



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
SEDE ORELLANA
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

**PLAN ESTRATÉGICO PARA DESARROLLAR EL TURISMO EN
LA COMUNIDAD HUAORANI DIKAPARE PERTENECIENTE A
LA PARROQUIA INÉS ARANGO DEL CANTÓN FRANCISCO DE
ORELLANA**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN TURISMO

AUTORA: ERIKA KARINA ARMIJOS TORRES

DIRECTORA: Ing. GABRIELA ELIZABETH PROAÑO LUCERO Mgtr.

El Coca – Ecuador

2022

©2022, Erika Karina Armijos Torres

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, ERIKA KARINA ARMIJOS TORRES declaro que el presente Trabajo de Integración Curricular es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Integración Curricular; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

El Coca, 15 de junio de 2022






Erika Karina Armijos Torres

172145861-8

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular: Tipo: Proyecto de Investigación, **PLAN ESTRATÉGICO PARA DESARROLLAR EL TURISMO EN LA COMUNIDAD HUAORANI DIKAPARE PERTENECIENTE A LA PARROQUIA INÉS ARANGO DEL CANTÓN FRANCISCO DE ORELLANA**, realizado por la señorita **ERIKA KARINA ARMIJOS TORRES**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Mónica Isabel Izurieta Castelo Mgtr. PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		2022-06-15
Ing. Gabriela Elizabeth Proaño Lucero Mgtr. DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR		2022-06-15
Lic. Angel Edberto Cunalata García Mg. MIEMBRO DEL TRIBUNAL		2022-06-15

DEDICATORIA

Dedicado a Dios y a la Virgen del Cisne, por haberme dado la fuerza, voluntad, paciencia, perseverancia, su amor y bondad no tienen fin, me permites reír ante todos mis logros que son el resultado de su ayuda, y cuando caigo me ponen a prueba, aprendo de mis errores. Este trabajo de tesis ha sido una gran bendición en todo el sentido y agradezco mis ganas de decir que es gracias a ustedes que esta meta está por cumplirse. A mis padres, gracias por haberme enseñado el camino del bien, con sus nobles consejos y animándome en todo momento cuando ya no podía seguir. A mis hermanos, hijos, por ser esa fuerza de constancia, quienes son mis motores fundamentales a lo largo de la carrera, gracias por su apoyo incondicional, son el centro de mi motivación y perseverancia de seguir preparándome profesionalmente. A mi abuelita y mi cuñado que del cielo me guían y me dan sus bendiciones para poder llegar a la meta final. Y a todos mis docentes por haber compartido sus experiencias y conocimientos.

Erika

AGRADECIMIENTOS

Un agradecimiento extenso a mis docentes que aportaron con la elaboración del Trabajo de Integración Curricular. A la Ingeniera Gabriela Proaño como mi tutora, Licenciado Angel Cunalata como mi asesor, Ingeniero Marco Toledo docente de la cátedra de Investigación Turística, gracias a todos por su comprensión, apoyo y asesoramiento en mi trabajo, también agradezco a todos los que fueron mis docentes, ya que, gracias al profesionalismo, han aportado un alto porcentaje de enseñanza y a mis ganas de seguir adelante en mi carrera profesional. Mi agradecimiento también va dirigido a la Comunidad Huaorani DIKAPARE por haberme permitido que realice la Tesis en su prestigiosa Comunidad. Y a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, por haberme aceptado ser parte de ella y por abrir las puertas para poder estudiar mi carrera y haberme dado la oportunidad de formarme como profesional.

Erika

TABLA DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiii
ÍNDICE DE ABREVIATURAS.....	xiv
RESUMEN.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	4
1.1. Antecedentes	4
1.2. Marco conceptual	6
1.2.1. Turismo	6
1.2.1.1. Concepto de turismo	6
1.2.1.2. Tipos de turismo	7
1.2.1.3. Turismo comunitario	8
1.2.2. Atractivos turísticos	9
1.2.2.1. Atractivos naturales	9
1.2.2.2. Atractivos culturales	10
1.2.3. Planificación	11
1.2.3.1. Concepto de planificación	11
1.2.3.2. Historia de la planificación	11
1.2.3.3. Epistemología de la planificación	12
1.2.3.4. Tipos de planificación	13
1.2.4. Estrategias	14
1.2.4.1. Concepto de estrategias	14
1.2.4.2. Estrategias turísticas	14
1.2.5. Planificación estratégica	15
1.2.5.1. Concepto de planificación estratégica	15
1.2.5.2. Importancias para la planificación	15
1.2.6. Planificación y turismo	16

1.2.6.1.	<i>Enfoques de la planificación turística</i>	16
1.2.7.	Desarrollo del turismo	17
1.2.7.1.	<i>Concepto de desarrollo del turismo</i>	17
1.2.7.2.	<i>Importancia del desarrollo turístico</i>	17
1.2.7.3.	<i>Desarrollo del turismo económico</i>	17
1.2.7.4.	<i>Desarrollo del turismo sostenible</i>	18
1.2.7.5.	<i>Desarrollo del turismo local</i>	18
1.2.7.6.	<i>Desarrollo del turismo socioeconómico</i>	18
1.2.7.7.	<i>Desarrollo del turismo comunitario</i>	19
1.2.7.8.	<i>Desarrollo del turismo humano</i>	19
1.2.8.	Reactivación del turismo	19
1.2.8.1.	<i>Concepto</i>	19
1.2.9.	Plan estratégico	20
1.2.10.	Diagnóstico situacional	20
1.2.10.1.	<i>Concepto de diagnóstico situacional</i>	20
1.2.10.2.	<i>Tipos de diagnóstico</i>	21
1.2.10.3.	<i>Fase del diseño del diagnóstico</i>	21
1.2.10.4.	<i>Metodologías para crear un diagnóstico situacional en turismo</i>	21
1.2.11.	Sostenibilidad en el campo turístico	22
1.2.11.1.	<i>Concepto</i>	22
1.2.12.	Atractivo turístico	22
1.2.12.1.	<i>Concepto</i>	22
1.3.	Marco Legal	23
1.3.1.	Plan Nacional de Turismo 2030	23
1.3.1.1.	<i>Políticas Nacionales</i>	23
1.3.1.2.	<i>Ejes y Objetivos Estratégicos</i>	24
1.3.2.	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquial de Inés Arango 2015	25

CAPÍTULO II

2.	METODOLOGÍA	27
2.1.	Tipo y Diseño de Investigación	27
2.2.	Materiales y métodos	28
2.1.1.	<i>Área de estudio</i>	28
2.3.	Métodos	28

2.4.	Unidad de Análisis	29
2.5.	Población de estudio	29
2.6.	Tamaño de muestra.....	29
2.7.	Selección de muestra	30
2.8.	Técnicas de recolección de datos	30
2.9.	Metodología para la elaboración del Plan Estratégico.....	31
2.9.1	<i>Modelo de limitación del Plan Estratégico</i>	32

CAPÍTULO III

3.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	33
3.1.	Diagnóstico situacional turístico de la Comunidad Huaorani DIKAPARE	33
3.1.1.	<i>Límites de la comunidad</i>	33
3.1.2.	<i>Población</i>	33
3.1.3.	<i>Componente socio cultural</i>	34
3.1.4.	<i>Componente económico productivo</i>	38
3.1.5.	<i>Componente político (Estructura organizativa de la Comunidad)</i>	39
3.1.6.	<i>Atractivos Turísticos</i>	41
3.2.	Establecer estrategias para el desarrollo del turismo comunitario en la Comunidad Huaorani DIKAPARE, a través de un análisis interno y externo para fortalecer y reactivar el turismo en la Comunidad	43
3.2.1.	<i>Análisis FODA</i>	43
3.2.2.	<i>Análisis FODA Estratégico</i>	44
3.2.3.	<i>Análisis marketing mix (Producto, Precio, Plaza, Promoción)</i>	45
3.2.3.1.	<i>Análisis marketing mix turístico para la Comunidad Huaorani DIKAPARE</i>	45
3.3.	Resultados obtenidos de la investigación	45
3.3.1.	<i>Análisis de las encuestas</i>	45
3.4.	Análisis de la entrevista	59
3.4.1.	<i>Entrevista realizada a las personas involucradas directamente con el sector turístico del cantón</i>	59
3.5.	Diseñar un Plan Estratégico para el desarrollo del turismo comunitario en la Comunidad Huaorani DIKAPARE, con el fin de impulsar un desarrollo socio-económico, y turístico	63
3.5.1.	<i>Introducción</i>	63
3.5.2.	<i>Objetivos</i>	63
3.5.3.	<i>Misión</i>	64

3.5.4.	<i>Visión</i>	64
3.5.5.	<i>Estrategias para impulsar el desarrollo socio-económico y turístico</i>	64
3.5.6.	<i>Conclusiones</i>	68
3.5.7.	<i>Recomendaciones</i>	68
CONCLUSIONES		69
RECOMENDACIONES		70
GLOSARIO		
BIBLIOGRAFÍA		
ANEXOS		

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-1:	Atractivos naturales	9
Tabla 2-1:	Atractivos culturales	10
Tabla 1-2:	Modelos de Planes Estratégicos según autores.....	31
Tabla 1-3:	Matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA)	43
Tabla 2-3:	FODA Estratégico.....	44
Tabla 3-3:	Análisis marketing mix	45
Tabla 4-3:	Edad de los encuestados.....	51
Tabla 5-3:	Lugar de procedencia.....	48
Tabla 6-3:	Ocupación del encuestado.....	49
Tabla 7-3:	Veces que ha visitado la Comunidad Huaorani DIKAPARE	51
Tabla 8-3:	Motivo que realizaría el turista la visita a la Comunidad	52
Tabla 9-3:	¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por recibir un paquete turístico?.....	54
Tabla 10-3:	Actividades turísticas le gustaría realizar en la Comunidad.....	55
Tabla 11-3:	Sugerencias para mejorar los servicios turísticos en la Comunidad.....	56
Tabla 12-3:	Información acerca de éste destino turístico.....	57
Tabla 13-3:	Diseño del paquete turístico nacional.....	66

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-2: Ubicación geográfica de la provincia de Orellana, parroquia Inés Arango y la comunidad Huaorani DIKAPARE.....	28
Figura 1-3: Comunidad Huaorani DIKAPARE.....	42
Figura 2-3: Fan Page de la Comunidad Huaorani DIKAPARE.....	64
Figura 3-3: Rótulo de la Comunidad Huaorani DIKAPARE.....	65

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-2:	Estructura del plan estratégico para la comunidad DIKAPARE.....	32
Gráfico 1-3:	Porcentaje género de los encuestados.	46
Gráfico 2-3:	Porcentaje edad de los encuestados.....	47
Gráfico 3-3:	Porcentaje lugar de procedencia (nacionales).	48
Gráfico 4-3:	Porcentaje lugar de procedencia (internacionales).....	49
Gráfico 5-3:	Porcentaje ocupación del encuestado.....	50
Gráfico 6-3:	Porcentaje conoce la Comunidad Huaorani DIKAPARE.....	50
Gráfico 7-3:	Porcentaje de visita a la Comunidad Huaorani DIKAPARE.	51
Gráfico 8-3:	Porcentaje que realizaría el turista la visita a la Comunidad.	52
Gráfico 9-3:	Porcentaje época que realizaría la visita a la Comunidad.....	53
Gráfico 10-3:	Porcentaje de dinero.....	54
Gráfico 11-3:	Porcentaje de actividades turísticas que le gustaría realizar.....	55
Gráfico 12-3:	Porcentaje de sugerencias para mejorar los servicios turísticos.	57
Gráfico 13-3:	Porcentaje de información acerca de éste destino turístico.	58
Gráfico 14-3:	Porcentaje de crear un plan estratégico.....	58

ÍNDICE DE ANEXOS

- ANEXO A:** ENCUESTA APLICADA A TURISTAS NACIONALES QUE SE ENCONTRABAN EN LOS DIFERENTES LUGARES DEL CANTÓN FRANCISCO DE ORELLANA
- ANEXO B:** ENCUESTA APLICADA A TURISTAS INTERNACIONALES QUE SE ENCONTRABAN EN LOS DIFERENTES LUGARES DEL CANTÓN FRANCISCO DE ORELLANA
- ANEXO C:** LAS ENTREVISTAS FUERON APLICADAS AL PRINCIPAL EJE REGULADOR DEL TURISMO, COMO ES AL TÉCNICO DE DEPARTAMENTO DE TURISMO GADPO
- ANEXO D:** ENTREVISTA AL PRESIDENTE DE LA COMUNIDAD HUAORANI DIKAPARE
- ANEXO E:** ENTRADA DE LA COMUNA HUAORANI ARMADILLO
- ANEXO F:** ENTRADA DE LA COMUNIDAD HUAORANI DIKAPARE
- ANEXO G:** VISITA DE TURISTAS INTERNACIONALES A LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS
- ANEXO H:** VISITA DE TURISTAS NACIONALES A LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS
- ANEXO I:** OBSERVACIÓN A LOS ATRACTIVOS
- ANEXO J:** CASCADA SAGRADA
- ANEXO K:** CASCADA SAGRADA
- ANEXO L:** RITUALES
- ANEXO M:** ARTE 1
- ANEXO N:** ARTE 2
- ANEXO Ñ:** ARTESANÍAS
- ANEXO O:** GASTRONOMÍA
- ANEXO P:** FAUNA
- ANEXO Q:** FLORA
- ANEXO R:** OFICIO DIRIGIDO A LA DIRECTORA DE TURISMO DEL MUNICIPIO
- ANEXO S:** SOLICITUDES PARA LA REALIZACIÓN DE LAS ENTREVISTAS
- ANEXO T:** MODELO DE ENCUESTA
- ANEXO U:** MODELO DE ENTREVISTA PARA EL PRESIDENTE DE LA COMUNIDAD HUAORANI DIKAPARE
- ANEXO V:** MODELO DE ENTREVISTA AL TÉCNICO DEL DEPARTAMENTO DE TURISMO GADPO

ÍNDICE DE ABREVIATURAS

OMT	Organización Mundial del Turismo
MINTUR	Ministerio de Turismo
PLANDETUR	Plan Nacional de Desarrollo Turístico
PDOT	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial
GADMFO	Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Francisco de Orellana
COVID-19	Enfermedad por coronavirus 2019

RESUMEN

El presente trabajo tuvo como objetivo elaborar un Plan Estratégico para desarrollar el turismo en la Comunidad Huaorani DIKAPARE, perteneciente a la Parroquia Inés Arango del cantón Francisco de Orellana, que permitan el cumplimiento con los objetivos propuestos con el fin de impulsar un desarrollo socio-económico, y turístico de la comunidad. La investigación tuvo un enfoque cualitativo y cuantitativo, pues se realizó encuestas para aplicar un estudio de mercado a turistas nacionales e internacionales y entrevistas para conocer la aprobación y necesidades en la localidad, así como cálculos con datos numéricos. Se utilizaron técnicas como: revisión bibliográfica de revistas científicas, sitios web, informes, tesis relacionadas con el tema para la fundamentación y aporte científico; y, la observación de campo para realizar el diagnóstico situacional. La información recabada permitió generar estrategias para impulsar el desarrollo socio-económico y turístico, pues el proyecto se adapta a las necesidades y capacidades del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Orellana (GADPO). Se aplicaron encuestas que lograron generar los datos para la elaboración del diseño del Plan Estratégico, enfocado en la publicidad para el reconocimiento del turismo en la comunidad, mejoramiento de servicios y creación de nuevas líneas de productos con paquetes turísticos innovadores. Se concluye que es factible ejecutar el Plan Estratégico en un tiempo de uno a tres años, el mismo que permitirá que las estrategias fluyan de manera directa e indirecta en el desarrollo socio-económico y turístico. Se recomienda el desarrollo de las capacitaciones, programas de desarrollo turístico a la comunidad para aprovechar el potencial turístico de sus alrededores y así ofrecer un buen servicio a los turistas.

Palabras Clave: <PLAN ESTRATÉGICO>, <COMUNIDAD>, <HUAORANI DIKAPARE>, <DESARROLLO >, <TURISMO>.

