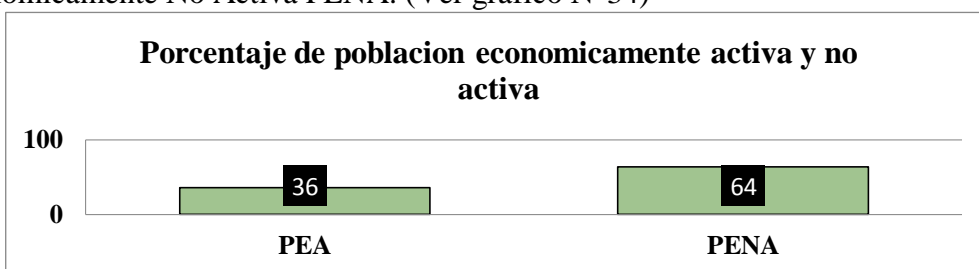


Gráfico 34: Porcentaje de población económicamente activa y no activa  
Fuente: Trabajo de campo: Báez Valeria, (2018)

## ESCENARIO POLÍTICO

### a. Gestión territorial

Las personas que fueron parte de la investigación dentro de este entorno son miembros de diferentes comunidades, y estos a su vez definen de manera democrática a quienes se encargaran de la parte administrativa y serán parte del orgánico funcional de la comunidad.



Pero para solventar necesidades que se requieren en las comunidades, los socios en conjunto con la parte administrativa se encargan de realizar diversas gestiones ante los diferentes actores sociales.

Son varios los actores sociales que interfieren en las áreas rurales para brindar apoyo técnico entre las cuales esta: Ministerio de Turismo MINTUR; Ministerio del Ambiente MAE, así también mantienen una relación directa con los gobiernos autónomos descentralizados como. El GAD provincial de Pastaza, GAD municipal de Pastaza, GAD parroquial de Tarqui; además se incluyen instituciones de educación superior como la Universidad Estatal Amazónica, la Universidad Técnica de Ambato, la Universidad Central del Ecuador.

*Base de datos de los factores externos claves*

<b>FACTORES EXTERNOS</b>		
<b>FACTORES</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<b>Social</b>	1. <i>Interes de apoyo por parte de los GAD's y ONG's</i> 2. <i>Vias de acceso asfaltado y en perfectas condiciones</i> 3. <i>Educación con cimientos bilingües e hispanos</i>	1. <i>Déficit del servicio de alcantarillado</i> 2. <i>Déficit de la red de telefonía</i>
<b>Ambiental</b>	4. <i>Diversidad de flora y fauna, permite afluencia de turistas</i> 5. <i>Manejo adecuado del plan de manejo de desechos sólidos</i> 6. <i>Aplicación de las políticas ambientales</i>	3. <i>Alto índice de contaminación del río Puyo</i> 4. <i>Condiciones climáticas inestables</i>
<b>Cultural</b>	7. <i>Uso mayoritario de la lengua materna</i> 8. <i>Convivencia armónica cultural</i> 9. <i>Apoyo de los GAD's y las ONG's al fortalecimiento cultural</i>	5. <i>Avance progresivo de la globalización</i> 6. <i>Juventud no valora la identidad cultural</i>
<b>Económico</b>	10. <i>Aprovechamiento y uso adecuado de los recursos turísticos</i> 11. <i>Desarrollo social y económico del emprendimiento y sectores aledaños</i> 12. <i>Mayores oportunidades de trabajo</i>	7. <i>Existencia de competencia, emprendimientos turísticos con actividad turísticas similares a las que oferta Lisa Wasi</i>
<b>Político</b>	13. <i>Propuesta de fortalecimiento administrativo</i>	8. <i>Emprendimiento no reconocido por el MINTUR</i>

*Gráfico 35: Factores externos Claves*  
*Fuente: Trabajo de campo-Báez Valeria, (2028)*

### Matriz de evaluación de factores externos

N°	FACTORES EXTERNOS			PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	R PONDERADO	
<b>OPORTUNIDADES</b>							
1	Interés de apoyo por parte de los GAD's y ONG's			0,06	4	0,24	
2	Vías de acceso asfaltado y en perfectas condiciones			0,05	4	0,20	
3	Educación con cimientos bilingües e hispanos			0,04	3	0,12	
4	Diversidad de flora y fauna, permite afluencia de turistas			0,05	4	0,20	
5	Manejo adecuado del plan de manejo de desechos sólidos			0,05	4	0,20	
6	Aplicación de las políticas ambientales			0,04	4	0,16	
7	Uso mayoritario de la lengua materna			0,04	4	0,16	
8	Convivencia armónica cultural			0,04	3	0,12	
9	Apoyo de los GAD's y las ONG's al Fortalecimiento cultural			0,05	4	0,20	
10	Aprovechamiento y uso adecuado de los recursos turísticos			0,05	4	0,20	
11	Desarrollo social y económico del emprendimiento y sectores aledaños			0,04	4	0,16	
12	Mayores oportunidades de trabajo			0,05	3	0,15	
13	Propuesta de fortalecimiento administrativo			0,04	4	0,16	
<b>AMENAZAS</b>							
16	Déficit del servicio de alcantarillado			0,06	1	0,06	
17	Déficit de la red de telefonía			0,05	1	0,05	
18	Alto índice de contaminación del río Puyo			0,05	2	0,10	
19	Condiciones climáticas inestables			0,05	1	0,05	
20	Avance progresivo de la globalización			0,04	1	0,04	
21	Juventud no valora la identidad cultural			0,04	2	0,08	
22	Existencia de competencia, emprendimientos turísticos con actividad turísticas similares a las que oferta Lisa Wasi			0,06	1	0,06	
23	Emprendimiento no reconocido por el MINTUR			0,05	1	0,03	
TOTAL				1,00		2,74	
PARÁMETROS DE CALIFICACIÓN		0,0	Sin importancia	1	Amenaza importante	3	Oportunidad menor
		0,1	De gran importancia	2	Amenaza menor	4	Oportunidad importante

Gráfico 36: Matriz de Evaluación de Factores Externos

Fuente: Báez Valeria, (2018)

La Matriz de Evaluación de Factores Externos indica un resultado total ponderado de 2,74 en el gráfico N° 37, esto demuestra que Lisan Wasi tiene un ambiente externo favorable. Se observa que el resultado ponderado de las Oportunidades se suma a 2,27 y Amenazas equivale a 0,47; por lo tanto, prevalecen las oportunidades. Por otro lado, se debe tomar mayor atención a las amenazas que tienen un mayor porcentaje, de manera que no afecte en el futuro al emprendimiento y sectores aledaños. (Ver gráfico N°37)