Inés
Zapata

Firmado digitalmente por Inés
Zapata
DN: cn=Inés Zapata, gn=Inés Zapata
o=ESPOCH, ou=ESPOCH, ou=ESPOCH,
ou=ESPOCH,
e=inés.zapata@esPOCH.edu.ec
Motivo: Aprobado este documento
Ubicación:
Fecha: 2022-03-14 22:54:05:00



0472-DBRA-UPT-2022

ABSTRACT

The present research was carried out with objective to elaborate a Strategic Plan to develop tourism in Huaorani DIKAPARE Community, from Inés Arango parish from Francisco de Orellana canton, which allow the fulfillment of proposed objectives to promote socio-economic and tourism development from community. The research had a qualitative and quantitative approach, surveys were conducted to apply a market study to national and international tourists and interviews to know approval and needs in the locality, as well as calculations with numerical data. The following techniques were used like bibliographic review of scientific journals, websites, reports, and theses related to the topic for scientific support and contribution; and field observation to carry out the situational diagnosis. The information gathered made it possible to generate strategies to promote socioeconomic and tourism development, also the project is adapted to the needs and capacities from Decentralized Autonomous Government from Orellana Province (DAGOP). Surveys were conducted to generate data for design of Strategic Plan. The surveys were applied to generate data for design strategic plan, focused on publicity for recognition of tourism in that community, improvement of services, and creation of new product lines with innovative tourism packages innovative tourism packages. It is concluded that it is feasible to execute the Strategic Plan in a period of one to three years, which will allow strategies to flow directly and indirectly in socio-economic and tourism development from community socioeconomic and tourism development. It is recommended to develop training, tourism development programs for community for taking advantage tourism potential them and thus offering a good service to the tourists.

Keywords: <STRATEGIC PLAN>, <COMMUNITY>, <HUAORANI DIKAPARE>, <DEVELOPMENT>, <TOURISM>.

Translated by:



Lic. Zoila Victoria Herrera Andrade Mgs.

DOCENTE-SEDE ORELLANA ESPOCH

INTRODUCCIÓN

El Turismo en el Ecuador es un fenómeno social en el cual se ven sumergidos aspectos como la cultura, ambiente, sociedad y economía, ya que permite el progreso económico donde explotan la riqueza natural y cultural que posee el destino; sin embargo, el sector turístico requiere de una adecuada planificación para desarrollar el turismo en la Comunidad y de una correcta gestión (Paredes, 2017, párr. 1), siendo así actualmente reconocido como uno de los ejes principales para el desarrollo social y económico a nivel local y nacional con el fin de conservar y preservar los recursos disponibles, con la participación del sector público bajo el direccionamiento del Ministerio de Turismo, Consejos Provinciales y Municipios; y, la participación de los actores del sector privado y comunitario a través de las Cámaras de Turismo, las asociaciones y las comunidades locales (Paredes, 2017, párr. 2). Para ello, la importancia del turismo habitará en el hecho de que el ser humano puede conocer de cerca y directamente otras culturas, otras sociedades, otras formas de vivir y para ello se puede afirmar en su perspectiva de industria, que es un prodigio que ha venido adquiriendo, un aspecto creciente en la dinámica económica, tanto internacional como nacional y local en virtud de que para muchos países y regiones del mundo forma parte de sus actividades económicas principales, productoras de ingreso, empleo y desarrollo.

La Provincia de Orellana es una de las más jóvenes y más privilegiadas del Ecuador, está dividida por 4 cantones; Orellana, Aguarico, La Joya de los Sachas y Loreto, donde Puerto Francisco es el cantón más grande y desarrollado, en inicios fue una de las provincias más importantes y reconocidas por contar con fuentes de empleo y por poseer fuente de recursos económicos, como es el petróleo, el comercio y la agricultura, pero con el pasar de los años incremento la contaminación a causa de las petroleras, lo cual hoy en día la sociedad sufre de enfermedades a causa de la contaminación, pero sin embargo en la actualidad se recibe alrededor de 6.500 turistas al año motivados por la riqueza natural y cultural que posee, pero a pesar de las circunstancias las autoridades provinciales a través de la Coordinación de Nacionalidades llegan a todos los sectores, con el fin de fortalecer y conservar las tradiciones, historias y culturas de nacionalidades que prevalecen en Orellana (GAPO Orellana, 2015, párr. 1). La región amazónica en general, está habitada por 10 nacionalidades, que son: Siona, Secoya, Andoa, Cofán, Huaorani, Shuar, Achuar, Záparo, Kichwa y Mestizo. Cada una de las nacionalidades tienen sus propias prácticas culturales, económicas, sus formas de organización socio-política, su cosmovisión frente a la realidad nacional, esto da origen a confrontaciones ideológicas y culturales. Las comunidades indígenas y campesinas, viven en constante relación con los empresarios, instituciones religiosas y del Estado, ONG; esta variedad de actores sociales con intereses diferentes y poderes desiguales dan origen a conflictos sociales, culturales, políticos y económicos en la región (EcuRed, 2021, p. 17).

El Coca, antes conocido como Puerto Francisco de Orellana, es un destino que permite conocer la riqueza natural y cultural de los pueblos que habitan en la provincia de Orellana y de aquellos primeros habitantes de la ribera del Napo, esta ciudad está rodeada por tres majestuosos ríos: Napo, Coca y Payamino en donde visitar este lugar te vas a engrandecer con las experiencias y conocimientos que puedes adquirir en cada sitio que visites. El nombre de esta pequeña ciudad se debe al conquistador del río Amazonas, Francisco de Orellana, que en su expedición navegó y arribó hasta el gran Marañón y su nombre local Coca, es como los indígenas oriundos de zonas aledañas, los Tagaieris o Sachas la conocen porque antiguamente iban al lugar a realizar sus rituales curativos masticando hojas de coca. La ciudad fue fundada en la época en la que los españoles ocupaban el territorio y el 30 de abril de 1969 declararon la fundación de Puerto Francisco de Orellana en honor a este explorador (Parlamento Andino, 2021, párr. 1). Hoy por hoy, el turismo en Puerto Francisco de Orellana, se ha convertido en una fuente de ingresos, siendo también una importante herramienta para valorar y revalorizar lo que posee. Esta bella ciudad posee diferentes nacionalidades indígenas: Kichwa, Shuar y Waorani, que aportan turísticamente al engrandecimiento del cantón, mediante la elaboración de artesanías y trajes típicos, enseñando su cosmovisión, siendo un deleite para turistas nacionales e internacionales, cuenta con la agricultura, ganadería, el petróleo, turismo y engrandece paisajes encantadores que se destacan a nivel mundial, y es un cantón importante por ser mega diverso en flora y fauna, poseedora de una gran cantidad de atractivos naturales y culturales que existen en este territorio (Campoverde, 2015, p. 7).

El presente proyecto tiene como finalidad de elaborar un Plan Estratégico para el desarrollo del turismo comunitario en la Comunidad Huaorani DIKAPARE, se encuentra en la ciudad de Puerto Francisco de Orellana, perteneciente a la parroquia Inés Arango donde hay una zona de vida como Bosque Húmedo Tropical y Bosque Pluvial Premontano, ya que posee un importante entorno mega diverso en recurso de flora, fauna y atractivos, la parroquia está organizada por una numerosa población de colonos originarios de diferentes regiones del país, y sus principales habitantes nativos se encuentran refugiados en la selva, recorriendo una fantástica ruta llena de vegetación, ofreciendo bienestar y bienestar dentro y fuera de la comunidad, donde la comunidad se centra en la agricultura y ganadería lo que no genera recursos económicos, ya que el turismo se ha centrado en las actividades de las operadoras privadas, grandes y pequeñas, y se ha caracterizado por el monto de las inversiones y por generar recursos económicos a nivel local (GADP Inés Arango, 2015, pp. 10-11). Para ello mediante estrategias de corto y mediano plazo que permitan a la parroquia conservar los recursos naturales y culturales para fomentar el turismo. Por ende, está propuesta de un plan estratégico para el desarrollo del turismo comunitario, es dar a conocer estos espacios alternativos, de una manera armoniosa visitando y conviviendo con las distintas realidades, lo que permite experimentar un contexto diferente, con la variedad de

elementos de la naturaleza y las relaciones comunitarias como es la parroquia Inés Arango, mostrando su historia, cultura y tradiciones, que representan la vinculación con el medio. Debido a esto se deben plantear propuestas que permitan un uso sustentable de los recursos, ya que cuenta con una naturaleza virgen, buen clima, personas humildes, marcado ambiente de paz y seguridad, variadas opciones para el entretenimiento, descanso y enriquecimiento cultural y una reconocida hospitalidad donde los anfitriones, hacen sentir al visitante como en su casa.

El Trabajo de Integración Curricular titulado: Plan Estratégico para desarrollar el turismo en la Comunidad Huaorani DIKAPARE perteneciente a la Parroquia Inés Arango del cantón Francisco de Orellana, está conformado por tres capítulos:

El Capítulo I comprende el Marco Teórico referencial donde se detalla las definiciones y conceptos utilizados, mediante el uso de distintas bases teóricas y análisis bibliográficos sobre el tema planteado, que darán sustento al objeto de investigación, de una mejor manera al trabajo de integración curricular.

El Capítulo II comprende el Marco Metodológico en el que se manifiesta de qué manera se obtuvo la información y como se ha aprovechado las diferentes técnicas para apoyar la investigación y metodologías para la resolución del problema, de la misma manera incluye el análisis e interpretación de los resultados conseguidos, las cuales se demuestran estadísticamente de los datos obtenidos y su correcta interpretación. En el Capítulo III se plasma los resultados obtenidos de la investigación y como resultado el final del proyecto. Finalizando el Capítulo III se va a resaltar importantes conclusiones y recomendaciones.

OBJETIVOS

Objetivo General:

- Elaborar un Plan Estratégico para el desarrollo del turismo comunitario en la Comunidad Huaorani DIKAPARE, mediante estrategias de corto y mediano plazo que permitan a la parroquia conservar los recursos naturales y culturales para fomentar el turismo.

Objetivos Específicos:

- Realizar un diagnóstico situacional mediante una investigación de campo para conocer la situación actual de la Comunidad Huaorani DIKAPARE.
- Establecer estrategias para el desarrollo del turismo comunitario en la Comunidad Huaorani DIKAPARE, a través de un análisis interno y externo para fortalecer y reactivar el turismo en la Comunidad.
- Diseñar un Plan Estratégico para el desarrollo del turismo comunitario en la Comunidad Huaorani DIKAPARE, con el fin de impulsar un desarrollo socio-económico, y turístico de la Comunidad.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1. Antecedentes

En la investigación titulada: Plan estratégico para el desarrollo del turismo en la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo (2018-2020), en el que se ha aplicado la metodología utilizada como es la investigación cualitativa, las mismas que dan como principales resultados, donde se obtuvo diferentes fuentes de información como son: libros, revistas, folletos, guías multimedia, documentos, páginas web, video grabaciones y grabadoras de voz. Tomando en cuenta la importancia del turismo en Ecuador, y el porcentaje alto de comunidades indígenas que existen en la provincia de Chimborazo, se desea posicionar al turismo mediante la implementación de un plan de estrategias de turismo que fortalezca la actividad turística de la zona. Con la propuesta, se busca que la comunidad de la parroquia Cebadas, mejore tanto en imagen para atraer a los turistas a nivel externo y en su economía, a través del beneficio que apreciarán la actividad turística y hacer conocer a quienes lo visiten sobre su cultura, costumbres, entre otras cosas que hoy en día llaman la atención a quienes desean conocer y hacer cosas distintas. Cabe recalcar que el turismo tiene una visión a futuro de rescatar costumbres y tradiciones de la comunidad a la vez la importancia dentro de la categorización que menciona el documento de PLANDETUR 2020 como producto turístico, mediante la participación activa de todos los actores que conforman la actividad turística de la zona de influencia y por medio de la observación directa de los investigadores se ha llegado a la conclusión de que no se aplica el turismo como fuente de ingreso ni de mejora para el sector, es decir, no se explota lo que se tiene para que el lugar donde se desarrolla tenga créditos y el mismo sea reinvertido para beneficio y aprovechamiento de quienes a través del turismo podrían tener una labor. En conclusión las diferentes estrategias y objetivos estratégicos aplicadas ayuda en los atractivos turísticos que posee ya que se relaciona entre las actividades de turismo de tipo naturaleza, para los actores que tienen dentro del cumplimiento del plan estratégico, donde permiten la funcionalidad de la actividad turística para buscar un desempeño de la gestión pública para lograr cumplir las metas del presente plan que forman parte de la transformación de la competitividad de los atractivos que presenta el destino, y adaptar servicios para brindar una oferta dentro del mercado competitivo, para realizar una promoción no solo nacional sino también internacional (Gusqui, 2020, p. 1).

En la tesis de investigación titulada: “Plan de Desarrollo Turístico Comunitario para la parroquia de Tumbabiro, cantón Urcuquí, provincia de Imbabura”. Es un lugar muy importante y con altas expectativas para la organización de turismo comunitario, por la variedad de atractivos turísticos,

comunidades, habitantes, cultura ancestral - histórica y en general por todo lo que conforma y representa la parroquia, ya que, en un futuro cercano sea considerado como uno de los lugares más visitados por turistas nacionales y extranjeros. Elaborar una propuesta de Desarrollo Turístico Comunitario en la Parroquia de Tumbabiro es una manera de difundir a toda la parroquia y en general todo lo que posee este hermoso lugar promoviendo la afluencia del turismo nacional y extranjero al sector, dando a las comunidades nuevas formas de obtener ingresos económicos que ayuden a mejorar la calidad de vida de la población, sin desplazar las actividades actuales a las que se dedica la gente de la comunidad y enriqueciendo su conciencia socio-cultural al reafirmar la revalorización de su cultura y sus recursos naturales. La metodología que usaron es el Método de Investigación; histórico, hipotético, Inductivo, Analítico, Dialectico, Sistémico. Recurrieron a técnicas de investigación como; uso de fuentes de información primaria y secundaria. Por tanto, se utilizarán diversos documentos como textos, periódicos, revistas, folletos y artículos de Internet. Como resultado final de este Plan construido fue mediante un proceso participativo que ha incluido a los principales actores sociales de la Parroquia, donde en los próximos años, todos los actores están comprometidos para trabajar sin pesimismo, sin intenciones políticas y solo para mejorar su situación parroquial, ya que, el sector turístico tiene un amplio potencial de crecimiento y puede convertirse en una actividad clave para sostener el ciclo económico, principalmente en el marco actual de gestión macroeconomía del país (Cupuerán, Mayra, & Chasiluisa, Rosa, 2012, pp. 2-3-4-7).

En la tesis de investigación titulada: “Plan de Desarrollo Turístico Comunitario de San Luis de Guachalá”. Enfocada al Plan de Desarrollo Turístico Comunitario, se delimita a la planificación y ordenamiento de las actividades turísticas de la comunidad, potencializando los rasgos culturales y naturales de sus atractivos y enfocándolos sobre una línea de acción que contribuya al fortalecimiento de las relaciones políticas, económicas, sociales y ambientales, que sobrelleven a la determinación de la Comunidad de San Luis de Guachalá como un potencial Destino Turístico Territorial, además diseñar una alternativa de desarrollo basada en el aprovechamiento de los recursos naturales y humanos para contribuir al mejoramiento socio-económico del área de estudio aportando con los conocimientos adquiridos. Como resultados adquiridos de esta investigación, se deduce que la Comunidad de San Luis de Guachalá es considerada como un punto turístico muy importante, por poseer atractivos naturales y culturales; la comunidad en sí cuenta con servicios básicos y necesarios para el desarrollo de este proyecto al igual que la predisposición de sus habitantes para impulsar este tipo de proyecto. Mediante el estudio de mercado se determinó que no existe ningún centro turístico comunitario dentro de la Comunidad, ya que se pudo determinar que el turismo comunitario debe ser entendido como una estrategia de conservación y desarrollo para la comunidad; en cuanto a los impactos analizados como son económicos, sociales, ecológicos y educativos, son positivos y de existir impactos negativos serán

mitigados, lo cual significa que el proyecto es factible de realizarlo desde este punto de vista. Como conclusión determina el diagnóstico situacional con metodología de los doce componentes turísticos, a fin de posicionar a la comunidad, los componentes que forman parte del Plan de desarrollo turístico de la Comunidad, buscan establecer estándares de calidad, que diferencien los servicios turísticos de la Comunidad, de otras localidades, encaminados a definir a la Comunidad San Luis de Guachalá como un Destino Turístico Regional. Para ello el presenta Plan de Desarrollo turístico Comunitario San Luis de Guachalá, busca fortalecer la participación de los pobladores, motivando iniciativas que les permita mejorar su calidad de vida y la de sus familias (Shaigua, 2016, pp. 1-2).