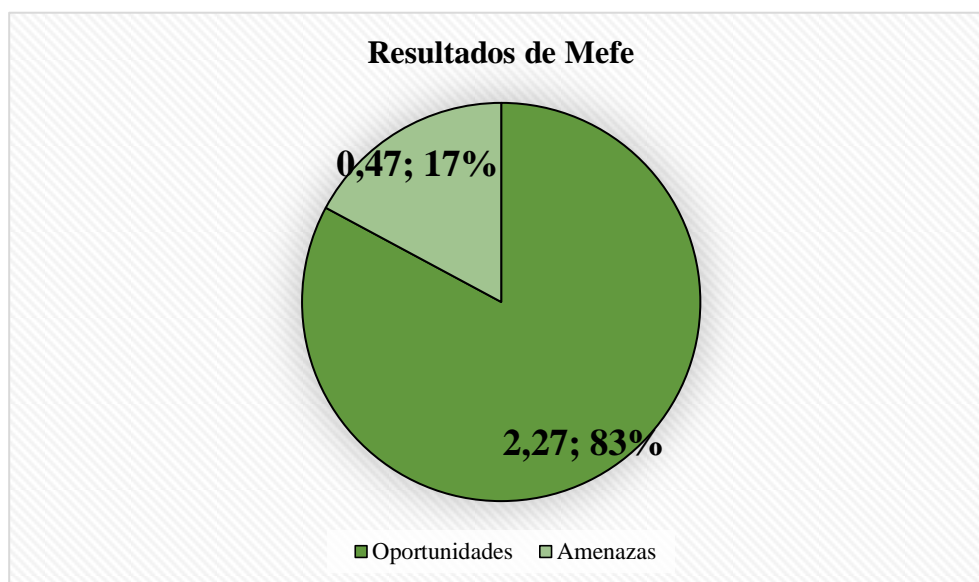


Gráfico 37: Resultados MEFI  
Fuente: Báez Valeria, (20018)

N°	Factores críticos para el éxito	Peso	LISAN WASI		KOTOCOCHA		INDICHURIS		
			Calificación de atractivo	Total Calificación de atractivo	Calificación de atractivo	Total Calificación de atractivo	Calificación de atractivo	Total Calificación de atractivo	
1	Emprendimiento con organización	0,06	4	0,24	4	0,24	3	0,18	
2	Existe un buen liderazgo	0,05	4	0,20	3	0,12	3	0,12	
3	Emprendimiento con cimientos culturales de la nacionalidad kichwa	0,04	3	0,12	3	0,12	3	0,12	
4	Poseen infraestructura turística acorde a los servicios y productos que ofertan	0,05	4	0,20	4	0,20	4	0,20	
5	Poseen recursos culturales y naturales	0,05	4	0,20	4	0,20	4	0,20	
6	Valor agregado a los productos y servicios ofertados	0,03	4	0,12	3	0,09	3	0,09	
7	Poseen un plan de contingencia en caso de emergencia	0,03	4	0,12	3	0,09	3	0,09	
8	Aceptación en el mercado local nacional e internacional	0,04	4	0,16	4	0,16	4	0,16	
9	Uso de redes sociales y trípticos como medio de publicidad	0,05	4	0,20	3	0,09	3	0,09	
10	Participación masiva en ferias y eventos turísticos	0,05	4	0,20	4	0,20	4	0,20	
11	Cuentan con vías accesibles	0,03	4	0,12	4	0,20	4	0,20	
12	Servicios básicos implementados	0,02	3	0,06	3	0,12	4	0,20	
13	Convenios de desarrollo con entidades gubernamentales, no gubernamentales y personas particulares	0,04	4	0,16	3	0,12	3	0,12	
14	Disponen de una cuenta bancaria	0,02	3	0,06	3	0,12	3	0,12	
15	Cuentan con una caja chica	0,04	4	0,16	4	0,20	3	0,20	
16	Carecen de un manual de funcionalidades	0,06	1	0,06	1	0,06	1	0,06	
17	Inexistencia de profesionales en el área de turismo	0,04	1	0,04	2	0,08	1	0,04	
18	Carecen de la infraestructura para esta área administrativa	0,05	2	0,10	2	0,10	1	0,05	
19	Inexistencia de señalética dentro y fuera del emprendimiento	0,04	1	0,04	1	0,04	2	0,08	
20	Carecen de un área de marketing y ventas	0,06	1	0,06	1	0,06	1	0,06	
21	Inexistencia del personal técnico capacitado para realizar la promoción turística	0,03	1	0,03	2	0,06	2	0,06	
22	En las redes sociales, no existe información actualizada sobre los productos, servicios y promociones que se estén actualizando	0,06	1	0,06	1	0,06	1	0,06	
23	Carencia de personal técnico para elaborar propuestas de financiamiento	0,06	2	0,12	1	0,06	2	0,12	
<b>TOTAL</b>				<b>2,83</b>		<b>2,79</b>		<b>2,75</b>	
PARÁMETROS DE CALIFICACIÓN		0,0	Sin importancia	1	Debilidad importante		3	Fortaleza menor	
		0,1	De gran importancia	2	Debilidad menor		4	Fortaleza importante	

**Matriz de Perfil Competitivo**

Gráfico 38: Matriz de Perfil Competitivo  
Fuente: Trabajo de campo, Báez Valeria, (2018)

## ANÁLISIS DE LA MATRIZ DEL PERIL COMPETITIVO

Con el propósito de conocer quién o quine son los principales competidores de Lisan Wasi, es importante realizar el análisis competitivo del emprendimiento. Por ende, se elaboró la matriz de perfil competitivo (MPC), tomando a consideración los Factores Internos Claves identificados en la matriz MEFI.

Luego del análisis y la ponderación de los factores internos claves en la MPC indica que, de los tres emprendimientos turísticos analizados, el más competidor es el emprendimiento Lisan Wasi con un resultado ponderado de 2,83; seguido por el emprendimiento Kotococha con un 2,79 y por último está el emprendimiento Indichuris con 2,75. Por lo tanto Lisan Wasi se muestra el más competidor, pese que este emprendimiento ha sido creado recientemente con una funcionalidad de cinco años. Sin embargo, esto no significa que no tenga competencia, puesto que su posible competidor puede mejorar sus debilidades y supere a este emprendimiento. (Ver gráfico N°39)

Los resultados obtenidos indican que Lisan Wasi posee ventajas que lo diferencias de sus competidores aledaños, entre ellos su ubicación que es estratégica, las vías que son totalmente accesibles al emprendimiento, además posee escenarios naturales únicos. Se hace hincapié a la infraestructura que posee el emprendimiento siendo una de las cualidades que más resalta y por la cual es apreciado, además de la forma de organización.

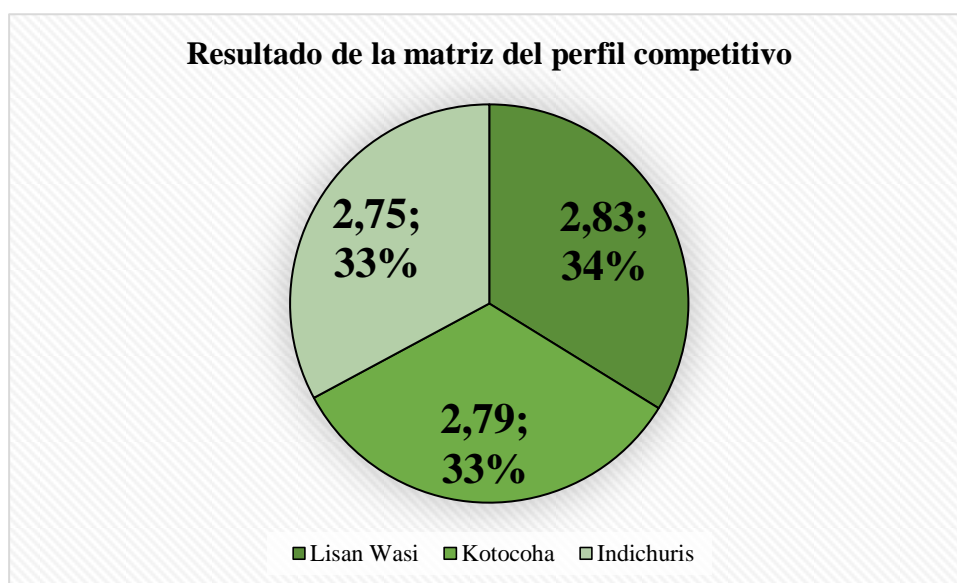


Gráfico 39: Resultados de Matriz de Perfil Competitivo  
Fuente: Báez Valeria, (2018)

## **LÍNEAS ESTRATÉGICAS DE ACCIÓN**

Para la elaboración del tercer y último objetivo de esta investigación se complementa con el taller de socialización con la parte involucrada en este caso el emprendimiento turístico de Lisan Wasi. También se obtiene criterios para la construcción de la Matriz FODA. Posteriormente se entrecruzan los factores claves internos y externos, en este caso fortalezas-oportunidades, fortalezas-debilidad, debilidades-oportunidades, debilidades-amenazas. Quedando como resultado FO, FA, DO, DA; siendo estos los principales factores los cuales servirán para realizar las estrategias, siendo estos instrumentos para el beneficio del emprendimiento.