1.2. Marco conceptual

1.2.1. Turismo

1.2.1.1. Concepto de turismo

El turismo es una maravilla social, cultural y económica asociada a la acción de las personas hacia lugares fuera de su domicilio habitual como resultado de actividades personales o comerciales / profesionales. Estas personas se denominan visitantes (pueden ser turistas o senderistas; residentes o no residentes) y el turismo está relacionado con sus actividades, algunas de las cuales están relacionadas con el gasto de los visitantes. Como tal, el turismo tiene impactos en la economía, en el entorno construido y natural, en la población local de los lugares visitados y en los propios turistas. Debido a la diversidad de impactos, la variedad de factores de producción necesarios para producir los bienes y servicios que obtienen los turistas y los múltiples actores involucrados o afectados por el turismo, es necesario adoptar un enfoque holístico del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo (Paredes, 2017, p. 8). Es así como, para Poon (1994), El turismo ofrece una oportunidad para la sostenibilidad del destino y la creación de riqueza, donde los productos se combinarán para garantizar su competitividad, privatizar a los consumidores, el medio ambiente y aumentar la concentración en la cadena de valor operativa a través del avance de la tecnología de la información y las estrategias de segmento de mercado (Morillo,y otros, 2011, p. 140).

De acuerdo con las teorías planteadas, se entiende que el turismo es el movimiento de una o más personas fuera de su lugar de residencia por un período no mayor de un año, con fines de descanso o recreación, para utilizar y consumir todos los servicios turísticos, no para el lucro, ya que turismo ahora es muy importante porque forma parte de las actividades económicas y culturales que un país o una región puede tomar en cuenta, generando fuente de empleo, desarrollo de establecimientos de alimentos y bebidas y hoteles, entre otras actividades. Los turistas pueden

experimentar otras culturas y formas de vida, donde a menudo sacan a las comunidades de la pobreza y construyen vidas mejores, ya que esto tiene el potencial de estimular el crecimiento económico a nivel local, creando así oportunidades de empleo y fomentando otras actividades como la agricultura, pesca y artesanías en la localidad.

1.2.1.2. Tipos de turismo

Según (Ledhesma, 2018, pp. 6-12), dice que con la siguiente clasificación se pretende únicamente dar cuenta de la realidad turística en la que actualmente estamos sumergidos. No es una categorización terminante ni cerrada y procura dar lugar a nuevas sistematizaciones. Cada uno de estos tipos de turismo se puede ejercer de forma simultánea y sobrellevan a la par la busca del descanso, la diversión y sobre todo la relación con nuevas experiencias, en mayor o menor disposición.

Turismo corporal: La experiencia turística está centrada en el cuerpo del turista.

- Turismo de salud: Búsqueda de procesos y cuidados para el cuerpo y la psiquis. Puede ser estético, preventivo y se subdivide en dos: Médico y De Bienestar.
- Turismo de gestación: Turismo exclusivo de las mujeres y tiene afín con la maternidad y se subdivide en dos: De Parto y Abortivo.
- Turismo sexual: Es la práctica sexual que practican los turistas fuera de su lugar de residencia ya que allí es ilegal, es considerado deshonesto. Puede ser; prostitución, sexo infantil, etc.
- Turismo activo: Es el que implica poner en ejercicio al cuerpo, ya sea en tierra, por aire o agua. Y se subdividen en dos: De aventura y Deportivo.

Turismo intelectual: La acción se centra en los procesos intelectuales/sensoriales del turista.

- Turismo religioso: Es el turista que realiza con moción prácticas espirituales. No tiene que ver con la visita a iglesias.
- Turismo educativo: Es un tipo de turismo vinculado a la observación y aprendizaje. Se subdividen en cinco: Artístico/patrimonial, congresos y ferias, idiomático y científico.
- Turismo gastronómico: Es un tipo de turismo que involucra llevar a su inmenso paradigma, gracias a una práctica culinaria.
- Turismo virtual: Gracias a la tecnología, sin utilizar el cuerpo, pero sí el sentido, se experimenta el traslado y la práctica turística.

Turismo material: Dominado a la experiencia turística que gira en torno a la posesión de objetos.

- Turismo de transferencia de mercancías: Comprende aquellos viajes motivados por el intercambio de bienes materiales por otros bienes materiales o por dinero. Puede ser legal como; las prendas de vestir, cosméticos, artículos para el hogar, etc. o ilegal cuando se trata

de piratería o del tráfico de drogas, especies animales u obras de artesanía. Y se subdividen en tres: De compras, de venta y de canje.

- Turismo de negocios: Es el que se práctica con inspiración de lograr beneficios económicos a futuro.
- Turismo empresarial: Es aquel que se practica cuando se visitan empresas e industrias con objeto de conocer sus infraestructuras, al personal, formas de trabajo, etc.
- Turismo de lujo: Tipo de turismo practicado por la sociedad de alto poder adquisitivo que buscan vivir la mayor comodidad, recibir la mejor atención y estar rodeados de reconocidas marcas y de tecnología de punta.

Turismo ambiental: Aquí el énfasis del accionar turístico está puesto en el argumento y en los demás sujetos.

- Turismo de naturaleza: Es el que se realiza en entornos de superioridad natural. Se busca entrar en contacto con los elementos vegetales, animales, minerales y atmosféricos de un espacio. Y se subdivide en tres: Responsable, recreativo y negativo.
- Turismo social: Este tipo de turismo implica entrar en contacto directo con los residentes del nuevo destino y tratar de vivir como ellos viven. Y se subdividen en siete: etnográfico, solidario: rural, de celebraciones, del dolor, del terror, suicida.
- Turismo del universo: Es la práctica turística que pone la mirada en el universo todo y no solo en el planeta tierra. Y se subdividen en dos: astronómico y espacial.

Se puede decir que los diferentes tipos de turismo son importantes para el desarrollo del turismo, porque a través de estos tipos las personas pueden conocer diferentes gustos, preferencias, necesidades, personas de todas las edades pueden hacerlo, en cualquier parte del mundo.

1.2.1.3. Turismo comunitario

“El turismo es cada vez más visto como una herramienta clave de la comunidad, con el aporte de la contribución económica para mejorar la estancada economía y su capacidad para relacionar a los residentes de la comunidad local. A nivel comunitario, el turismo brinda oportunidades, empleos e ingresos directos e indirectos y genera ingresos, estimulando el desarrollo económico regional y local. Según Godfrey & Clarke (2000) el desarrollo del turismo es un proceso continuo, no es una panacea económica y es un proceso que se adapta mejor a la comunidad local y logra su progreso. Allen, (1993) muestra que el turismo se ve cada vez más como un componente importante del desarrollo comunitario, sin embargo, aunque el turismo se reconoce como una herramienta de desarrollo, hay poco conocimiento sobre el desarrollo turístico en la literatura. En los últimos años, la comunidad local ha tomado conciencia de los beneficios del desarrollo turístico, el auge de la investigación turística y su contribución al desarrollo comunitario.” (Paredes,

2017, p. 8). Para ello se caracteriza por el control e intereses de las comunidades locales, quienes se convierten en guías para brindar los servicios a los visitantes que reciben.

1.2.2. Atractivos turísticos

Se denomina atractivos turísticos al “conjunto de lugares, bienes costumbres y sucesos que por sus características de ubicación en el contexto, cautivan la comodidad del visitante” (Cupuerán, y Chasiluisa, 2012, p. 27). Las representaciones y recursos de viajes se crean o transforman (pensar, interpretar, participar) para facilitar la experiencia de viaje. Es un lugar interesante que visitan los turistas, a menudo debido a su valor cultural inherente, su importancia histórica, su belleza, ofrece entretenimiento, aventura y emoción (Rojas, 2016, p. 1).

Cada lugar constituye un destino turístico debe tener una serie de características que determinen el movimiento del visitante a lo largo del tiempo. Estas características, desde el punto de vista del visitante, se denominan atractivos turísticos, porque son las que atraen y retienen su atención, estos atractivos forman parte de lo que el visitante puede ofrecer y clasificados para su investigación (Turismo Sucre 2.0, 2017, párr. 1).

1.2.2.1. Atractivos naturales

Son aquellos creados por la naturaleza, es decir, que en su formación no ha intervenido directamente la acción humana Culturales. Todos pueden presentarse de manera mixta, algunos de estos atractivos requieren de la intervención del hombre para su preservación, mantenimiento y accesibilidad (Turismo Sucre 2.0, 2017, párr. 3-4).

Tabla 1-1: Atractivos naturales

Atractivos naturales	
<p>Atractivos geomorfológicos:</p> <p>Son aquellos formados por la acción de la naturaleza durante el progreso del planeta.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Litorales: rocas e islas, playa, acantilados y desembocaduras de ríos. - Lagunas y depósitos de agua - Corrientes de agua: superficiales (cañones y cascadas), subterráneas (manantiales, grutas, cenotes). - Vulcanismo: cráteres, aguas termales y minerales, geiseres. - Relieves: montañas, barrancas y cañones, planicies y dunas.
<p>Atractivos biogeográficos:</p> <p>Son aquellos con manifestaciones de vida animal o vegetal.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Agrupaciones vegetales: Selvas y Bosques. - Agrupaciones animales: Fauna silvestre y Zonas de caza.

Fuente: Turismo Sucre 2.0, 2017.

1.2.2.2. Atractivos culturales

Según (Turismo Sucre 2.0, 2017, párr. 8). Son estos factores los que la acción humana ha interferido o ha interferido con la evolución histórica, o que se establecen por razones culturales o comerciales. Según Ana García Silberman, se pueden clasificar de la siguiente manera:

Tabla 2-1: Atractivos culturales

Atractivos culturales	
Atractivos históricos: Obras dejadas por civilizaciones, así como hitos significativos en la historia sociopolítica de pueblos, países y regiones. Suelen ser permanentes en la naturaleza; La información sobre ellos es relativamente fácil de obtener, ya que son manifestaciones estudiadas por muchas ciencias.	<ul style="list-style-type: none">- Zonas arqueológicas- Arquitectura antigua- Lugares históricos- Poblados típicos- Folklore y- Fiestas tradicionales.
Atractivos contemporáneos (no comerciales): Son estas manifestaciones de un país o una región las que están preservando y promoviendo su patrimonio cultural; lo que en sí mismo es un orgullo para quien sabe expresarlo y un atractivo para quien quiere conocerlo y disfrutarlo.	<ul style="list-style-type: none">- Centros de convenciones- Instituciones de enseñanza- Bibliotecas, Museos y pinturas murales- Obras monumentales, Invernaderos y Zoológicos.
Atractivos contemporáneos (comerciales): Son aquellas manifestaciones de grupos públicos o privados, generalmente de carácter temporal, diseñados para atraer visitantes brindándoles entretenimiento, entretenimiento, compra y venta de bienes, etc.	<ul style="list-style-type: none">- Parques de diversiones- Balnearios- Espectáculos culturales y deportivos- Exposiciones nacionales e internacionales- Mercados de artesanías- Comercios- Centros de salud- Ferias y carnavales- Celebraciones religiosas, Casinos- Concursos y competencias accesibilidad.

Fuente: Turismo Sucre 2.0, 2017.

1.2.3. Planificación

1.2.3.1. Concepto de planificación

La Real Academia Española (RAE) define a la planificación como un plan integral y bien pensado diseñado para lograr un objetivo específico, como el desarrollo económico de una ciudad, las operaciones de una empresa, el crecimiento económico de la organización. El filósofo Sócrates relató este término, fue en la antigua Grecia donde comparó por comparación la actividad de un gran empresario con la de un general, señalando que en todos aquellos que la desarrollan eficazmente deben planificar y mover los recursos necesarios para lograr la meta.

La planificación es la clave para la toma de decisiones, lo que nos permite elegir la estrategia más práctica para aplicar a las necesidades únicas de la organización, teniendo en cuenta las variables existentes, así como la dirección adecuada para lograr el conjunto adecuado que logre objetivos, metas, y finalmente, el control que tienes para medir los resultados, y, si es necesario, permitir modificaciones en la planificación (Neira y Tenelema, 2017, p. 26).

Por eso hoy en día la planificación se utiliza en todos los ámbitos en general, ya que forma parte del día a día de las personas, también tiene aplicación práctica en las actividades diarias y funciones eficaces de las acciones de las empresas. Según el autor, la planificación es parte esencial de la vida de la empresa, ya que orienta el camino para lograr las metas y objetivos planteados al inicio, también nos ayuda a superar las dificultades que surgen en la empresa. El proceso de desarrollo de operaciones, estableciendo las estrategias necesarias para competir y lograr resultados sin desperdiciar esfuerzos y recursos.

1.2.1.2. Historia de la planificación

La planificación para el desarrollo, emerge de la tensión entre el sistema capitalista y el sistema socialista, en respuesta a los procesos socioeconómicos de la primera mitad del siglo xx. Algunos referentes de la planificación logran descubrir en las teorías de Friederich List, en los tratados de Marx y en las propuestas de economía planificada de Rathenau, que surgieron en Alemania a raíz de la Primera Guerra Mundial. Es posible identificar diferencias importantes en la planificación del siglo xx, de acuerdo con el contexto histórico y político particular de los países socialistas, por un lado, y de los países capitalistas, por el otro a principios del siglo xx tuvieron lugar varios fenómenos políticos que resultan de interés para la comprensión del desarrollo de los procesos de planificación: la Revolución rusa, los movimientos sociales de Alemania e Inglaterra, la crisis económica de 1929, la Primera y la Segunda Guerras Mundiales y el surgimiento de organizaciones internacionales de dirección como la Sociedad de Naciones, que posteriormente

daría origen a las Naciones Unidas (ONU) y a instituciones como la OMS/OPS, el Banco Mundial, El Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Recientemente, algunas organizaciones no gubernamentales han desempeñado un papel preponderante en los procesos de planificación en el mundo. El desarrollo de la planificación se ha causado de acuerdo con una sucesión de elementos de carácter político asociados con el tipo de Estado (universalista o minimalista), el régimen político (democrático o autoritario), las relaciones que se forman entre actores sociales con diferente grado de poder, con motivaciones y aspiraciones incomparables en sociedades particulares (sociedades segmentadas en clases sociales), así como con el tipo de relaciones que se establecen entre el Estado y la sociedad. Desde el punto de vista histórico, es posible reconocer al menos seis procesos interrelacionados (Lopera Medina, 2014, pp. 30-31).

- La planificación es producto del progreso histórico de la antigua Unión Soviética, que buscó desafiar el orden social basado en el mercado;
- La planificación deriva cambios en el progreso de las fuerzas fértiles en los países capitalistas;
- La planificación como instrumento para implementar estrategias de crecimiento económico en los países, especialmente en América Latina;
- La planificación en la globalización y las políticas neoliberales;
- Propuestas alternativas para el desarrollo del diseño; y
- El surgimiento de agencias internacionales de planificación.

1.2.1.3. Epistemología de la planificación

La planificación describe una serie de elementos epistemológicos: el tema de la planificación; el espacio poblacional en el que se toman las decisiones; los marcos y usos del conocimiento científico a través de los cuales la evidencia (objetiva / abstracta vs. subjetiva / empírica) es seleccionada y tiene sentido para la legitimidad de las decisiones; Supuestamente neutral, opone elementos de carácter cultural y agentes sociales conflictivos que discuten entre reclamos de procesos de injusticia social o elementos de valores y hechos científicamente confirmados. La epistemología de la planificación se debate entonces entre la tendencia general de la racionalidad y la lógica abstracta y la epistemología de la diversidad, delineando así el dilema de poder e inclusión que se ha establecido Foucault. Los procesos de planificación se pueden clasificar según marcos epistemológicos, según los procesos históricos, científicos, sociales y políticos que definen el rol del Estado y su relación con la sociedad y los mercados, así como los desarrollos científicos y tecnológicos forjados a partir del desarrollo de las TIC (Lopera Medina, 2014, p. 1).

Es decir, la planificación es la toma de decisiones, es el horizonte temporal que dan las metas, objetivos y metas, permite clasificar la planificación como un proceso de largo, mediano plazo o

cortó plazo. Así mismo, sea cual sea la forma de planificación que se contemple, el desenlace se establecerá con la estructura de la sociedad y sus condiciones sociales, políticas, económicas y culturales.

1.2.1.4. Tipos de planificación

Según (Bonilla, 2006, párr. 1-2-3-4). De acuerdo con el nivel jerárquico en el que se realice, con el ámbito de la organización que abarque y con el periodo que comprenda, la planeación puede ser:

- Planificación normativa o tradicional: Es la que establece el estado ya sean normas o parámetros. Presenta características como; la capacidad para auto criticarse y evolucionar, técnicas de análisis y predicción, cuenta con mucha experiencia en los más diversos campos de aplicación.
- Planificación situacional: Se crea a través de foros de discusión, calcula y analiza los agentes de una organización, creando una situación objetiva de comportamiento social definido. Tiene características como; herramientas de cambio social, tecnológicamente hablando, se ocupan de las predicciones simuladas por la práctica, haciendo más realistas las hipótesis, porque las personas reales planifican y conviven con agentes otros también planificando, no hay un diagnóstico único, no hay una verdad objetiva, pero la interpretación de la situación es un proceso que no termina en el tiempo y siempre está activo.
- Planificación estratégica: Es un proceso continuo y sistemático que vincula el futuro con las decisiones actuales en circunstancias cambiantes y se expresa en la formulación de un conjunto de planes interrelacionados. Tiene características como; Establecer claramente la misión y valores de la organización, que tiene sus raíces en el sector empresarial y surge como fuente unificadora del llamado plan tradicional, define los elementos estratégicos, forma parte del estudio de los sistemas internos y externos, enfocándose más en lograr metas y objetivos que en seguir reglas y regulaciones. Mediante esta definición la planificación estratégica se describe un conjunto de procesos que crean objetivos, políticas y estrategias que guían el uso y control de los recursos y materiales dentro de la empresa turística.
- Planificación táctica operacional: Se trata esencialmente de la pre-asignación de trabajos específicos que las personas deben realizar en cada una de sus unidades de trabajo. Sus características incluyen instrucciones sobre planificación estratégica y planificación táctica, llevadas a cabo por mandos intermedios, tienen rutinas programables, se maneja información privilegiada y externa, siguiendo pautas y reglas bien definidas, incluso con poca antelación.

1.2.4. Estrategias

1.2.4.1. Concepto de estrategias

Una estrategia es un plan para resolver un problema. La estrategia es una serie de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones y lograr el mejor resultado posible. Estrategias para alcanzar metas siguiendo un modelo de trabajo (Significados, 2018, párr. 1).

El acto de planificar para un futuro previsto y los componentes para lograrlo, y hacer que el futuro de la organización funcione como está definido. Entonces podemos decir que las estrategias son cursos de trabajo, preparados para enfrentar los entornos cambiantes del entorno interno y externo, con el fin de lograr sus objetivos. Por ejemplo, una estrategia podría ser "realizar investigaciones de mercado establemente, y proveer eficientemente información al equipo de venta, a fin de aumentar las ventas (Guillén, 2014, p. 30). Básicamente, una estrategia logra uno o más objetivos, porque para una solución es posible utilizar la experiencia de las iniciativas y los recursos disponibles para superar los problemas y obtener solución, porque va mucho más allá de lograr la solución donde sería la mejor manera de aprovechar al máximo los recursos disponibles y superar el problema con el menor costo y plazo.

1.2.4.2. Estrategias turísticas

El turismo es una actividad actualmente registrada como motor de desarrollo de un territorio, estimulando a diferentes gobiernos y organizaciones privadas a interesarse más por él, creando eventos o programas y actividades diferentes acciones para promoverlo. El turismo puede convertirse en una estrategia de desarrollo local y regional con el hecho de que los modos de turismo se expanden cada vez más, adaptándose a las necesidades de los consumidores turísticos. La Organización Mundial del Turismo, en su informe «Turismo y atenuación de la pobreza», afirma que el turismo tiene ventajas para los países subdesarrollados (Gambarota y Lorda, 2017, p. 4).

- El uso turístico se ejecuta en la zona de producción.
- No hay barreras arancelarias significativas hacia las exportaciones habituales de los países en desarrollo.
- El turismo se exhibe como una actividad que brinda grandes posibilidades para sumar exportaciones competitivas.
- Su producción depende del capital económico, productivo, humano, natural y cultural.
- Es una actividad que aprovecha los recursos.
- Requiere elevados índices de mano de obra.
- En esta actividad hay más puestos ocupados por mujeres en comparación con otros sectores.

1.2.5. Planificación estratégica

1.2.5.1. Concepto de planificación estratégica

Según (Paredes, 2017, p. 13). La planificación estratégica es una herramienta de gestión que ayuda a las organizaciones a respaldar la toma de decisiones sobre qué hacer hoy y el camino que deben tomar en el futuro para adaptarse a las condiciones cambiantes y exigentes" establecidas por el entorno y lograr la máxima eficiencia y eficacia. Calidad de los bienes y servicios prestados a partir del diagnóstico de la situación actual (a través del análisis de brechas institucionales), la estrategia de planificación estratégica establece las acciones a tomar para lograr un futuro deseado, al que se le puede llamar lateral o de largo plazo. Cuando hablamos de planificación estratégica estamos hablando de grandes decisiones, fijar metas estratégicas nos permite hacer realidad nuestra misión y visión, es decir, el control de gestión no se puede ejercer sin una estrategia previa. En el turismo, la planificación estratégica crea los ejes principales del desarrollo turístico, y puede definirse como: el proceso hacia la valentía de metas y políticas de desarrollo comunes, el uso y el orden en que se utilizan los recursos para este fin.

La planificación estratégica es la preparación, desarrollo e implementación de diversos planes operativos de empresas u organizaciones, con el fin de lograr metas y objetivos. Estos planes pueden ser a corto, medio o largo plazo. En resumen, podemos considerar la planificación estratégica como una de las principales funciones que existen en la organización, con el objetivo de realizar cambios significativos para el crecimiento de la empresa (Neira y Tenelema, 2017, p. 27). Según las definiciones dadas por los autores, la planificación estratégica es importante porque incluye determinar las metas futuras que la empresa pretende alcanzar, mediante la definición de acciones, principios y recursos necesarios para su éxito.

1.2.5.2. Importancias para la planificación

Ferrer, (1998) Expresó la necesidad de crear programas que aseguren un uso y distribución óptimos de los recursos. La misma disposición también establece que la planificación es una actividad prioritaria para apoyar al establecimiento con un desarrollo institucional planificado y armonizado. Es cualitativo, rompiendo hábitos e inercias para innovar y adaptarse a un mundo dinámico. Solís, (1999), se sustenta y se puede lograr con la adecuada participación de la sociedad para aunar esfuerzos en la búsqueda de soluciones alternativas y diferentes mecanismos estratégicos (Salazar y Romero, 2006, p. 6). Para hacer esto, el plan proporciona indicadores de control que pueden medir el desempeño. Esto se debe a que si no hay una dirección entre el rendimiento real y el rendimiento planificado, puede solucionarlo.

La Planificación ayuda a los empresarios las posibilidades de que la empresa logre sus objetivos. Así como también a identificar problemas claves, oportunidades, y nuevas estrategias y para ello se requiere el seguimiento de ciertas etapas (Bastidas, 2009, pp. 1-2-3-4-5).

- Etapa 1. Planificación
- Etapa 2. Organización
- Etapa 3. Integración del Personal
- Etapa 4. Dirección
- Etapa 5. Control.

1.2.6. Planificación y turismo

El proceso de lo que hoy conocemos como planificación del turismo, comienza recién a mediados del presente siglo. Aunque en el pasado, en el transcurso de las actividades turísticas, se puede observar el desarrollo de estaciones de aguas termales, estaciones de montaña, centros vacacionales, incluso acondicionamiento de poblados tradicionales con fines turísticos. Debe decirse, sin embargo, que estos desarrollos turísticos son en gran medida directos, y si se puede observar algún patrón de desarrollo, a menudo se caracteriza por un carácter urbano, con el que deben enfrentarse las autoridades locales y, en algunos casos, los promotores turísticos. Durante la década de 1960, la planificación turística se popularizó en la mayoría de los países dirigidos a los turistas europeos, en la década de 1970, se extendió a otras regiones y comenzó a expandirse a las Américas (Acerenza, 1997, p. 48).

1.2.6.1. Enfoques de la planificación turística

De acuerdo a Getz (citado por Ivars, 2003) se pueden identificar cuatro enfoques con respecto a la planificación del turismo: desarrollo, económico, físico y comunitario. El desarrollador, refiriéndose a la corriente principal de planificación turística e identificando que tiene puntos de vista favorables y sin importancia sobre el turismo; proporciona previsiones de la demanda turística principalmente con fines promocionales. La economía considera al turismo como una actividad exportadora, que tiene el potencial de contribuir al crecimiento económico, el desarrollo regional y la reestructuración productiva; favorecer los objetivos económicos sobre los medioambientales y sociales sin analizar cómo se distribuyen socialmente los beneficios del turismo. El material integra la dimensión territorial para lograr la distribución plena de las actividades turísticas en el espacio y lograr los usos racionales del territorio; consideró aspectos ambientales, aunque omitió aspectos sociales y culturales. Sin embargo, la comunidad promueve

el control local sobre el desarrollo del turismo en beneficio de la gente, con énfasis en el progreso de abajo hacia arriba (Osorio García, 2006, p. 294).

1.2.7. Desarrollo del turismo

1.2.7.1. Concepto de desarrollo del turismo

Según el autor (Pearce, 1991) dice que el desarrollo turístico puede definirse específicamente como la provisión y mejora de equipos y servicios adaptados para satisfacer las necesidades de los turistas y, de manera más general, también puede incluir impactos, como la creación de empleo o la generación de ingresos (Varisco, 2008, p. 61). Se considera como un proceso destinado a mejorar la calidad de vida de la sociedad.

1.2.7.2. Importancia del desarrollo turístico

El desarrollo del turismo local es un proceso dinámico e integrado que tiene lugar en regiones o localidades, con el objetivo de mejorar las condiciones de vida de las personas. Para que esto suceda y logre el resultado final, mejorando la calidad de vida de las personas, se deben abordar ejes de desarrollo, orientados hacia los aspectos económicos, ambientales, sociales y culturales, política y tecnología. En Ecuador, el desarrollo del turismo local no se logró a través del trabajo del sector privado y el gobierno, a cargo del desarrollo turístico, el desarrollo naciente fue apoyado por el aporte del sector privado. El panorama de los viajes está cambiando, cada día la gente quiere participar en actividades de ocio, deportivas y de aventura, y aprender más sobre la historia, la cultura, la naturaleza y la vida salvaje de estos países. Esta situación incrementa la inversión en rutas turísticas especializadas, basadas en la naturaleza, la fauna, los sitios históricos, la orientación cultural, la actividad económica y la realización profesional (Cobeña, 2018, pág. 47). Para ello, es importante seguir cada proceso y ser responsable para que el turismo tenga un gran potencial para promover el crecimiento y por ende las oportunidades de empleo.

1.2.7.3. Desarrollo del turismo económico

En los últimos años, la industria del turismo se ha vuelto cada vez más importante para crear puestos de trabajo, exportar, estimular la inversión y el crecimiento económico. En el caso del turismo, tiene un mercado principalmente desarrollado en determinadas industrias y los diferentes sectores son casi nulos, debido a la falta de planificación en las instalaciones. A medida que aumenta el tamaño del mercado turístico, el capital de las personas sigue aumentando, dependerá de la singularidad del servicio que brinden, pero el uso inadecuado de los recursos turísticos tendrá

consecuencias negativas como la desaparición del mismo por consumo u uso excesivo (Rivas Bonilla, 2020, p. 13).

Marshall (1923), define a la economía como ciencia que explora la parte del funcionamiento social e individual, especialmente dedicada a la percepción y uso de los entornos materiales de la felicidad, en relación con el desarrollo del campo de las esferas económica y social, pues la población debe utilizar materiales en su disposición para mejorar las condiciones de vida de los individuos pero también de los grupos, es por ello que la humanidad se ha adaptado a lo largo de la historia, la historia con diferentes factores de supervivencia, encontrando soluciones a los problemas que enfrenta. Un factor importante en la economía es la esfera política, donde se crean constituciones, leyes, reglamentos que autorizan los derechos y obligaciones de las personas, regulan los procesos organizativos para el desarrollo económico, la sociedad propia de un país determinado. Así mismo, se basa en el uso justo de los recursos naturales (Capuz Llerena, 2016, p. 34).

1.2.7.4. Desarrollo del turismo sostenible

El concepto de Desarrollo Sostenible también surgió en oposición a la visión económica del desarrollo, pero en este caso asociado a la necesidad de preservar los recursos naturales y culturales para las generaciones futuras (Varisco, 2008, p. 74). A partir de una reevaluación de la gestión del desarrollo turístico sostenible, desde los espacios locales, será fácil encontrar su conexión con el desarrollo local, con el fin de seguir los principios de sostenibilidad, reducir el impacto respetando el medio ambiente y la cultura local, o en otras palabras respetar el ecosistema y así promover el turismo, ya que esta es una necesidad muy importante para generar o aportar ingresos y empleo a la sociedad local.

1.2.7.5. Desarrollo del turismo local

El desarrollo local es un proceso endógeno asociado a pequeñas unidades territoriales y asentamientos humanos, capaz de promover el dinamismo económico y mejorar la calidad de vida de las poblaciones (Varisco, 2008, pp. 76-77-78). A pesar de que existe una presión significativa tanto positiva como negativa, tiene el potencial de depender de agentes para explorar con habilidades y dar forma a procesos de transformación para el turismo local.

1.2.7.6. Desarrollo del turismo socioeconómico

Según (Pulido, 2011). Intenta analizar cómo se ha utilizado el crecimiento económico para mejorar el nivel de vida general y el bienestar de las personas en un país. En un sentido más amplio, se refiere a la transformación de la estructura demográfica, económica y social que

acompaña al crecimiento y permite el mejoramiento de las condiciones socioeconómicas de toda la población (mejoramiento de salud, educación, infraestructura, etc.). El desarrollo socioeconómico incluye factores económicos, sociales, ambientales y culturales, buscando fortalecer cada uno, ya que estos ahora han sido degradados por la experiencia de la población, proceso de aculturación, pérdida de valores, costumbres y tradición (Capuz Llerena, 2016, p. 36).

1.2.7.7. Desarrollo del turismo comunitario

Parecería casi tautológico afirmar que en las comunidades la organización comunitaria se convierte en un factor imprescindible para comprender el hecho turístico comunitario, pero no lo es. No todas las comunidades disfrutan del mismo nivel de organización y política, no tienen prácticas colectivas unificadas y no tienen la misma capacidad para crear, movilizar, actuar y de manera efectiva de manera colectiva. La adecuada definición de turismo comunitario subraya una forma de gestión diferente comunitaria sobre una actividad y recursos, lo que significa en algún grado la entidad de un espacio o lugar de organización autónoma, desde el que vincularse al Mercado y a otros actores (ONGs, organizaciones, estado). Lo comunitario en Ecuador se centra en instituciones (es decir, órganos políticos-administrativos) cuyos objetivos son usuales a la gestión de derechos y obligaciones, bajo el desiderátum de simetría e igualdad (Ruiz, 2008, p. 407). Para ello el Turismo Comunitario es la capacidad para captar, gestionar y articular intervenciones externas la cual está en la base del éxito de muchas de las experiencias de la comunidad.

1.2.7.8. Desarrollo del turismo humano

Es la satisfacción de las necesidades humanas básicas, en el proceso de crear un grado creciente de dependencia de sí mismo y en la conexión orgánica del hombre con la naturaleza y la tecnología, del proceso global con el comportamiento local, humano con lo social, planificación con autonomía y sociedad civil con el Estado (Varisco, 2008, p. 19). Las oportunidades incluyen una vida larga y saludable, acceso a la educación y los recursos disponibles en nuestra naturaleza para disfrutar de un nivel de vida.