Para la segunda actividad se realizó la determinación participativa de líneas estratégicas de acción en la cual se elaboró estrategias en relación a los factores claves, que sirvieron para formar las estrategias principales. Dando como resultado 4 estrategias FO, 3 estrategias FA, 3 estrategias DO y 1 estrategia DA.

Dentro de la tercera actividad se encuentra la etapa decisoria, para la cual se elaboró la Matriz Cuantitativa de Planificación Estratégica (MCPE), en la que se evalúa los factores críticos para el éxito siendo estos, fortalezas, debilidades, oportunidades, amenazas. Esta etapa es de suma importancia ya que permite tomar la decisión más importante y definitiva para el bienestar y desarrollo de la comunidad.

A continuación, se presentan las diferentes matrices que se elaboraron para el desarrollo del tercer y último objetivo:

**1** Matriz FODA

**2** Matriz de resúmenes de estrategias

**3** Matriz Cuantitativa de planificación Estratégica (MCPE)

**MATRIZ FODA DEL EMPRENDIMIENTO LISAN WASI**

		FORTALEZAS													DEBILIDADES																									
		1. Emprendimiento con organización	2. Existe un buen liderazgo	3. Emprendimiento con cimientos culturales de la nacionalidad kichwa	4. Poseen infraestructura turística acorde a los servicios y productos que ofertan	5. Poseen recursos culturales y naturales	6. Valor agregado a los productos y servicios ofertados	7. Poseen un plan de contingencia en caso de emergencia	8. Aceptación en el mercado local nacional e internacional	9. Uso de redes sociales y tríplicos como medio de publicidad	10. Participación masiva en ferias y eventos turísticos	11. Cuentan con vías accesibles	12. Servicios básicos implementados	13. Convenios de desarrollo con entidades gubernamentales, no gubernamentales y personas particulares.	4. Disponen de una cuenta bancaria	15. Cuentan con una caja chica	1. Carecen de un manual de funcionalidades	2. Inexistencia de profesionales en el área de turismo	3. Carecen de la infraestructura para esta área administrativa	4. Inexistencia de señalética dentro y fuera del emprendimiento	5. Carecen de un área de marketing y ventas	6. Inexistencia del personal técnico capacitado para realizar la promoción turística	7. En las redes sociales, no existe información actualizada sobre los productos, servicios y promociones que se estén ofertando	financiamiento	TOTAL															
<b>OPORTUNIDADES</b>	1. Interés de apoyo por parte de los GAD's y ONG'	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18		
	2. Vías de acceso asfaltado y en perfectas condiciones	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	11	
	3. Educación con cimientos bilingües e hispanos	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	
	4. Diversidad de flora y fauna, permite afluencia de turistas	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9
	5. Manejo adecuado del plan de manejo de desechos sólidos	1	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	
	6. Aplicación de las políticas ambientales	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	
	7. Uso mayoritario de la lengua materna	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	
	8. Convivencia armónica cultural	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	
	9. Apoyo de los GAD's y las ONG's al Fortalecimiento cultural	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	15	
	10. Aprovechamiento y uso adecuado de los recursos turísticos	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	16
	11. Desarrollo social y económico del emprendimiento y sectores aledaños	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	17



	12.Mayores oportunidades de trabajo	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	19
	13.Propuesta de fortalecimiento administrativo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	21
AMENAZAS	1.Déficit del servicio de alcantarillado	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	8
	2.Déficit de la red de telefonía	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	9
	3.Alto índice de contaminación del río Puyo	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
	4.Condiciones climáticas inestables	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
	5.Avance progresivo de la globalización	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	5
	6.Juventud no valora la identidad cultural	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	7
	7.Existencia de competencia, emprendimientos turísticos con actividad turísticas similares a las que oferta Lisa Wasi	1	1	0	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	17
	8.Emprendimiento no reconocido por el MINTUR	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	17
<b>TOTAL</b>		16	15	12	14	15	9	9	14	8	8	9	7	10	3	3	5	13	14	5	6	5	6	15

Gráfico 40: Matriz FODA del emprendimiento Lisan Wasi  
Fuente: Báez Valeria, (2018)

### ***ANÁLISIS DE LA MATRIZ FODA***

Se entrecruzan los factores claves de la matriz FODA, calificando con el número “1” a aquellos que tengas relación y “0” para los factores que no concuerdan, ya que posteriormente servirán en la definición de la matriz de estrategias.

**MATRIZ DE ESTRATEGIAS DEL EMPRENDIMIENTO LISAN WASI**

		<b>FORTALEZAS</b>										<b>DEBILIDADES</b>												
<b>MATRIZ FODA EMPRENDIMIENTO LISAN WASI</b>		1. Emprendimiento con organización	2. Existe un buen liderazgo	3. Emprendimiento con cimientos culturales de la nacionalidad kichwa	4. Poseen infraestructura turística acorde a los servicios y productos que ofertan	5. Poseen recursos culturales y naturales	6. Valor agregado a los productos y servicios ofertados	7. Poseen un plan de contingencia en caso de emergencia	8. Aceptación en el mercado local nacional e internacional	9. Uso de redes sociales y tríplicos como medio de publicidad	10. Participación masiva en ferias y eventos turísticos	11. Cuentan con vías accesibles	12. Servicios básicos implementados	13. Convenios de desarrollo con entidades gubernamentales, no gubernamentales y personas particulares.	4. Disponen de una cuenta bancaria	15. Cuentan con una caja chica	1. Carecen de un manual de funcionalidades	2. Inexistencia de profesionales en el área de turismo	3. Carecen de la infraestructura para esta área administrativa	4. Inexistencia de señalética dentro y fuera del emprendimiento	5. Carecen de un área de marketing y ventas	6. Inexistencia del personal técnico capacitado para realizar la promoción turística	7. En las redes sociales, no existe información actualizada sobre los productos, servicios y promociones que se estén ofertando	8. Carencia de personal técnico para el área de promoción de financiamiento
<b>OPORTUNIDADES</b>	1. Interés de apoyo por parte de los GAD's y ONG's	<p align="center"><b>ESTRATÉGIAS FO (+ +)</b></p> <p><b>FO 1:</b> Aprovechar el apoyo financiero y técnico proporcionado por parte de las entidades gubernamentales y no gubernamentales para el fortalecimiento turístico (<b>F1, F4, F13, O1, O4, O13</b>)</p> <p><b>FO2:</b> Desarrollar actividades turísticas y culturales para aumentar las visitas a Lisan Wasi (<b>F1, F5, F8, F9, O4, O9, 10</b>)</p> <p><b>FO3:</b> Aprovechar el apoyo técnico para la elaboración de paquetes turísticos que puedan ser ofertados a nivel nacional e internacional (<b>F1, F5, F9, O1, O10, O11</b>)</p> <p><b>FO4:</b> Beneficiarse del apoyo técnico para capacitaciones en diferentes áreas, a cada uno de los miembros o socios que trabajan dentro del emprendimiento (<b>F2, F10, F13, O1 O, O11, O13</b>)</p>																						
	2. Vías de acceso asfaltado y en perfectas condiciones																							
	3. Educación con cimientos bilingües e hispanos																							
	4. Diversidad de flora y fauna, permite afluencia de turistas																							
	5. Manejo adecuado del plan de manejo de desechos sólidos																							
	6. Aplicación de las políticas ambientales																							
	7. Uso mayoritario de la lengua materna																							
	8. Convivencia armónica cultural																							
	9. Apoyo de los GAD's y las ONG's al Fortalecimiento cultural																							
	10. Aprovechamiento y uso adecuado de los																							
		<b>ESTRATEGIAS DO (- +)</b>																						
		<p><b>DO1:</b> Gestionar recursos obtenidos por aportes para implementar la infraestructura del área administrativa y de marketing (<b>D3, D5, O1, O10, O13</b>)</p> <p><b>DO2:</b> Participar de las diferentes actividades académicas que desarrollen entidades gubernamentales y no gubernamentales, de manera que se fortalezca el talento humano de Lisan Wasi. (<b>D2, D8, O1, O11</b>)</p> <p><b>DO3:</b> Mantener convenios con instituciones educativas de tercer nivel entre otras, para aprovechar del asesoramiento que fortalezca la administración de la empresa (<b>D2, D6, O10, O12</b>)</p>																						