1.2.8. Reactivación del turismo

1.2.8.1. Concepto

La reactivación turística está estrechamente vinculada al sector turístico, la reingeniería nos permite aprovechar su potencial natural y cultural, despertar el interés de los visitantes y aumentar el número de visitantes, contribuyendo así al desarrollo y crecimiento económico de la ciudad,

creando mejores fuentes de empleo y beneficios de los establecimientos asociados a la industria. Es importante mencionar que la reactivación no solo es responsabilidad del gobierno o agencias públicas y privadas, sino que los directamente involucrados también pueden ser proactivos, sugiriendo alternativas al problema diversos problemas a través del proyecto (Karina, 2019, pp. 24-25). A partir de ahora, la reactivación del turismo va de la mano de una buena planificación, en la que se detallan las metas y objetivos marcados para el futuro, así como las estrategias y actividades a implementar a lo largo del proceso de implementación, combinado con aspectos económicos, técnicos, materiales y recursos humanos.

1.2.9. Plan estratégico

La planificación estratégica es una herramienta de gestión que ayuda a las organizaciones a tomar decisiones sobre su misión actual y el camino que deben tomar en el futuro para adaptarse a los cambios y requerimientos del entorno. Estableciendo y logrando una mayor eficiencia, efectividad y calidad de productos y servicios entregados, incluyendo la formulación y establecimiento de prioridades, cuya característica principal es el establecimiento de procesos, tomar acciones para lograr los objetivos antes mencionados. La planificación estratégica ha evolucionado a lo largo de las décadas hasta el día de hoy, la planificación siempre se ha considerado la preocupación de predecir el futuro y cómo la empresa encaja en el entorno en evolución (Paredes, 2017, p. 139). De acuerdo al autor dice que la planificación estratégica se define como el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar decisiones transversales que permitan a una organización o institución alcanzar sus metas y objetivos, dependiendo de factores dentro y fuera de la organización.

1.2.10. Diagnóstico situacional

1.2.10.1. Concepto de diagnóstico situacional

El diagnóstico de la situación de una empresa es un procedimiento que se realiza para comprender la situación actual de una empresa, con el fin de determinar los diversos problemas que existen y la respectiva importancia de la empresa. El diagnóstico de la situación de la empresa incluye no solo el análisis interno, sino también el análisis externo, ya que la organización se encuentra desplegada en un entorno que afecta sus operaciones (Corvo, 2020, p. 1).

1.2.10.2. Tipos de diagnóstico

- **Diagnóstico Situacional:** Es hablar de la posibilidad de valorar en una organización todas las situaciones que se presentan dificultades que ameritan ser solucionadas.
- **Diagnóstico Organizacional:** Se efectúa para conocer en qué situación se encuentra la organización para conocer cuáles son sus dificultades y problemas.
- **Diagnóstico Estratégico:** Es hablar del proceso que siguen las empresas para explorar cuál es su situación futura se basa en analizar las Oportunidades futuras que hoy no existen y las amenazas o riesgos futuros que aún no existen.
- **Diagnóstico Operativo:** Es el proceso que realizan las empresas indagando y analizando sus Fortalezas y sus Debilidades presentes como así también sus oportunidades y sus amenazas presentes aplicando el diagnostico FODA.
- **Diagnóstico Integral:** Es el proceso que siguen las empresas cuando realizan el diagnóstico estratégico y el diagnóstico operativo en conjunto.
- **Diagnóstico de Procesos:** Es el modo de analizar en una organización si sus procesos cumplen con la misión para la cual fueron creados.
- **Diagnóstico de un Proyecto:** Es aquel que ayuda a las empresas a conocer que posicionamiento ocupan en el mercado, es decir, en qué nivel de competitividad se encuentra y que rentabilidad ha logrado, además de determinar si están o no están satisfaciendo a sus clientes (Vogel, 2018, párr. 5-6-7-8-9-10-11).

1.2.10.3. Fase del diseño del diagnóstico

La fase de planificación del diagnóstico turístico tiene como propósito definir el tipo y la forma en que se recogerá la información de campo. De manera general incluye tres actividades:

- La determinación del enfoque de planificación, escala, objetivos.
- Delimitación del área de estudio.
- La revisión de la literatura.
- Planificación del trabajo de campo (Armijos Chamba, 2012, p. 12).

1.2.10.4. Metodologías para crear un diagnóstico situacional en turismo

Los diagnósticos constituyen la base para desarrollar el estudio de un fenómeno determinado, ofreciendo elementos para valorar la situación actual y a partir de este conocimiento implementar posibles soluciones del problema. Desde este punto de vista, se ha identificado que el diagnóstico sirve para tres propósitos muy concretos:

- Definir la situación actual del turismo en un espacio territorial determinado con sus oportunidades y limitaciones.
- Fundamentar las soluciones, la toma de decisiones, propuestas y estrategias de desarrollo con datos cuantitativos y cualitativos actualizados.
- Establecer una línea base que sirva para comparar la diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística.

En consecuencia, el éxito del diagnóstico y, por lo tanto, del plan depende de que los datos y la información recogida sean coherentes con el enfoque, el nivel de planificación (escala territorial) y con los objetivos propuestos (Armijos Chamba, 2012, p. 12).

1.2.11. Sostenibilidad en el campo turístico

1.2.11.1. Concepto

En los últimos años, hemos revisado los modelos tradicionales de turismo y formado nuevos productos de calidad que no ponen en peligro la conservación del medio ambiente, contribuyen a la conservación y lo consideran una base para la recuperación de la actividad turística. El desarrollo sostenible se define como el desarrollo “que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (Rivas y Magadán, 2007, pp. 27-28).

La (OMT) ha definido que el desarrollo del turismo sostenible satisface las necesidades de los turistas de hoy y de las regiones receptoras, al tiempo que protege y promueve oportunidades para el futuro, camino hacia la gestión de todos los recursos para satisfacer las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la biodiversidad y los sistemas de soporte de la vida. Mayor conciencia de los impactos negativos del turismo en el medio ambiente, para anticipar y minimizar los impactos negativos del desarrollo urbano y la infraestructura turística en la costa, reducir el consumo de recursos naturales y la contaminación causada por el alojamiento y las actividades de los turistas (Rivas y Magadán, 2007, p. 28).

1.2.12. Atractivo turístico

1.2.12.1. Concepto

Los atractivos turísticos son elementos tangibles y/o intangibles que tienen determinadas características potenciales y pueden transformarse en productos turísticos, capaces de interferir

en la toma de decisiones a la hora de elegir un lugar o destino. Estas atracciones se evalúan a través de un inventario turístico (Carvajal Zambrano, y otros, 2018, p. 1). Por otro lado, (Herrera, 2015, p. 1) muestra que el valor de las atracciones puede invertirse en diferentes circunstancias, pueden atribuirse a importancia, belleza natural, valor cultural o por algo no tangible como la gastronomía, música o eventos culturales capacitados de brindar aventura y ocio.

1.3. Marco Legal

1.3.1. Plan Nacional de Turismo 2030

El Plan Nacional del Turismo 2030, como instrumento orientador de actuación del sector turístico del país, se centrará en la búsqueda de la competitividad del destino del Ecuador, esto con el objetivo de hacer del turismo un agente de cambio positivo en la economía nacional a largo plazo. El sector turístico ecuatoriano buscará posicionarse en el marco de un modelo de desarrollo sostenible y duradero, respetuoso con el ambiente, cuidadoso de los recursos naturales sensibles en el territorio nacional y de su destacado patrimonio cultural y al mismo tiempo, buscará ser socialmente equilibrado y justo, impulsándose como un potente generador de empleo y riqueza económica.

El PLANDETUR 2030 quiere establecer lineamientos que impulsen al turismo especialmente lo que se espera con este trabajo de investigación curricular es lograr a contribuir a los objetivos estratégicos que se basan en la competitividad del turismo, ya que el Ecuador tiene un gran reto de adoptar los lineamientos de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, donde fue aprobada en el 2015 y un Objetivo 12: Es Muy importante y busca garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles e incluye la meta 12:b “Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que se cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales” (Ministerio De Turismo Del Ecuador, 2019, p. 56).

1.3.1.1. Políticas Nacionales

Según (Ministerio De Turismo Del Ecuador, 2019, pp. 59-60). Las políticas Nacionales cuentan con el enfoque estratégico planteado deberá enmarcarse en políticas concretas interinstitucionales de gestión a partir de las cuales se delinearán el desarrollo turístico del destino Ecuador.

- 1) Fomentar el turismo sostenible, accesible e inclusivo como modelo de desarrollo en todos los niveles de gestión, basándolo en la revalorización y conservación del patrimonio cultural y natural; la generación de desarrollo productivo y social; así como, el acceso a oportunidades para disfrutar de la actividad turística de una manera segura, cómoda y autónoma.

- 2) Fortalecer la gestión de los destinos a través de la coordinación interinstitucional entre los actores del sector público, privado, académico, asociativo y comunitario, sustentado en sistemas eficientes de gobernabilidad colaborativa y gestión descentralizada y desconcentrada.
- 3) Mejorar la competitividad de los destinos, basada en la planificación turística, la generación de productos turísticos innovadores y la prestación de servicios de calidad, favoreciendo al turismo con base local como factor diferenciador de la oferta turística.
- 4) Dinamizar la conectividad (transporte, infraestructura y comunicación) nacional e internacional, mediante la atracción y el fomento de nuevas operaciones aéreas, terrestres, marítimas y fluviales; así como fomento de la inversión pública y privada en infraestructura aeroportuaria, portuaria y terrestre, complementada con el fortalecimiento de la cobertura de servicios de comunicación inteligente.
- 5) Fomentar la inversión turística nacional y extranjera directa, a través de la creación y mejora de incentivos, la diversificación de fuentes y líneas de financiamiento (público y privado), la dinamización de los encadenamientos productivos y la empleabilidad.
- 6) Impulsar la inteligencia de a través mercados turísticos del levantamiento de datos y estadísticas, así como del monitoreo de la percepción y el impacto de las estrategias de promoción, para direccionarla toma de decisiones de mercado acorde con las necesidades del turismo y sus tendencias a nivel mundial.

1.3.1.2. Ejes y Objetivos Estratégicos

- Eje 1: Destinos y Calidad

Objetivo Estratégico: Incrementar la competitividad de los destinos a través de la innovación de productos turísticos y la calidad en la prestación de los servicios turísticos.

- Eje 2: Conectividad

Objetivo Estratégico: Incentivar y promover los sistemas de conectividad aérea, terrestre, fluvial y marítima; así como los sistemas de comunicación digital en los destinos turísticos del Ecuador.

- Eje 3: Seguridad Turística

Objetivo Estratégico: Propiciar un entorno seguro y de bienestar para los turistas nacionales y extranjeros en los destinos turísticos a nivel nacional.

- Eje 4: Mercadeo y Promoción

Objetivo Estratégico: Impulsar el posicionamiento eficiente del destino en los principales mercados internacionales y nacional, fortaleciendo la gestión de promoción y mercadeo turístico.

- *Eje 5: Fomento a la inversión*

Objetivo Estratégico: Incrementar y diversificar la inversión turística dinamizando la cadena de valor del sector (Ministerio De Turismo Del Ecuador, 2019, pp. 60-62-63-65-66).

1.3.2. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquial de Inés Arango 2015

La parroquia de Inés Arango pertenece al cantón Francisco de Orellana, se considera como zona de alta sensibilidad ambiental y mantiene una estrecha relación con el Parque Nacional Yasuní. Localizada a una distancia de 59 km de la Ciudad del Coca (cabecera provincial); cuyo acceso se lo realiza mediante carretera asfaltada de primer orden (GADP Inés Arango, 2015, p. 7).

La propuesta de optimización espacial del Sistema Físico Parroquial parte de las informaciones que brindó la fase de Diagnóstico ya realizado, cuya problemática ha sido definida, de modo que en este documento denota un trabajo de análisis participativo referente a las soluciones de optimización. Por ende, la propuesta general es encaminar a la parroquia Inés Arango hacia un desarrollo armónico, equilibrado y sustentable con criterios de sostenibilidad, mediante la implementación de políticas, planes, programas, proyectos en el corto, mediano y largo plazo, aprovechamiento de los recursos naturales y humanos, dentro de los campos socio - cultural, económico - productivo y físico - ambiental para crear condiciones adecuadas para la disminución de inequidades y exclusión, e implementar la participación ciudadana, de tal manera que apunte a mejorar el nivel de calidad de vida en concordancia con los objetivos y lineamientos del Plan Nacional del Buen Vivir (GADP Inés Arango, 2015, pp. 103-104).

La relación entre sectores económicos: primario, secundario, terciario y la población económicamente activa (PEA) vinculada a cada uno de ellos, se observa que, en el año 2010, la ocupación preferente de los habitantes se hallaba en el sector primario, dedicado el 55,65% a las actividades agropecuarias afines, seguido del sector de servicios (enseñanza) y comercio con el 7,12%. Con relación a la población dedicada al sector secundario es inferior (1,38%); lo que significa que el modelo de desarrollo actual no es deseado, al ser este sector el industrial y el eje en el cual está basado el nuevo modelo económico nacional, mediante el cambio de la matriz productiva (GADP Inés Arango, 2015, p. 68).

- *Criterio con base en el enfoque con relación a la planificación turística*

Lo que se espera con el PDOT es un desarrollo a nivel turístico y se tiene como objetivo estratégico, es vincularse para que el sector se desarrolle turísticamente, ya que en el factor económico concibe al turismo como actividad exportadora, con potencial contribución para el desarrollo regional, la reestructuración productiva y el crecimiento económico, ya que otorga prioridad a los fines económicos por sobre los ambientales y sociales sin analizar cómo se distribuyen socialmente los beneficios del turismo. Por otro lado, asume que el turismo es una

actividad donde se encuentran los componentes de mercado como es el análisis de oferta y demanda, ya que son los aspectos clave a considerar (GADP Inés Arango, 2015, pp. 62-104-105). Por ende, dentro del modelo económico se ubican tres elementos clave: el análisis de mercado y recursos, la elaboración de planes maestros y la planeación conceptual.

CAPÍTULO II

2. METODOLOGÍA

2.1. Tipo y Diseño de Investigación

El tipo de investigación del presente trabajo es desarrollado con el objetivo de cumplir con los objetivos, utilizando el enfoque cuantitativo y cualitativo, se utilizaron técnicas de revisión documental, observación directa de campo, con métodos inductivo y deductivo. La investigación cuantitativa tiene como objetivo establecer el grado de asociación entre variables, generalizando y objetivando resultados a través de una muestra que permita inferencias causales sobre una población explicativa de por qué ocurre o no una determinada cosa o fenómeno (Allan y Cortéz, 2018, p. 69). Para ello permite recopilar y analizar datos numéricos a partir de lo general a lo particular, mediante quienes conforman el proyecto de la comunidad y los actores involucrados, ya que se realizó la aplicación de encuestas para la obtención de los datos estadísticos, donde pretendemos obtener medidas de calidad es decir, fiables y válidas, lo hacemos no sólo para caracterizar el conjunto determinado de participantes que han contribuido con su auto-informe, sino con el fin de ir más allá en el proceso de generación de conocimiento, para obtener datos estadísticos necesarios y cumplir los objetivos planteados en la investigación.

La investigación cualitativa "incluye el estudio, uso y recopilación de una amplia variedad de documentos empíricos, estudios de casos, experiencias personales, historias de vida, entrevistas, textos que describen momentos e ideas, sentido común y problemáticas en la vida de las personas" (Allan y Cortéz, 2018, p. 75). Nos permite la interpretación sobre el diagnóstico situacional que se analizará a través de información primaria, secundaria y además de los atractivos y el plan estratégico el cual mostrará las actividades comunitarias que se pueden realizar en la Comunidad, donde intervienen estudio de casos, relatos de vida, biografía, costumbres, que permite conocer las situaciones y actitudes de la situación actual de la localidad, a través de la descripción exacta de las actividades.