	recursos turísticos		
	11.Desarrollo social y económico del emprendimiento y sectores aledaños		
	12.Mayores oportunidades de trabajo		
AMENAZAS	13.Propuesta de fortalecimiento administrativo		
	1.Déficit del servicio de alcantarillado	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIAS FA (+ -)</b></p> <p><b>FA1:</b> Designar responsabilidades a todos los miembros del emprendimiento de manera, que se logre obtener reconocimientos jurídicos , de tal manera que se obtenga otros beneficios <b>(F1, F2,A8)</b></p> <p><b>FA2.:</b> Realizar un proyecto de revitalización cultural para que fortalezcan la identidad cultural de la nacionalidad kichwa dentro y fuera del emprendimiento <b>(F1,F2,F5,A5,A6)</b></p> <p><b>FA3:</b> Aprovechar recursos para dar mantenimiento a los escenarios turísticos que poseen, lo que les permitirá ser más competentes <b>(F4,F13,A7,A8)</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>ESTRATEGIAS DA (- -)</b></p> <p><b>DA1:</b> Consolidar la estructura organizativa y personería jurídica de Lisan Wasi, para realizar la efectiva administración y planificación del emprendimiento <b>(DO1, A7,A8)</b></p>
	2.Déficit de la red de telefonía		
	3.Alto índice de contaminación del rio Puyo		
	4.Condiciones climáticas inestables		
	5.Avanace progresivo de la globalización		
	6.Juventud no valora la identidad cultural		
	7.Existencia de competencia, emprendimientos turísticos con actividad turísticas similares a las que oferta Lisa Wasi		
8.Emprendimiento no reconocido por el MINTUR			

Gráfico 41: Matriz de Estrategias del Emprendimiento Lisan Wasi

Fuente: Báez Valeria; (2018)

## **RESUMEN DE ESTRATÉGIAS**

La matriz de estrategias se construye luego de analizar y entrecruzar los factores claves FO, FA, DO, DA, mismo que se plasma en la matriz FODA, correspondiente a la tabla N°; dando como resultado la elaboración de 11 estrategias, que serán aplicadas ara el desarrollo de emprendimiento turístico Lisan Wasi. Mismas que están orientadas al mejoramiento de la gestión administrativo, de tal manera que también contribuya al reconocimiento a nivel local y nacional del emprendimiento.

## Matriz Cuantitativa de la Planificación Estratégica

FACTORES CRÍTICOS PARA EL ÉXITO	ESTRATEGIAS																						
	PESO	FO1		FO2		FO3		FO4		DO1		DO2		DO3		FA1		FA2		FA3		DA1	
FORTALEZAS		CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA
1.Emprendimiento con organización	0,24	4	0,96	4	0,96	4	0,96	3	0,72	4	0,96	4	0,96	3	0,72	3	0,72	3	0,72	3	0,72	4	0,96
2.Existe un buen liderazgo	0,20	2	0,40	3	0,60	2	0,40	4	0,80	4	0,80	4	0,80	4	0,80	4	0,80	4	0,80	4	0,80	3	0,60
3.Emprendimiento con cimientos culturales de la nacionalidad kichwa	0,12	4	0,48	1	0,12	1	0,12	1	0,12	1	0,12	4	0,48	2	0,24	2	0,24	1	0,12	1	0,12	2	0,24
4.Poseen infraestructura turística acorde a los servicios y productos que ofertan	0,20	4	0,80	4	0,80	3	0,60	3	0,60	3	0,60	3	0,60	4	0,80	3	0,60	2	0,40	2	0,40	3	0,60
5.Poseen recursos culturales y naturales	0,20	3	0,60	4	0,80	4	0,80	2	0,40	2	0,40	4	0,80	2	0,40	1	0,20	1	0,20	1	0,20	2	0,40
6.Valor agregado a los productos y servicios ofertados	0,12	2	0,24	4	0,48	3	0,36	4	0,48	2	0,24	2	0,24	1	0,12	1	0,12	2	0,24	1	0,12	1	0,12
7.Poseen un plan de contingencia en caso de emergencia	0,12	2	0,24	2	0,24	1	0,12	2	0,24	2	0,24	1	0,12	1	0,12	2	0,24	2	0,24	1	0,12	1	0,12
8.Aceptación en el mercado local nacional e internacional	0,16	3	0,48	3	0,48	1	0,16	2	0,32	4	0,64	3	0,48	3	0,48	2	0,32	2	0,32	2	0,32	1	0,16
9.Uso de redes sociales y trípticos como medio de publicidad	0,20	2	0,40	3	0,60	4	0,80	4	0,80	3	0,60	3	0,60	2	0,40	1	0,20	2	0,40	2	0,40	1	0,20
10.Participación masiva en ferias y eventos turísticos	0,20	3	0,60	4	0,80	3	0,60	3	0,60	3	0,60	3	0,60	2	0,40	2	0,40	3	0,60	1	0,20	1	0,20
11.Cuentan con vías accesibles	0,12	1	0,12	1	0,12	2	0,24	1	0,12	3	0,36	2	0,24	3	0,36	3	0,36	3	0,36	1	0,12	1	0,12
12. Servicios básicos implementados	0,06	2	0,12	2	0,12	3	0,18	1	0,06	3	0,18	1	0,06	3	0,18	3	0,18	1	0,06	1	0,06	3	0,18
13. Convenios de desarrollo con entidades gubernamentales, no gubernamentales y personas particulares.	0,12	4	0,48	4	0,48	4	0,48	4	0,48	3	0,36	3	0,36	4	0,48	4	0,48	4	0,48	3	0,36	3	0,36
14.Disponen de una cuenta bancaria	0,06	1	0,06	1	0,06	2	0,12	3	0,18	3	0,18	1	0,06	2	0,06	1	0,06	1	0,06	1	0,06	3	0,18
15.Cuentan con una caja chica	0,16	2	0,32	1	0,16	1	0,16	2	0,32	2	0,32	1	0,16	2	0,36	1	0,16	1	0,16	1	0,16	3	0,48
<b>DEBILIDADES</b>																							
1.Carecen de un manual de funcionalidades	0,06	3	0,18	4	0,24	2	0,12	4	0,24	4	0,24	1	0,06	1	0,06	1	0,06	4	0,24	3	0,18	4	0,24
2.Inexistencia de profesionales en el área de turismo	0,04	2	0,08	3	0,12	3	0,12	4	0,16	3	0,12	3	0,12	3	0,12	3	0,12	4	0,16	4	0,16	3	0,12
3.Carecen de la infraestructura para esta área administrativa	0,10	3	0,30	3	0,30	3	0,30	2	0,20	2	0,10	2	0,20	3	0,30	4	0,40	2	0,20	2	0,20	2	0,20
4.Inexistencia de señalética dentro y fuera del emprendimiento	0,04	3	0,12	4	0,16	3	0,12	3	0,12	3	0,12	1	0,04	2	0,08	3	0,12	2	0,08	1	0,04	1	0,04
5.Carecen de un área de marketing y ventas	0,06	3	0,18	3	0,18	4	0,24	3	0,18	2	0,12	2	0,12	3	0,18	4	0,12	2	0,12	1	0,06	2	0,12

6.Inexistencia del personal técnico capacitado para realizar la promoción turística	0,03	4	0,12	2	0,06	4	0,12	4	0,12	3	0,09	3	0,09	3	0,09	3	0,09	4	0,12	4	0,12	1	0,03
7.En las redes sociales, no existe información actualizada sobre los productos, servicios y promociones que se estén ofertando	0,06	3	0,18	3	0,18	4	0,24	4	0,24	1	0,06	2	0,12	2	0,12	2	0,12	2	0,12	2	0,12	1	0,06
8.Carencia de personal técnico para elaborar propuestas de financiamiento	0,12	3	0,36	1	0,12	2	0,24	4	0,48	1	0,12	4	0,48	4	0,18	3	0,36	3	0,36	4	0,48	4	0,18
<b>OPORTUNIDADES</b>																							
1.Interes de apoyo por parte de los GAD's y ONG'	0,24	3	0,72	4	0,96	4	0,96	3	0,72	3	0,72	4	0,96	4	0,96	4	0,96	4	0,96	4	0,96	2	0,48
2.Vias de acceso asfaltado y en perfectas condiciones	0,20	3	0,60	2	0,40	2	0,40	2	0,40	3	0,60	2	0,40	4	0,80	3	0,60	3	0,60	2	0,40	1	0,20
3.Educación con cimientos bilingües e hispanos	0,12	2	0,24	2	0,24	2	0,24	1	0,12	1	0,12	3	0,36	2	0,24	1	0,12	2	0,24	1	0,12	1	0,12
4.Diversidad de flora y fauna, permite afluencia de turistas	0,20	4	0,80	4	0,80	4	0,80	2	0,40	2	0,40	2	0,40	3	0,60	2	0,40	1	0,20	1	0,20	2	0,40
5.Manejo adecuado del plan de manejo de desechos solidos	0,20	2	0,40	2	0,40	1	0,20	3	0,60	2	0,40	1	0,20	3	0,60	2	0,40	2	0,40	2	0,40	2	0,40
6.Aplicación de las políticas ambientales	0,16	2	0,36	3	0,48	1	0,16	2	0,32	2	0,32	1	0,16	3	0,48	2	0,32	2	0,32	2	0,32	3	0,48
7.Uso mayoritario de la lengua materna	0,16	2	0,36	2	0,32	2	0,32	2	0,32	1	0,16	4	0,64	1	0,16	1	0,16	2	0,32	1	0,16	1	0,16
8.Convivencia armónica cultural	0,12	2	0,24	3	0,36	1	0,12	2	0,24	1	0,12	3	0,36	3	0,36	2	0,24	1	0,12	2	0,24	1	0,12
9.Apoyo de los GAD's y las ONG's al Fortalecimiento cultural	0,20	3	0,60	1	0,20	1	0,20	4	0,80	3	0,60	3	0,60	3	0,60	2	0,40	3	0,60	1	0,20	1	0,20
10.Aprovechamiento y uso adecuado de los recursos turísticos	0,20	4	0,80	2	0,40	4	0,80	4	0,80	2	0,40	3	0,60	3	0,60	4	0,80	2	0,40	4	0,80	2	0,40
11.Desarrollo social y económico del emprendimiento y sectores aledaños	0,16	3	0,48	2	0,32	2	0,32	4	0,64	2	0,32	2	0,32	4	0,64	2	0,32	4	0,64	2	0,32	2	0,32
12.Mayores oportunidades de trabajo	0,15	3	0,45	2	0,30	3	0,45	2	0,30	2	0,30	1	0,15	4	0,20	3	0,45	3	0,45	1	0,15	2	0,30
13.Propuesta de fortalecimiento administrativo	0,16	4	0,64	4	0,64	3	0,48	3	0,48	3	0,48	2	0,36	4	0,64	4	0,64	4	0,64	4	0,64	4	0,64
<b>AMENAZAS</b>																							
1.Déficit del servicio de alcantarillado	0,06	2	0,12	1	0,06	1	0,06	1	0,06	1	0,06	1	0,06	1	0,06	2	0,12	1	0,06	1	0,06	1	0,06
2.Déficit de la red de telefonía	0,05	2	0,10	2	0,10	2	0,10	1	0,05	2	0,10	1	0,05	1	0,05	3	0,15	1	0,05	1	0,05	1	0,05
3.Alto índice de contaminación del rio Puyo	0,10	3	0,30	3	0,30	1	0,10	2	0,20	1	0,10	1	0,10	1	0,10	1	0,10	1	0,10	1	0,10	1	0,10
4.Condiciones climáticas inestables	0,05	1	0,05	1	0,05	1	0,05	1	0,05	1	0,05	1	0,05	1	0,05	2	0,10	2	0,10	1	0,05	1	0,05
5.Avance progresivo de la globalización	0,04	2	0,08	1	0,04	1	0,04	2	0,08	1	0,04	3	0,12	2	0,08	1	0,04	2	0,40	1	0,04	1	0,04
6.Juventud no valora la identidad cultural	0,08	3	0,24	1	0,08	1	0,08	2	0,16	1	0,08	4	0,32	1	0,08	1	0,08	1	0,08	1	0,08	1	0,08
7.Existencia de competencia, emprendimientos turísticos con actividad turística similares a las que oferta Lisa Wasi	0,06	3	0,18	2	0,12	3	0,18	4	0,24	3	0,18	3	0,18	4	0,24	2	0,12	3	0,18	3	0,18	4	0,24
8.Emprendimiento no reconocido por el MINTUR	0,03	3	0,09	3	0,12	3	0,09	4	0,12	4	0,12	3	0,09	4	0,12	3	0,09	3	0,09	3	0,09	4	0,24

<b>TOTAL</b>	<b>15,43</b>	<b>14,87</b>	<b>13,84</b>	<b>15,62</b>	<b>13,24</b>	<b>14,27</b>	<b>14,71</b>	<b>13,08</b>	<b>13,51</b>	<b>11,08</b>	<b>10,99</b>
CA= Calificación del atractivo											
TCA= total calificación del atractivo											
Calificación del atractivo	1= no es atractivo			2=algo atractivo			3=bastante atractivo			4=muy atractivo	