La Investigación experimental, es cuando el investigador maneja una o más variables de estudio, para explorar el aumento o disminución de esas variables y su efecto en las conductas observadas, examinar la efectividad de una relación causal entre dos o más variables. Por ello, según las limitaciones que presenta la investigación experimental lo que quiere manejar es un enfoque más descriptivo, en donde nos va a permitir conocer la realidad del territorio, cómo se encuentra socialmente desde un enfoque turístico dentro de la Comunidad, lo cual se apoya mediante datos cualitativos y cuantitativos ya que en muchas situaciones constituye la única alternativa de trabajo, donde se puede aportar con una información adecuada. Se realizó técnicas de observación

directa de campo en la Comunidad Huaorani DIKAPARE perteneciente a la parroquia Inés Arango, basándonos en los siguientes tipos de investigación como es la observación directa de campo y documental para la etapa inicial del trabajo, complementada por medio de la investigación veraz y verídica constatada por medios bibliográficos de libros, revistas, tesis relacionadas con el tema, en la cual tenga fundamentación y aporte científico en el cual nos permitirá justificar la tesis en el marco teórico, y por último, solicitando al Presidente de la Comunidad información sobre los atractivos naturales y culturales que posee para ejecutar de manera más ordenada y precisa el estudio.

2.2. Materiales y métodos

2.1.1. Área de estudio

El área de estudio de la investigación se efectuó en la Comunidad Huaorani DIKAPARE perteneciente a la Parroquia Inés Arango del Cantón Francisco de Orellana, se encuentra localizada a una distancia de 59 km de la Ciudad del Coca (cabecera provincial); cuyo acceso se lo realiza mediante carretera asfaltada de primer orden (GADP Inés Arango, 2015, p. 7). La Comunidad está ubicada en la provincia de Orellana, Vía Auca km 70 margen izquierdo, entrada a la Comuna Huaorani Armadillo a 3 horas y se llega al lugar establecido.

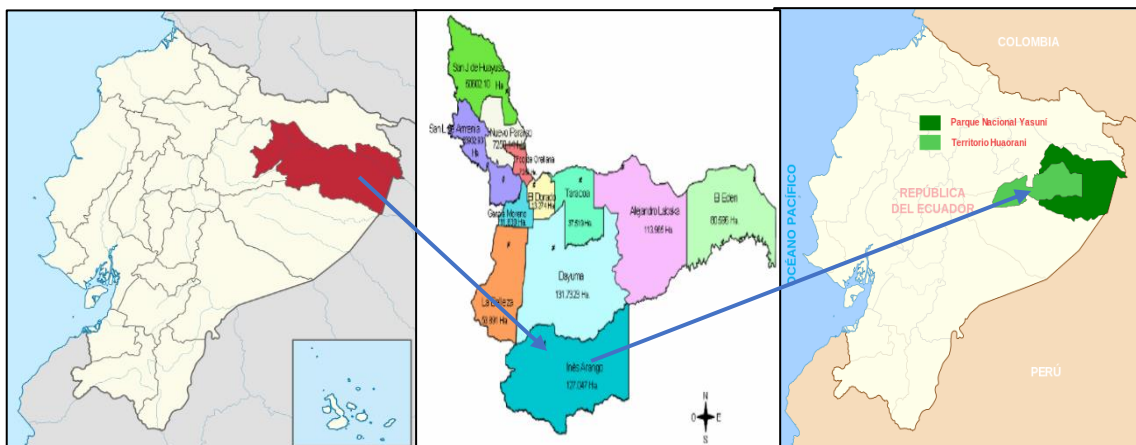


Figura: 1-2: Ubicación geográfica de la provincia de Orellana, parroquia Inés Arango y la comunidad Huaorani DIKAPARE

Fuente: Wikipedia y Wikiwand, 2022.

2.3. Métodos

El método para desarrollar el turismo en la comunidad Huaorani DIKAPARE, se realizó a través de una investigación cualitativa y cuantitativa, aplicando técnicas como las encuestas y las entrevistas. Para las entrevistas realizadas al Señor Franklin Edison Vargas Cahuiya Presidente

de la Comunidad se tomó un protocolo de distanciamiento tanto con el entrevistado y entrevistador y para las encuestas se realizó preguntas a turistas tanto nacionales como internacionales mediante la elaboración del plan estratégico.

Para recopilar información acerca del tema propuesto se basó en fuentes bibliográficas de estudios similares como; tesis, informes, artículos, libros, entre otros, así como datos anuales de la Dirección de Turismo del Gobierno Autónomo Municipal Descentralizado de Francisco de Orellana.

2.4. Unidad de Análisis

En el trabajo investigativo los elementos considerados en la unidad de análisis, para el proyecto de investigación curricular, lo constituye la Comunidad Huaorani DIKAPARE y todos los contextos turísticos que suceden alrededor de esta comunidad.

2.5. Población de estudio

- La primera población de estudio lo conforman los turistas nacionales e internacionales son un total de 2969, donde 2052 son nacionales y 917 son extranjeros que permitan conocer la potencialidad de la Comunidad.
- La segunda población de estudio que se aplicó en la investigación lo constituye una persona la cual es una entrevista que se realiza al Señor Franklin Edison Vargas Cahuiya, Presidente de la Comunidad Huaorani DIKAPARE y al técnico del GAPO del cantón Francisco de Orellana.

2.6. Tamaño de muestra

La muestra se calculó a través de la siguiente fórmula de poblaciones finitas, con un porcentaje de error del 0.09, tomando en cuenta la cantidad de turistas nacionales e internacionales un total de 2969 turistas que ingresaron al cantón Francisco de Orellana en el año 2019, para de este modo determinar el universo de estudio.

Se aplicará la fórmula:

POBLACIÓN FINITA:

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

DATOS:

n= Tamaño de la muestra =?

Z= Nivel de confianza = 1.7

p= Probabilidad positiva = 0.5

q= Probabilidad negativa = 0.5

e= Porcentaje de error = 0.09

N= Población = 2.969

DESARROLLO:

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

$$n = \frac{(1.7)^2 (0.5) * (0.5) (2.969)}{0.09^2 (2.969 - 1) + (1.7)^2 (0.5) * (0.5)}$$

$$n = \frac{1.445 * 1485}{24.0408 + 0.7225}$$

$$n = \frac{2145.825}{24.7633} = 86.65343472$$

n= 87  Nuestro tamaño de la muestra

n= 87 Encuestas

Se va aplicar 87 encuestas a turistas nacionales e internacionales

2.7. Selección de muestra

El tamaño de la muestra de la población permitió aplicar aleatoriamente a encuesta a 87 participantes, los cuales fueron, turistas nacionales e internacionales en puntos más concurridos por la ciudadanía de una manera probabilística aleatoria o al azar.

2.8. Técnicas de recolección de datos

La técnica que se utilizó para recopilar toda la información fue mediante: Encuestas que busca reunir datos por medio de un cuestionario prediseñado para conocer si el Plan Estratégico a desarrollar en dicho sector va a contribuir al desarrollo sostenible y cumplir con los objetivos propuestos de la investigación. La entrevista, es una técnica, un intercambio verbal que ayuda a

reunir datos o información durante un encuentro, de carácter privado y cordial, donde una persona se dirige a otros y cuenta su historia, da su versión de los hechos y responde a preguntas relacionadas con los objetivos propuestos, donde la entrevista fue estructurada y dirigida al presidente de la Comunidad para conocer si están dispuestos a trabajar y generar un Plan Estratégico que permita el desarrollo del turismo en la Comunidad Huaorani DIKAPARE y al Técnico de turismo GADPO.

2.9. Metodología para la elaboración del Plan Estratégico

El último de los objetivos propuestos es lograr y generar una planificación estratégica en donde una vez recopilado todos los datos de las fases anteriores principalmente el diagnóstico se propone generar un Plan Estratégico que incluya lo siguiente (Bojórquez y Pérez, 2013, pp. 9-10-17-18).

Para lograr generar el modelo del Plan Estratégico a desarrollar se analizó cuatro autores lo cual va a permitir generar el modelo de limitación del Plan Estratégico.

Tabla 1-2: Modelos de planes estratégicos según autores

AUTOR	AÑO	CARACTERÍSTICAS Y COMPONENTES
Mintzberg y Quinn	1998	<ul style="list-style-type: none"> - Misión - Valores - Estrategias - Metas u objetivos - Políticas - Programas - Decisiones estratégicas
Castañeda	2009	<ul style="list-style-type: none"> - Misión - Visión - Objetivos - Estrategia - Modelo de negocios - Plan de acción - Implementación

Steiner	2007	<ul style="list-style-type: none"> - Misión de la empresa. - Suerte. - Identificación de oportunidades y peligros, potencialidades y debilidades. - Objetivos. - Un problema. - Momento de intuición. - Pronóstico y recopilación de información sistemáticos. - Investigación y desarrollo. - Estrategia. - Productos y/o mercados - Oportunismo
Sielinski	2007	<ul style="list-style-type: none"> - Crear una misión, - Crear una visión, - Establecer metas, - Identificar estrategias, - Crear planes de acción, - Dar seguimiento al plan y actualizarlo.

Fuente: Mintzberg & Quinn (1998); Castañeda (2009); Steiner (2007); Sielinski (2007).

2.9.1. Modelo de limitación del Plan Estratégico

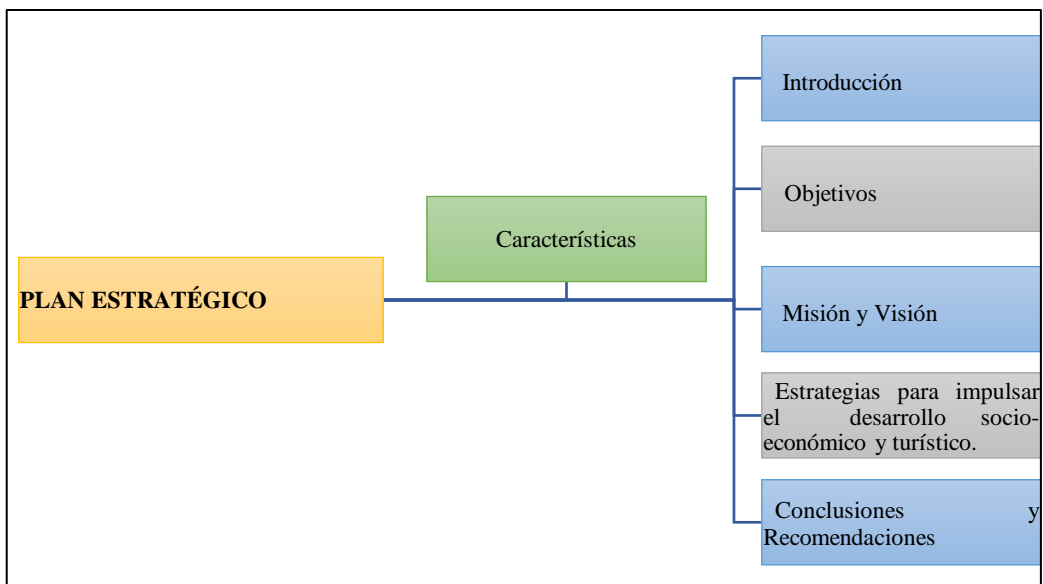


Gráfico 1-2: Estructura del Plan estratégico para la comunidad DIKAPARE

Fuente: Mintzberg & Quinn (1998); Castañeda (2009); Steiner (2007); Sielinski (2007).

CAPÍTULO III

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Diagnóstico situacional turístico de la Comunidad Huaorani DIKAPARE

3.1.1. Límites de la comunidad

- Cabecera Parroquial: Western
- Superficie: 146.710,63 hectáreas (1.467,17 Km²)
- Ubicación: Se encuentra asentadas entre las coordenadas 1°2'34,80'' y 0°48'57,67'' latitud sur, y entre 76°50'45,61'' y 76°51'17,05'' de longitud oeste.
- Altitud: A partir de 212 m.s.n.m. a 400 m.s.n.m.
- Clima: Mega térmico Lluvioso
- Temperatura: Aproximadamente un 30% del territorio occidental de la parroquia presenta una temperatura media mensual de entre 22°C y 26°C, mientras que aproximadamente el 70% del territorio restante presenta una temperatura media mensual de entre 26°C y 27°C.
- Precipitaciones: 2.000 a 3.000 mm anuales
- Límites: Norte: Parroquias de Dayuma y La Belleza
Sur: Cantón Arajuno (Provincia de Pastaza)
Este: Cantón Aguarico
Oeste: Cantones Arajuno y Tena (GAD PARROQUIAL Inés Arango, 2015, p. 27-28).

3.1.2. Población

La parroquia Inés Arango, creada el 30 de julio de 1998, constó en el registro oficial 372 de la misma fecha, conformada de 18 comunidades e inicialmente con 2.346 habitantes, quienes sintieron la necesidad de independizarse de la parroquia Dayuma; actualmente constituye con el registro oficial 113 del 2 de enero del 2010. Su nombre proviene de los misioneros que llegaron Inés Arango y monseñor Alejandro Labaka, quienes dieron su vida a orillas del río Cononaco Chico, por nativos Huaorani. Por siglos los Huaoranis han protegido su espacio ancestral de enemigos indígenas y coloniales, pero actualmente está amenazado por la exploración petrolífera y prácticas ilegales de registro de tierras (GADP Inés Arango, 2015, p. 39).

3.1.3. *Componente socio cultural*

La parroquia Inés Arango, creada el 30 de julio de 1998, constó en el registro oficial 372 de la misma fecha, conformada de 18 comunidades e inicialmente con 2.346 habitantes, quienes sintieron la necesidad de independizarse de la parroquia Dayuma; actualmente consta con el registro oficial 113 del 2 de enero del 2010. Su nombre proviene de los misioneros que llegaron a Inés Arango y monseñor Alejandro Labaka, quienes dieron su vida a orillas del río Cononaco Chico por nativos Huaoranis.

- *Análisis demográfico*

La población de la parroquia Inés Arango según el último censo de población y vivienda del 2010, son los datos oficiales publicados en cuanto a hombres 53,23% y mujeres 46,77%. Según los datos proyectados al 2015 se tiene que actualmente a la elaboración del presente plan, la población es 3.509 habitantes y al 2020 se espera tener un aproximado de 3.914 habitantes, para lo cual las obras de infraestructura comprometen a satisfacer las necesidades de la población parroquial (GADP Inés Arango, 2015, p. 40).

- *Educación*

Uno de los principales problemas que se puede observar en el sector educativo es la escasez de docentes que por diversas razones no asisten a las instituciones educativas, entre ellas el estado de las vías, medios de transporte popular. La dinámica salarial es otra cosa, por eso prefieren ofrecer sus servicios en otras áreas. Actualmente, los centros educativos no imparten educación bilingüe, que es la 99% educación de hispana. Esto no es motivo de ansiedad, por el contrario, los estudiantes de origen no parroquial acuden a los centros educativos y han encontrado en ellos una buena alternativa de educación. La mayoría de los ciudadanos se quejan de la inexactitud de conectividad y transporte que existe para que los estudiantes lleguen a la escuela, ya que la mayoría se localizan en la vía principal que atraviesa la parroquia y solo logran utilizar el transporte público, las cooperativas hacen sus recorridos en horarios de no coincidir con la entrada de la instalación (GADP Inés Arango, 2015, p. 45).

- *Grupos vulnerables*

En la parroquia Inés Arango existe un número importante de personas de la tercera edad, pero no existe un establecimiento como una casa de retiro que indague certificar el cuidado de estas personas. Debe entenderse que las personas mayores deben acceder a instalaciones que les brinden la atención médica, el alojamiento y la alimentación, en un entorno solidario y sostenible. Una parroquia sin tales instalaciones no podría cumplir con sus objetivos de población y desarrollo diocesano. En el caso de guardería, no se utiliza ningún equipo para pagar este servicio. En las zonas rurales de la parroquia, la gran mayoría de las madres se encuentran inhabilitadas de realizar otras acciones fructíferas que les faciliten un nuevo ingreso para el núcleo familiar, debido

a que tienen que cuidar niños menores de 5 años, y es necesario equipos para ayudar a mejorar los contextos económicos (GADP Inés Arango, 2015, p. 52).