*Gráfico 42: Matriz Cuantitativa de la Planificación Estratégica*

*Fuente: Báez Valeria, (2018)*



## ANÁLISIS DE LA MATRIZ CUANTITATIVA DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA MCPE

Esta es también una de las etapas más importantes, puesto que permite optar por las decisiones más óptimas que beneficien a Lisan Wasi. Luego de haber analizado las matrices MEFE, MEFI y la Matriz de Estrategias se construye la Matriz Cuantitativa de Planificación Estratégica (Ver gráfico N°42), mediante el análisis de las estrategias a través MCPE, los resultados obtenidos muestran que la estrategia prioritaria es la FO4, que se trata de “Beneficiarse del apoyo técnico para capacitaciones en diferentes áreas. a cada uno de los miembros o socios que trabajan dentro del emprendimiento” con un valor de 15,62; por consiguiente; le sigue la estrategia FO1, con un valor de 15,43 que trata acerca de “Aprovechar el apoyo financiero y técnico proporcionado por parte de las entidades gubernamentales y no gubernamentales para el fortalecimiento turístico.” Otra estrategia que tiene relación es la FO2 con 14,87 que corresponde a “Desarrollar actividades turísticas y culturales para aumentar las visitas a Lisan Wasi” también resalta como estrategia principal está la FA con un valor de 14,71 “Aprovechar recursos para dar mantenimiento a los escenarios turísticos que poseen, lo que les permitirá ser más competentes”. Adicional se hace mención a otras estrategias que también son importantes y se estructuran de la siguiente manera FA2 con un valor de 14,27; FO3 con 13,84; DO2 con 13,51; FA1 con 13,24; DO1 con 13,08; le sigue DO3 con un 11,08; y por último la estrategia DA1 con un valor de 1,99 (Ver Diagrama N°4)

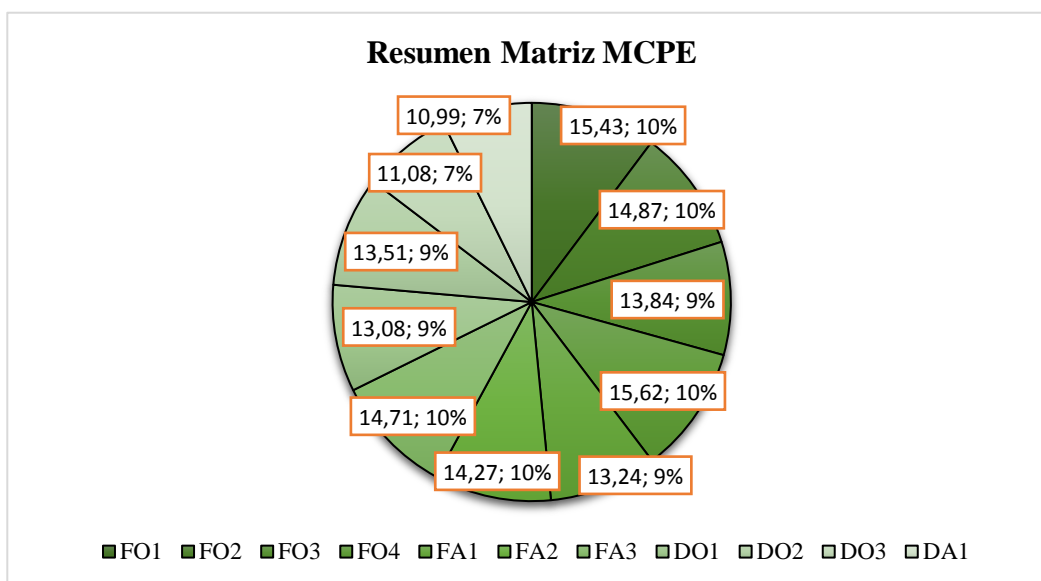


Gráfico 43: Resumen Matriz MCPE  
Fuente: Báez Valeria, (2018)

Lisan Wasi pese a ser un emprendimiento reciente ha demostrado un cierto grado organización que le ha permitido realizar gestiones para lograr el desarrollo. Por otro lado, es importante beneficiarse del apoyo técnico brindado por diferentes instituciones para capacitar al personal en las diferentes áreas que comprende la empresa; así como también el apoyo financiero para dar continuidad a la actividad turística.

Luego de recopilar y analizar la información correspondiente a los escenarios internos en la MEFI del emprendimiento turístico Lisan Wasi, se muestra una ponderación total de 2,79 aciertos; en tano se resaltan algunas fortalezas identificadas como las más relevantes a continuación las siguientes: emprendimiento con organización, poseen infraestructura turística acorde a los productos y servicios que ofertan, poseen recursos culturales y naturales

## CAPITULO V

### CONCLUSIONES

- Luego del análisis de los factores claves internos del emprendimiento Lisan Wasi se establece la línea base por medio de la matriz MEFI misma que arroja un resultado total ponderado de 2,79 que muestra un escenario interno favorable para el desarrollo de la actividad turística, de manera especial la F1 Emprendimiento con organización, F2 Existe un buen liderazgo, F4 Poseen infraestructura turística acorde a los servicios y productos que ofertan.
- Para el análisis de los factores externos que influyen en la operación del emprendimiento se obtuvo información primaria y secundaria, por consiguiente, la ponderación de los factores claves externos arroja un valor de 2,75 que representa un escenario externo favorable, se han identificado las principales oportunidades como: interés de apoyo por parte de los GAD's y ONG's, diversidad de flora y fauna permite afluencia de turistas, aprovechamiento y uso adecuado de los recursos turísticos.
- Se han obtenido 11 estrategias en la Matriz Cuantitativa de Planificación Estratégica (MCPE), se obtiene la estrategia más importante tal como lo es la FO4 con un valor de 15,62 “Beneficiarse del apoyo técnico para capacitaciones en diferentes áreas. a cada uno de los miembros o socios que trabajan dentro del emprendimiento” seguido de la estrategia FO1 con un valor de 15,43 “Aprovechar el apoyo financiero y técnico proporcionado por parte de las entidades gubernamentales y no gubernamentales para el fortalecimiento turístico”. En tanto a estas estrategias se las considera prioritarias.

## CAPÍTULO VI

### RECOMENDACIONES

- Tomar a consideración para investigaciones futuras a los factores claves internos y externos expuestos en este estudio; debido a que estos facilitan una óptica más amplia respecto al diagnóstico que se requiere del emprendimiento turístico Lisan Wasi. Además, se la puede considerar información preliminar ya que dentro de este emprendimiento no han realizado proyectos investigativos de esta índole.
- Mantener el fortalecimiento comunitario como estrategia; puesto que esta les permitirá realizar más gestiones, de manera que puedan ejecutar a cabalidad las estrategias planteadas dentro de este estudio en beneficio y el desarrollo de esta empresa.
- Así también procurar el aprovechamiento del apoyo técnico que brindan las diversas instituciones, tal como lo ha venido haciendo la Universidad Estatal Amazónica
- Lisan Wasi es un emprendimiento propicio para que las y los estudiantes de la Universidad Estatal Amazónica se vinculen con la comunidad y puedan continuar realizando proyectos que aporten al desarrollo de este emprendimiento.