- *Organización y tejido social*

En la actualidad la Parroquia Inés Arango está conformada por 48 comunidades legalmente constituidas y el centro parroquial, cuya población de acuerdo con el censo levantado por el INEC en el año 2010, es de 3.038 habitantes tanto del área urbana como rural, que habitan en 608 unidades habitacionales, quienes se han propuesto trabajar de manera mancomunada en la búsqueda de medidas a las demandas de servicios básicos, salud, educación, vías, etc. Los habitantes de esta parroquia han ido edificando pequeñas sociedades que al haber logrado su personería jurídica se han compuesto en comunidades, lo cual les ha facilitado la gestión al interior del territorio cantonal a fin de lograr la elaboración de trabajos que marchen en beneficio de sus miembros sociales, como emanación de una mínima gestión del GAD parroquial de Inés Arango para cubrir esos requerimientos (GADP Inés Arango, 2015, p. 52).

- *Grupos Étnicos*

La investigación directa realizada mediante encuestas, señalan que la estructura étnica de la población que habita en el territorio de la Parroquia de Inés Arango está constituida el 70% de los habitantes Mestizos, el 22% aproximadamente corresponde a las comunidades Waorani y Shuar ubicados en el sector nor-oriental de la parroquia. Se han identificado con la población afro ecuatoriana, mulata, blanca y montubia en un menor porcentaje de habitantes en la parroquia (GADP Inés Arango, 2015, p. 54).

- *Cohesión social y pertenencia de la población con un territorio*

De acuerdo con los datos antes citados, los pueblos mestizos e indígenas, para promover su desarrollo, se organizan en comunidades, cada una de las cuales logra perfeccionar su propio bienestar a través de la constitución de personas jurídicas ha influido, de alguna manera, en la estructuración del tejido social de este territorio, donde el género ha ido ocupando poco a poco un espacio en la estructura local. Su desarrollo también se dio sobre la base de la producción agropecuaria, seguida del comercio, la prestación de servicios y un poco la manufactura (GADP Inés Arango, 2015, p. 54).

- *Patrimonio cultural tangible e intangible y conocimiento ancestral*

Los habitantes de la parroquia Inés Arango son un pueblo de profundas raíces ancestrales, con historias, leyendas y tradiciones forjadas por sus ancestros, es un destacado religioso, honrando las tradiciones y costumbres les ha permitido mantener los valores familiares. Cabe señalar que al ser una parroquia nueva hasta el momento, no cuenta con símbolos cívicos como escudos y banderas, que según las autoridades están en construcción. Según la Convención para la Protección del Patrimonio Cultural Inmaterial de la UNESCO del 2.003, el patrimonio cultural son; bienes, prácticas, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas, así como las herramientas, objetos y artefactos, las tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como

vehículo del patrimonio cultural inmaterial; las artes del espectáculo (como la música tradicional, la danza y el teatro); los usos sociales (en los que cabe incluir, entre otros, la comida típica), rituales y actos festivos; los conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo y las técnicas artesanales tradicionales. Este patrimonio cultural tangible e intangible, transmitido de generación en generación, es recreado interminablemente por las comunidades y grupos de personas de acuerdo con su hábitat, las interacciones con la naturaleza y su historia, brindándoles un sentido de identidad y continuidad, promoviendo así el respeto por los valores culturales, diversidad y creatividad humana (GADP Inés Arango, 2015, p. 56).

- *Acceso a los servicios básicos*

El bajo índice de poblamiento que se presenta en la Amazonía, dificulta el análisis debido a los tamaños de las unidades administrativas que la componen. Los territorios amazónicos se encuentran en constante cambio debido a las nuevas actividades que se desarrollan allí, todo debido al aumento de la infraestructura básica y su demanda de equipamiento, un ejemplo de esto es la aparición de la infraestructura hidrocarburífera que suscita como primer paso el trazado de vías y establecimiento de campamentos, estos suscitan la necesidad de servicios como los de comercio, administrativos, telefonía, de servicios, transporte entre otros. Esto además genera que las poblaciones y comunidades cambien sus hábitos de vida por integrarse a prestar los servicios antes mencionados. Estos son algunos de los mayores cambios que suceden en la Amazonía por lo que para este estudio se ven necesarios para la mentalidad de las estadísticas de las densidades poblacionales, ya que aparentemente los territorios se encuentran despoblados con respecto al número de habitantes que allí se asientan. Los servicios que se analizan son los siguientes: Agua Potable (19,4 %), Alcantarillado (0,6 %), Recolección de residuos sólidos (49,7%) y Energía eléctrica (67,7%).

Para analizar la accesibilidad de los servicios se determinó el área de toda la parroquia Inés Arango debido a que existe poca información sobre el territorio e infraestructura del centro de población y comunidad; desafortunadamente, esto no facilita un mejor análisis de la definición de áreas ocupadas con y sin servicio y áreas vacías con y sin servicio. Es necesario que uno de los primeros pasos a dar en esta parroquia sea contar con un catastro rural para conocer el estado actual de habitabilidad humana en la diócesis en el territorio (GADP Inés Arango, 2015, p. 79).

- *Dotación de Agua Potable*

La dotación de agua como elemento básico para la vida es de gran importancia. Ya que la parroquia se encuentra en una de las regiones de mayor humedad, no implica su provisión de agua en calidad. Así, a nivel cantonal el 57,5% de la población cuenta con el abastecimiento de agua para su consumo a través de una red pública, la población de la parroquia apenas tiene acceso a un servicio de agua segura a pesar de estar bañada por importantes ríos y afluentes que podría cubrir esta necesidad. En la actualidad el 19,4% de la población de la parroquia Inés Arango tiene

acceso al abastecimiento de la red pública, dejando escasa a más del 80% de la población que por la cercanía de los ríos accede a este recurso. El abastecimiento de agua para el consumo procede de las pendientes naturales las cuales son recibidas un 30% de los hogares. El centro poblado disponía de un sistema de agua el cual dejó de funcionar hace más de un año que cubría un 7% de la zona. Actualmente las fuentes de agua que se utilizan son: Pozo 20%, Río 16%, Vertiente 30%, Lluvia 24%, Manantial 1%, Acueducto Público.

- *Servicio de Alcantarillado*

El servicio de alcantarillado en esta parroquia es nulo, obteniendo como referente que a nivel cantonal obtiene la cobertura del 27,6%, similar al porcentaje que se encuentra a la provincia y muy por debajo del porcentaje nacional que es del 53,6%. En la actualidad este servicio no se halla en esta jurisdicción lo que ocasiona especialmente que la evacuación de aguas servidas y pluviales se las realice de forma directa a los esteros existentes atentando contra la salud y en muchos casos la seguridad de muchas viviendas (GADP Inés Arango, 2015, p. 80).

- *Servicio de Recolección de Desechos Sólidos*

El servicio de recolección de desechos cubre en un 49,7% la demanda que tiene la parroquia. Considerando los problemas que se muestran por el estado de las vías ya que de alguna manera dificulta la prestación del servicio a las comunidades, razón por la cual se brinda este servicio a las comunidades que se encuentran cercanas a la vía, estableciéndose que de cada 2 habitantes de la parroquia accede a este servicio. Sin embargo, alarmante que no exista ningún tipo de tratamiento de los desechos generados por los hogares, y la forma precaria en que se los trata es quemándolos directamente en cada uno de los hogares con un 41% y la acumulación al aire libre en un 39%. La falta de un sistema de educación sobre el tratamiento de los desechos es sin duda el principal problema que se evidencia en la población, como consecuencia de la poca importancia que se brinda a este servicio, creando de forma directa contagio ambiental y afectaciones a la salud.

- *Servicio de Energía Eléctrica*

El 67,7 de la parroquia posee el servicio de electrificación lo cual está explícito especialmente por la vía principal que une a diversas comunidades y que accede la facilidad al servicio. Recordemos que la parroquia de Inés Arango es nueva y están formalizando la identidad de varias comunidades de las cuales no existían datos. El último censo realizado en el año 2.010 permitió identificar el número de habitantes que allí constan y que piden se les ayude con este servicio. A nivel cantonal la demanda de este servicio se encuentra de mejor cobertura pues alcanza a un 80% de la población de la cual se ha beneficiado las parroquias con mayor número de habitantes y de mejor infraestructura (GADP Inés Arango, 2015, p. 81).

- *Acceso a la Educación*

Un tercio de la población tiene acceso a la educación, lo que provoca que más de la mitad de la población abandone este servicio. Se determinó que la mayoría de estos casos se deben a actividades realizadas por los ciudadanos para las cuales no contaban con un mecanismo para movilizarse y conectarse con las instituciones educativas, las que actualmente existen también son muy escasas y con una infraestructura deficiente, la infraestructura es muy deficiente, esto es uno de los principales problemas que la población requiere mejorar para poder moverse correctamente (GADP Inés Arango, 2015, p. 82).

3.1.4. *Componente económico productivo*

- *Trabajo y Empleo*

La década de 1970 es considerada como la más importante en cuanto a la conducta de la estructura económica y el uso de la mano de obra, debido al fenómeno petrolero, causante de una serie de sucesos con impactos explicativos en el medio ambiente nacional, y que afectó desarrollo del mercado laboral de dos maneras diferentes: primero, por el aumento repentino de los ingresos tributarios y en volúmenes inusuales, que permitieron la ejecución de proyectos que hasta ahora estaban paralizados por la escasez de recursos que impedían su ejecución, las infraestructuras educativas, de salud y de interés social fueron luego implementadas o aún en estudio, pero desarrollaron la demanda de mano de obra. La segunda manera, debido a que el clima de satisfacción y prosperidad aumentó las expectativas en los negocios, incrementándose en consecuencia líneas de acción que solicitaban inversión. Ambas situaciones aumentan la demanda, especialmente de trabajadores con determinadas cualificaciones. Sin embargo, gran parte de esta demanda no puede ser atendida debido a que la demanda de mano de obra especializada es mayor a la demanda que se puede encontrar en el mercado interno, donde la importación de mano de obra es una alternativa para compensar este desequilibrio, cabe señalar que nos referimos a niveles educativos superiores (GADP Inés Arango, 2015, p. 62).

- *Relación entre sectores económicos: primario, secundario, terciario vs población económicamente activa vinculada a cada uno de ellos*

Respecto a la relación entre sectores económicos con la población económicamente activa (PEA), se observa que, en el año 2010, la ocupación preferente de los habitantes se hallaba en el sector primario, dedicado el 55,65% a las actividades agropecuarias afines, seguido del sector de servicios (enseñanza) y comercio con el 7,12%. Con relación a la población dedicada al sector secundario es inferior (1,38%); lo que significa que el modelo de desarrollo actual no es deseado,

al ser este sector el industrial y el eje en el cual está basado el nuevo modelo económico nacional, mediante el cambio de la matriz productiva (GADP Inés Arango, 2015, p. 68).

- *Principales actividades económico productivas del territorio (manufactura, comercio, agropecuario, piscícola, etc.) según ocupación por PEA.*

La principal actividad económica de la parroquia de Inés Arango se consolidó en la producción agropecuaria, donde no se buscaba la especialización en un determinado tipo de producto, ventaja importante dado el precio del producto, la agricultura es siempre cambiante, es importante señalar que esta actividad se desarrolla en pequeños y medianos establecimientos productivos y fincas. No obstante, la producción está concentrada principalmente en productos como el maíz, cacao, café, arroz, plátano y yuca, que se mejora con la ganadería mayor y menor porcina, además de una incipiente actividad avícola doméstica. El comercio también destaca como actividad económica secundaria, ya que su situación geográfica le permite ser el centro de dotación e intercambio de explícitos productos puestos en el mercado dentro del territorio. En el territorio de la parroquia existe un solo tipo de actividad industrial que se define por el sector petrolero, cabe marcar que también se hace referencia a aquellas transformaciones generadas indirectamente por el tipo de acción extractiva petrolera involucrada. Es factible observar que el dinamismo industrial no existe en el territorio, una de las esenciales razones es la nula inversión debido al poco fomento de un adecuado “clima de negocios”; sin que se hayan desarrollado actividades conexas de servicio, que consigan sustentar dicha actividad servicios de catering, elaboración de uniformes, trabajos de construcción que es menester de este tipo de industrias.

- *Flujos desplazamientos entre los poblados, las zonas de actividad económica*

Los motivos de desplazamiento que son más frecuentes en la parroquia se presentan por trabajo, negocios, educación, compras, trámites y turismo. Siendo el principal componente la comercialización de productos agropecuarios (GADP Inés Arango, 2015, p. 90).

3.1.5. Componente político (Estructura organizativa de la Comunidad)

- *Sectores Sociales*

Los sectores sociales han mantenido una débil participación y han expuesto falta de interés en las medidas y gestiones del GAD Parroquial ante los gobiernos locales, entes gubernamentales y ONGs, pues su relación se ha orientado a temas muy puntuales y no trascendentales. La gestión del GAD parroquial recientemente ha estado orientada a trabajar y atender las demandas de las comunidades en el régimen de sus sucesos económicos, básicamente en bienes y servicios, mejoramiento de instalaciones educativas, etc. (GADP Inés Arango, 2015, p. 97).

- *Participación Ciudadana*

En cuanto tiene relación con la participación ciudadana en la toma de decisiones para promover un desarrollo armónico y planificado al interior del territorio, el GAD Parroquial si ha realizado convocatorias a participar en eventos de difusión, capacitación y estructuración del POA parroquial, cantonal y provincial a los grupos sociales, especialmente en el tema del PDOT por ser una nueva herramienta de planificación y ordenamiento del territorio, pese a no contar con un equipo técnico - ciudadano que encamine, evalúe y corrija el cumplimiento del método para de esta forma se pueda atender y canalizar las demandas de la comunidad, lo cual ha generado una mínima relación directa con sus ciudadanos. Cuando se evalúa la aplicación de los Mecanismos de Participación Ciudadana, se debe señalar que existe una falta total de rendición de cuentas tanto en el GAD parroquial, como en las directivas de las comunidades, lo que no ha permitido articular las demandas ciudadanas con los planes de desarrollo municipal y provincial, generándose en la ciudadanía un vacío de que sus aportaciones a la construcción del Plan no han recibido el respaldo necesario y por consiguiente la propuesta ha quedado en el papel. Sobre los componentes referidos a la información y capacitación ciudadanas, el GAD ha utilizado la comunicación directa y mediante el envío de comunicaciones para invitar a participar en reuniones de trabajo para informar sobre la gestión ejecutada (GADP Inés Arango, 2015, p. 97).

- *Capacidad de gestión con entes nacionales, provinciales y cantonales*

Para analizar la capacidad de gestión del gobierno parroquial se ha considerado el informe de labores presentado del último año 2010, el mismo ha estado situado a informar en la preparación de los procedimientos de obras anual de las dos instituciones locales esto es el municipio y el consejo provincial, los pedidos también han respondido al POA parroquial constituido con base a los intereses ostentados por cada una de las comunidades. La misión con el gobierno central a través de las Direcciones Provinciales ha estado regida a enseñar los justificativos que protegen la insuficiencia de contar con financiamiento para el cumplimiento de obra pública especialmente ante la Dirección Nacional de Servicios Educativos (DINSE), el Consejo Nacional de Discapacidades (CONADIS), el Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda (MIDUVI), el Ministerio de Salud Pública, el Ministerio de Inclusión Económica y Social, por parte de la municipalidad y el gobierno provincial, lo cual ha creado que se desaprovechen oportunidades para contar con obras y servicios que contribuyan a optimizar la calidad de vida de sus habitantes. Producto de esta gestión se encuentra el mejoramiento de la infraestructura educativa, el funcionamiento del UPC, los Centros de Desarrollo Infantil, el Info-centro, el centro de salud, etc. (GADP Inés Arango, 2015, p. 97).

- *Mercado de capitales y financiación de las inversiones*

De hecho, la formación de una red de mercado en los territorios aledaños a la parroquia de Inés Arango tiene una estrecha relación con la capital del estado y la provincia de Francisco de

Orellana, lo que significa que la alineación de una red productiva forja una ventaja tanto en términos de posición en relación con otras provincias y en la región nororiental. La concentración de actividades agropecuarias y comerciales entre los mismos actores surge también en relación con la definición de nuevas alternativas productivas. Esta situación no ha frenado el impulso de la mayoría de la población por mejorar la producción y lograr una mayor aptitud, reducir costos eliminando intermediarios y aumentar los ingresos de los productores, por la misma razón expuesta (GADP Inés Arango, 2015, pp. 98-99).