## CAPÍTULO VI

### BIBLIOGRAFÍA

- Ander Egg. (1990). *Investigacion y disgnóstico para el trabajo social* (2 ed., Vol. 12). Buenos Aires, Argentina: Humanitas. Recuperado el 25 de Septiembre de 2018
- Andres E Miguel. (2011). *Fundamentos de la Planificación Urbano-Regional* (Primera ed., Vol. Uno). Oaxa, Mexico. Recuperado el 25 de Septiembre de 2018, de <http://bibliotecadigital.imipens.org/uploads/FUNDAMENTOS%20DE%20LA%20PLANIFICACION%20URBANO-REGIONAL%20-%20ANDRES%20E.%20.pdf>
- Ansoff, H. I. (1965). *Corporate Strategy: an analytic approach to business policy for growth and expansion*. McGraw-Hill, Estados Unidos. Recuperado el 27 de Septiembre de 2018
- Babaresco, D. (2013). *Proceso Metodológico en la Investigación: Como Hcer un Diseño de la Investigación* (Sexta ed.). Maracaibo, Venezuela. Recuperado el 27 de Septiembre de 2018, de <https://gsosa61.files.wordpress.com/2015/11/proceso-metodologico-en-la-investigacion- bavaresco-reduc.pdf>
- Brugha, R., & Varvasovzky, Z. (2000). Stakeholder Analysis: a Review. *Health policy and planning*, 15(3), 239-246. Recuperado el 2 de Octubre de 2018
- Carneiro Caneda, M. (2010). *Dirección Estratégica Innovadors*. España: Netbiblo. Recuperado el 27 de Septiembre de 2018, de [https://books.google.com.ec/books?id=RrA8D9gvaXoC&pg=PA4&lpg=PA4&dq=Carneiro+Caneda,+M.+\(2010\).+Direcci%C3%B3n+Estrat%C3%A9gica+Innovadora.+\(M.+Mart%C3%ADnez,+De.\)+La+Coru%C3%B1a,+Espa%C3%B1a:+Netbiblo.&source=bl&ots=Z8IFsFqJVO&sig=LX7oJ5JK3VcpAyO258CviML](https://books.google.com.ec/books?id=RrA8D9gvaXoC&pg=PA4&lpg=PA4&dq=Carneiro+Caneda,+M.+(2010).+Direcci%C3%B3n+Estrat%C3%A9gica+Innovadora.+(M.+Mart%C3%ADnez,+De.)+La+Coru%C3%B1a,+Espa%C3%B1a:+Netbiblo.&source=bl&ots=Z8IFsFqJVO&sig=LX7oJ5JK3VcpAyO258CviML)
- Carree, M. A., & Thurick, R. (2003). *The Impact of Intrepreneuriship on economic growth*.

Carvajal, B. A. (2005). *Planeación Participativa* (1 ed.). Cali, Colombia. Recuperado el 30 de Octubre de 2018, de <https://books.google.com.ec/books?id=z-BjD53pMbgC&pg=PA178&lpg=PA178&dq=plan+de+desarrollo+segun+carvajal&source=bl&ots=PsUjQYTmVw&sig=dFQw7m4BYjA-g9wkg22TyvQeyME&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiA2bGGvcTeAhXGq1MKHZZAAMkQ6AEwBXoECAAQAQ#v=onepage&q=plan%20de%20desar>

Chiavenato, I. (2007). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. Tlalnepantla, Mexico: Elsevier Editora Ltda. Recuperado el 27 de Septiembre de 2018, de <https://naghelsy.files.wordpress.com/2016/02/introduccion-a-la-teoria-general-de-la-administracion-7ma-edicion-idealberto-chiavenato.pdf>

Cobeña, M. V. (18 de Abril de 2018). Importancia del Turismo para el Desarrollo Local de la Provincia de Manabí. *RECUS, Tres*, 44-49. Recuperado el 30 de Octubre de 2018, de <file:///C:/Users/valeria/Downloads/1284-25-3236-2-10-20180719.pdf>

Costa, J. (7 de Junio de 2010). <https://joancosta.es>. Recuperado el 27 de Septiembre de 2018, de <https://joancosta.es/proceso-de-definicion-de-lineas-estrategicas/>

David Fred R. (1997). *Conceptos de Administración Estratégica* (Novena ed.). (M. A. Sanchez Carrion, Ed.) Mexico, Mexico: Pearson Educación. Recuperado el 27 de Septiembre de 2018, de <https://maliaoceano.files.wordpress.com/2017/03/libro-fred-david-9a-edicion-con-estrategica-fred-david.pdf>

Diaz Olivera, A. P., & Matamoros Hernandez, I. (2011). El Analisis DAFO y los objetivos estrategicos. *Contribuciones a la Economía*.

Fidias Arias, G. (2012). *El proyecto de investigación: Introducción a la investigación científica*. Caracas: Epistame. Recuperado el 4 de Octubre de 2018, de <https://evidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACION-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>

GAD Cantonal de Pastaza. (Abril de 2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Canton Pastaza*. Recuperado el 27 de Septiembre de 2018, de

<https://puyo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/10/S-PDyOT-PLAN-DE-DESARROLLO-2015-2020.pdf>

- GAD Parroquial de Tarqui. (20 de Diciembre de 2011). *PDOT Parroquia Tarqui*. Recuperado el 5 de Octubre de 2018, de <http://www.gadprtarqui.gob.ec>: <http://www.gadprtarqui.gob.ec/wp-content/uploads/2014/07/PDOT-PARROQUIA-TARQUI.pdf>
- Gessa, A., & Toledano, N. (2011). Turismo, emprendimiento y sostenibilidad en los espacios naturales protegidos- El caso de Andalucía-España estudios y perspectivas del turismo. *SciELO*, 20(5), 1154-1174.
- Gomez Castañeda, O. R. (Enero de 2005). Planificación Estratégica. *Contribuciones a la Economía*. Recuperado el 27 de Septiembre de 2018, de <http://www.eumed.net/ce/>: <http://www.eumed.net/ce/2005/orgc-plan.htm>
- Hernandez , M., & Mendoza, J. (Marzo de 2015). Factores internos y externos asociados a la competitividad y exito empresarial. *Researchgate*, 205-225. Recuperado el 1 de Octubre de 2018
- Hernandez, M. (28 de Enero de 2012). *Blogger.com*. Recuperado el 27 de Septiembre de 2018, de [Introduccionalaadministracionmarisol.blogspot.com](http://introduccionalaadministracionmarisol.blogspot.com): <http://introduccionalaadministracionmarisol.blogspot.com/2014/01/planificacion-marisol-hernandez.html>
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (sexta ed.). México, México. Recuperado el 2 de Octubre de 2018, de [https://www.esup.edu.pe/descargas/dep\\_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf](https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf)
- IPINZA, D. (2008). *El proceso estrategico: un enfoque de gerencia*. México DF: Pearson. Recuperado el 2 de Octubre de 2018
- Ipinza, F. (2008). *Formulación y planeamiento: la evaluación interna en planeación estratégica: un enfoque de gerencia*. Mexico D,F: Pearson.
- Ipiza, F. (2008). *Formulación y planeamiento: la evaluación externa y el análisis competitivo. En el proceso estratégico. un enfoque de Gerencia*. Mexico, Mexico: Pearson. Recuperado el 1 de Octubre de 2018

jimpikit. (2014).

Kundel, S. W. (1991). *The Impact of Strategy and Industry Structure on New Venture Performance*. Recuperado el 27 de Septiembre de 2018

MINTUR. (27 de Julio de 2018). *www.turismo.gob.ec*. Recuperado el 30 de OCTUBRE de 2018, de *www.turismo.gob.ec*: <https://www.turismo.gob.ec/ministerio-de-turismo-presenta-una-guia-para-iniciar-un-emprendimiento-turistico/>

Morales Urrutia, X., López Iglesias, E., & Pérez Fra, M. (2016). Turismo comunitario en espacios rurales: una primera aproximación al caso de Ecuador. X *CITURDES*, (págs. 637-648). Recuperado el 28 de Septiembre de 2018, de <file:///C:/Users/valeria/Downloads/2016Morales-LpezIglesias-PrezFraTurismocomunitario-primeraaproximacinEcuador.pdf>

OMT. (2017). *Panorama OMT del turismo internacional*. Recuperado el 28 de Septiembre de 2018, de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419043>

OMT. (2017). *www.e-unwto.org*. Recuperado el 30 de OCTUBRE de 2018, de *www.e-unwto.org*: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419043>

Oyarvide Ramírez, H. P., Nazareno Véliz, I. T., Roldán Ruenes, A., & Ferrales Arias, Y. (2016). Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible. Retos de la Dirección. *SCIELO*, 10(1), 71-93. Recuperado el 30 de Octubre de 2018, de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2306-91552016000100006&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552016000100006&lng=es&tlng=es).

Oyarvide Ramírez, H. P., Nazareno Véliz, I. T., Roldán Ruenes, A., & Ferrales Arias, Y. (2016). Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible. Retos de la Dirección. *10*(1), 71-93. Recuperado el 30 de Octubre de 2018, de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2306-91552016000100006&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552016000100006&lng=es&tlng=es).

PDOT CANTÓN PASTAZA. (2015). Recuperado el 15 de Noviembre de 2018

PLANDETOUR 2020. (27 de Septiembre de 2007). *www.turismo.gob.ec*. Recuperado el 27 de Septiembre de 2018, de *www.turismo.gob.ec*:



<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

- Ponce Talacon, H. (Septiembre de 2006). Lamtriz FODA: Una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas sociales. *Contribuciones a la Economía*, 1-16.
- Sallenave, J.-P. (1999). *Gerencia y Planeación Estratégica*. Bogotá, Colombia: Norma. Recuperado el 27 de Septiembre de 2018, de <http://redbiblio.unne.edu.ar/opac/cgi-bin/pgopac.cgi?VDOC=2.149333>
- Sanchez, A. (2018). *Desarrollo Regional Primera Aproximación. Primera Aguanajuatico Mexico*. Mexico. Recuperado el 27 de Mayo de 2018
- Santa Paella, S., & Feliberto Martins, P. (2012). *Metodología de la Investigación Cuantitativa*. Caracas, Venezuela: Pedagogía de Venezuela. Recuperado el 27 de Septiembre de 2018, de <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/patrimonio-cultural/>
- Santa Paella, S., & Feliberto, M. (2010). *Metodología de la investigación cualitativa* (3° ed.). Caracas, Venezuela: Fedupel. Recuperado el 4 de Octubre de 2018, de <https://es.calameo.com/read/000628576f51732890350>
- Sapag Chai, N. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos*. México D.F, México: McGraw Hill. Recuperado el 25 de Septiembre de 2018, de <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2013/03/Preparacion-Y-Evaluacion-De-Proyectos-Sapag-Sapag.pdf>
- SENPLADES. (2016). [www.senplades.gob.ec](http://www.senplades.gob.ec). Recuperado el 11 de Noviembre de 2018, de [www.senplades.gob.ec](http://www.senplades.gob.ec): <http://instrumentosplanificacion.senplades.gob.ec/inicio>
- UNWTO, & Huzhou City. (Julio de 2017). *International Rural Tourism Development: An Asia-Pacific Perspective*. Recuperado el 27 de Septiembre de 2018, de [www.e-unwto.org](http://www.e-unwto.org): <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418824.1>
- Villegas, J. G. (31 de Enero de 2011). *razonpublica.com*. Recuperado el 11 de Noviembre de 2018, de [razonpublica.com](http://razonpublica.com):

<https://razonpublica.com/index.php/politica-y-gobierno-temas-27/1748-ipara-que-sirve-el-plan-de-desarrollo.html>

## **CAPÍTULO VII**

### **ANEXOS**

**ANEXO1: ACTA DE REUNIONES**



**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA**

ACTA de constancia de reuniones y talleres para elaborar el "Plan de Desarrollo Turístico para la comunidad kichwa de Lisan Wasi, Provincia de Pastaza, Amazonia Ecuatoriana", periodo 2019-2023.

Acta No. 01 Fecha: 13 de abril Hora de inicio: 11:30 Hora de finalización: 12:45

Lugar: Comunidad Lisan Wasi

RESPONSABLE DE LA REUNIÓN: Valeria Báez

Tutor de Proyecto de Investigación: Ing. Eduardo Ruiz, Mcs

Objetivo de la reunión: Taller de socialización para validación de censos internos y externos.

**REGISTRO DE ASISTENCIA**

01	Leodin Vargas	1600254502	
02	Mario Villanes Vargas	1600432103	
03	Inabel Guatacho Santp	1600443604	
04	Gustavo Alfonso Santp	1600175502	
05	Jose Illanes	1600214203	
06	Steeven Alonzo Morata	1600254302	
07	Marcelo Gueza	1600304202	
08	Gabriel Villanes Illanes	1600452307	
09	Luz Marfa Vargas Santp	1600110358	
10	Susana Maribel Gueza	1600250417	
11	Sandra Alvarado Vargas	1600274302	
12	Juan Antonio Alvarado	1600253302	
13	Miguel Alvarado	1600447203	
14	Resulpa Vargas Illanes	1600354208	
15	Angel Santp Illanes	1600254709	

En constancia firman:

CC.....  
Presidente

CC.....  
Estudiante





## **ANEXO2: ENCUESTA**



### **UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA CARRERA DE INGENIERÍA EN TURISMO**

La presente investigación busca determinar los factores externos que influyen en la operatividad de Lisan Wasi. Por favor seleccione una opción en cada pregunta.

#### **DEMOGRAFÍA**

1¿Cuál es su género?

- a) Femenino   b) Masculino

#### **EDUCACIÓN**

2¿Cual es nivel de formación académica?

- a) Primaria   b) secundaria   c) educación superior

#### **SALUD**

3¿Cuál es el sistema de salud que usted aplica?

- a) Medicina occidental-MSP   b) medicina tradicional   c) ambos

#### **VIVIENDA**

4¿usted habita en una vivienda propia o prestada?

- a) Si   b) no

5¿Cuál es el material de construcción de su vivienda?

- a) Madera   b) cemento   c) mixta

#### **SERVICIOS BÁSICOS**

6¿en su hogar usted tiene luz eléctrica?

- a) Sí   b) no

7¿Cuál es el tipo de agua que usted consume?

a) Potable      b) sin tratar

8¿Cuál es el tipo de servicio telefónico?

a) celular      c) convencional      c) ambos servicios telefónicos

## **ECONOMÍA**

9¿usted trabaja?

a) Si    b) no

10¿A qué sector económico productivo, usted pertenece?

a) Ganadero    b) agrícola    c) sector publico    d) sector privado    e) jornalera

**ANEXO3: FICHA DE OBSERVACIÓN**

Ficha de observación		
Ficha N°	Lugar y fecha:	Duración
Elabora:		
Detalles de los observados		