La gestión territorial de la administración parroquial, no ha incidido en el desarrollo ni en el ordenamiento territorial y por tanto no ha contribuido plenamente al logro del progreso o buen vivir. Se detecta una limitada capacidad para desafiar los compromisos de gestión, que otorga la Constitución a través de las nuevas capacidades. Las labores e inversiones realizadas no han formado el progreso esperado, pese al compromiso adquirido. No se ha aprovechado la sinergia de técnicas de los territorios circunvecinos. No se ha logrado articular las relaciones con las parroquias vecinas, en la búsqueda de programas y proyectos de manejo mancomunado. Muchas veces provocado por la poca capacidad técnica de las que sufren las parroquias aledañas. Se ha mantenido una tendencia de gestión que se caracteriza por adoptar decisiones, relacionadas con el desarrollo y el ordenamiento territorial, de manera coyuntural y no sistémica (GADP Inés Arango, 2015, pp. 38-39).

3.1.6. *Atractivos Turísticos*

- Análisis de la Comunidad Huaorani DIKAPARE

La Comunidad Huaorani DIKAPARE se analizó por elementos que están estructurados de la siguiente manera:

- Recursos turísticos: La Comunidad Huaorani DIKAPARE cuenta con servicios turísticos hacen referencia a los establecimientos que realizan cualquier tipo de actividad que pueda satisfacer las necesidades de los visitantes, como, por ejemplo: cascada, senderos, flora y fauna nativa del lugar, entre otros.
- Infraestructura: Dentro de los componentes físicos que posee la Comunidad Huaorani DIKAPARE está 1 cabaña para realizar camping al aire libre, un ambiente en contacto con la naturaleza, pero la otra opción es que también cuenta con instalaciones de descanso en la casa del presidente Franklin.
- Servicios turísticos ofertados: En este centro turístico se ofrece servicios de hospedaje, servicios de alimentación con gastronomía típica de la zona, servicios de guianza con recorridos por los senderos rodeados de la flora y fauna nativa, música Huaorani, diversidad

de artesanías, el mirador, cascadas sagradas, montañas es su estado natural, medicinas ancestrales y en las noches se puede disfrutar una fogata acompañado de grandes sabios y cuentos ancestrales, historias alucinantes de un pueblo invencible.



Figura 1-3: Comunidad Huaorani DIKAPARE

Realizado por: Cahuiya Franklin, 2022.

3.2. Establecer estrategias para el desarrollo del turismo comunitario en la Comunidad Huaorani DIKAPARE, a través de un análisis interno y externo para fortalecer y reactivar el turismo en la Comunidad

3.2.1. Análisis FODA

Tabla 1-3: Matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA)

FODA- Estrategias para la Comunidad Huaorani DIKAPARE.	
FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
<p>F1: Diversidad de atractivos naturales (cascada, ríos, senderos, observación de flora y fauna).</p> <p>F2: Diversidad de atractivos culturales (artesanías).</p> <p>F3: Tradiciones y costumbres de la cultura Huaorani DIKAPARE</p> <p>F4: Turismo vivencial</p> <p>F5: La Comunidad cuenta con diversidad de recursos hídricos dentro y en los alrededores del lugar.</p> <p>F6: Producto diferenciador.</p> <p>F7: Nuevas inversiones en infraestructura.</p> <p>F8: Belleza escénica del lugar</p> <p>F9: Habilidad, creatividad y amor al trabajo.</p> <p>F10: Ofrecen una recreación sana.</p> <p>F11: Variedad de productos propios del lugar.</p> <p>F12: Conservación de técnicas gastronómicas ancestrales.</p> <p>F13: Organización comunitaria (mingas y asambleas).</p>	<p>D1: Problemas organizacionales</p> <p>D2: Poco interés en el ámbito turístico y escaso mantenimiento de la infraestructura</p> <p>D3: Insuficiente promoción e información turística del lugar</p> <p>D4: Escasa infraestructura turística en cuanto a senderos y señalética.</p> <p>D5: Falta de adecuación de la infraestructura y vías para llegar a las Comunidad.</p> <p>D6: Escasa señalización de proximidad hacia la Comunidad Huaorani DIKAPARE.</p> <p>D7: Falta de gestión por parte del comité pro mejoras de la Comunidad para instaurar asociaciones institucionales para el desarrollo del turismo.</p> <p>D8: Producto poco conocido y definido.</p> <p>D9: Elevado costo del paquete turístico nacional.</p> <p>D10: No se lleva un registro del número de turistas que ingresan a la Comunidad</p> <p>D11: Falta de promoción turística y publicidad.</p> <p>D12: Pocos recursos económicos</p>
OPORTUNIDADES (O)	AMENAZAS (A)
<p>O1: Apoyo del GAD provincial</p> <p>O2: Apoyo del MINTUR</p> <p>O5: Apoyo crediticio para programas de desarrollo de turismo comunitario.</p> <p>O7: Nuevas tendencias en la demanda.</p> <p>O8: Todos los atractivos turísticos sean conocidos por los turistas.</p> <p>O9: Capacitaciones por parte del Ministerio de Turismo, la ESPOCH y apoyo de empresas.</p>	<p>A1: Competencia de emprendimientos turísticos cercanos al lugar.</p> <p>A2: Contaminación o riesgo de petróleo por parte de las compañías cercanas al centro turístico.</p> <p>A3: Crisis sanitaria provocada por el COVID-19</p> <p>A4: Deficiencia en la coordinación y colaboración.</p> <p>A5: Poca afluencia de turistas en la zona.</p>

A6: Desinterés y falta de apoyo y orientación en trámites legales por parte de las entidades gubernamentales para el aporte turístico.

Realizado por: Armijos, Erika, 2022.

3.2.2. Análisis FODA Estratégico

Tabla 2-3: FODA Estratégico

ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (DO)
<ul style="list-style-type: none"> - Establecer lasos de relación entre las autoridades pertinentes que promuevan el desarrollo turístico de la provincia para potenciar las fortalezas de la Comunidad Huaorani DIKAPARE. - Implementar actividades recreativas que hagan uso principalmente de los recursos naturales que posee la Comunidad con la colaboración de los pobladores para incentivar el turismo dentro del lugar debido a la alta demanda de visitantes que gustan aprovechar de sectores con alta biodiversidad. - Capacitar a los pobladores de la Comunidad sobre el turismo y la ejecución de convenios con instituciones públicas y privadas para el desarrollo del sector turístico, identificando así la gestión a realizarse y los beneficios a obtenerse durante su proceso. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tratar de crear un convenio con el GADPO y ESPOCH para que se genere un plan de capacitación en atención al visitante para mejorar sus servicios. - Zonificar el área turística destinada al ámbito turístico mediante la implementación de senderos y señalética adecuada para mitigar la destrucción de los recursos naturales ocasionada por la expansión de la frontera petrolera, mediante la colaboración de los pobladores de la Comunidad Huaorani DIKAPARE. - Dar a conocer a los pobladores de la Comunidad el valor natural y cultural de los recursos dentro del territorio, mediante la ejecución de charlas educativas y de estrategias a aplicarse en caso de que algún atractivo se encuentre afectado por fenómenos naturales y humanos.
ESTRATEGIAS (FA)	ESTRATEGIAS (DA)
<ul style="list-style-type: none"> - Identificar las actividades a realizar dentro de la Comunidad, que estarían inmersas en el turismo mediante una visita previa para la evaluación de las actividades que se desarrollan y la factibilidad para ser realizadas de manera segura, debido a que actualmente existe una alta demanda de turistas que gustan ser parte de las actividades cotidianas de las poblaciones rurales y lograr así experimentar un turismo vivencial. - Gestionar que el departamento de gestión vial del gobierno provincial de Francisco de Orellana destine un presupuesto para el mantenimiento general de las vías de la Comunidad a través de la gestión de la directiva de la Comunidad Huaorani DIKAPARE y la colaboración local con la finalidad de mantener el estado actual de la vía de primer orden. 	<ul style="list-style-type: none"> - Proponer conversatorios en la Comunidad Huaorani DIKAPARE como una alternativa importante para realizar paquetes turísticos atrayente que abarque servicios, recursos naturales, culturales y actividades recreativas a bajo costo para los visitantes nacionales y una adecuada promoción con la finalidad de incrementar la demanda dentro del lugar. - Adecuar la infraestructura interna de la Comunidad mediante la ejecución de mingas comunitarias por parte de los pobladores con la finalidad de que el lugar sea accesible para los visitantes que desean ejecutar la actividad turística dentro del lugar para que pueda cumplir con todas las expectativas.

Realizado por: Armijos, Erika, 2022.

3.2.3. Análisis marketing mix (Producto, Precio, Plaza, Promoción)

3.2.3.1. Análisis marketing mix turístico para la Comunidad Huaorani DIKAPARE

Tabla 3-3: Análisis marketing mix

PRODUCTO	PRECIO
Dentro de la Comunidad ya se ofrece diferentes servicios turísticos para el disfrute de los visitantes como: - Atractivos Naturales: Cascada sagrada, Observación de Flora y Fauna, Medicina Ancestral, etc. - Atractivos Culturales: Arte, Vestimenta, Artesanías, Gastronomía, Alojamiento, etc.	- Turistas internacionales \$ 200 o más - Turistas nacionales \$180 - Personalizado \$100
PLAZA	PROMOCIÓN
La Comunidad Huaorani DIKAPARE se encuentra ubicado en la provincia de Orellana en el cantón Francisco de Orellana, en la parroquia Inés Arango. La ubicación de la localidad turística se convierte en una ventaja competitiva, debido que se sitúa en el área rural de la ciudad, facilita el contacto directo con la naturaleza ya que el canal de distribución por el que están dando a conocer el producto para que ingresen los turistas a consumir es de forma directa e indirecta.	La promoción que ellos están realizando para que el producto se venda, es que utiliza el Couchsurfing, es una aplicación para rentar el hospedaje de viajeros del mundo y mediante amigos turistas que pasan la voz.

Realizado por: Armijos, Erika, 2022.

3.3. Resultados obtenidos de la investigación

Después de haber aplicado las encuestas a turistas nacionales e internacionales y la entrevista realizada al presidente de la comunidad Huaorani DIKAPARE y a un técnico de turismo del GAPO se rescata lo siguiente.

3.3.1. Análisis de las encuestas

El objetivo de aplicar las encuestas fue conocer el criterio de los turistas tanto nacionales como internacionales en el Cantón Francisco de Orellana acerca del Plan Estratégico para fomentar el

turismo en la Comunidad Huaorani DIKAPARE y las recomendaciones de los diferentes atractivos que cuenta.

Pregunta 1. Género

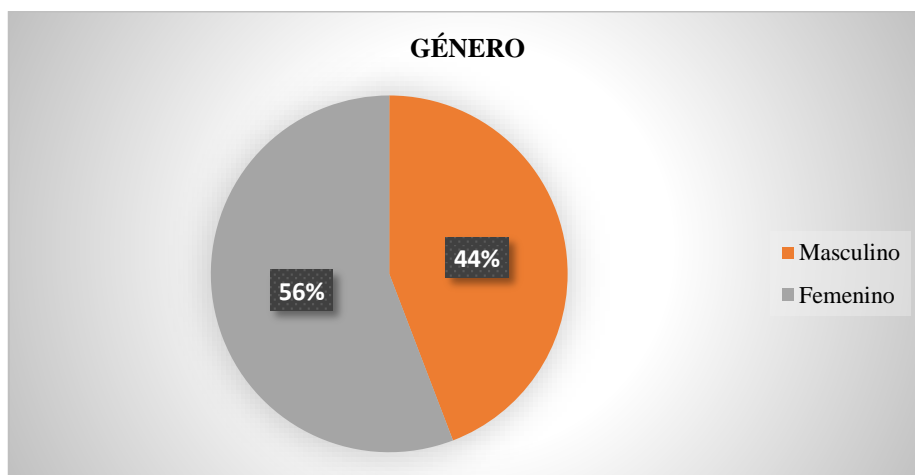


Gráfico 1-3: Porcentaje género de los encuestados

Realizado por: Armijos, Erika, 2022.

Análisis e interpretación:

De acuerdo a los resultados establecidos en el gráfico, se determinó que las personas encuestadas tanto turistas nacionales como internacionales en su mayoría son del género Femenino. Esto se debe, que al momento de aplicar las encuestas quienes presentaron mejor voluntad, predisposición y colaboración fueron las personas turistas del género femenino.

Pregunta 2. Edad de los encuestados

Tabla 8-3: Edad de los encuestados

Nro.	Edad	Número de personas	Porcentaje
1	15 – 20 años	18	21%
2	21 – 30 años	23	26%
3	31 – 40 años	29	33%
4	41 – 50 años	14	16%
5	Más de 51 años en adelante	3	4%
	TOTAL	87	100%

Realizado por: Armijos, Erika, 2022.

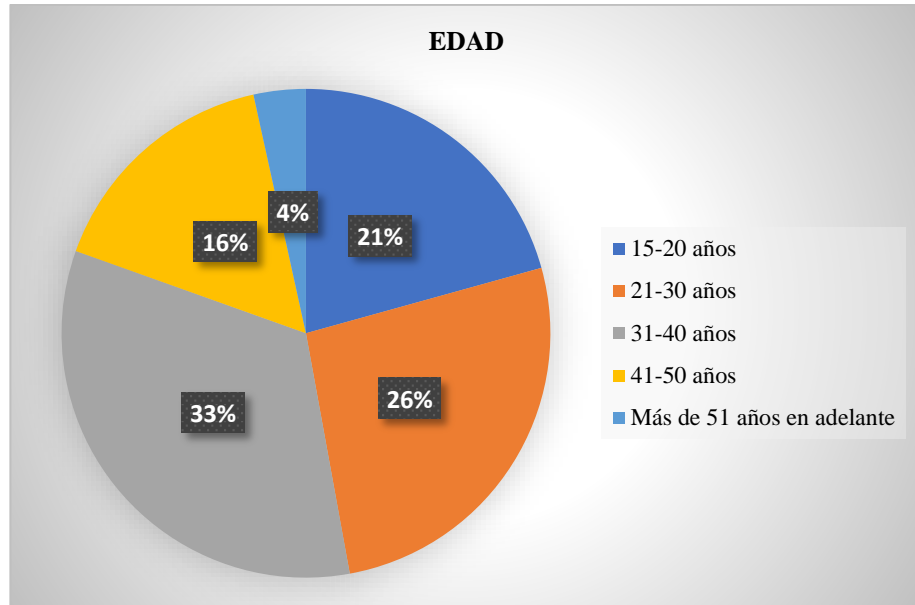


Gráfico 2-3: Porcentaje edad de los encuestados

Realizado por: Armijos, Erika, 2022.

Análisis e interpretación:

De acuerdo a los resultados establecidos, el gráfico interpreta que la mayoría de las personas encuestadas tiene un rango de edad entre 31 a 40 años; luego le sigue un rango de edad entre 21 a 30 años; prosigue un rango de edad de 15 a 20 años; luego le sigue un rango de edad de 41 a 50 años y las personas mayores de 51 años en adelante es el mínimo, esto significa que turistas acuden a los diferentes sitios turísticos son adultos jóvenes. Estos resultados se deben ya que, a la edad de 31 a 40 años tienen mayor independencia para tomar decisiones y realizar acciones que les permita descubrir aventuras y nuevas experiencias en sus vidas.

Pregunta 4. Lugar de procedencia

Tabla 5-3: Lugar de procedencia

Nro.	Lugar de procedencia	Número de personas	Porcentaje
1	Manabí	5	6%
2	Guayas	4	5%
3	Santo Domingo	5	6%
4	Azuay	7	9%
5	Bolivar	2	2%
6	Cotopaxi	5	6%
7	Chimborazo	10	12%
8	Loja	3	4%
9	Pichincha	11	13%
10	Napo	9	11%
11	Sucumbíos	7	9%
12	Orellana	14	17%
13	Extranjeros	5	5%
	TOTAL	87	100%

Realizado por: Armijos Erika, 2022.

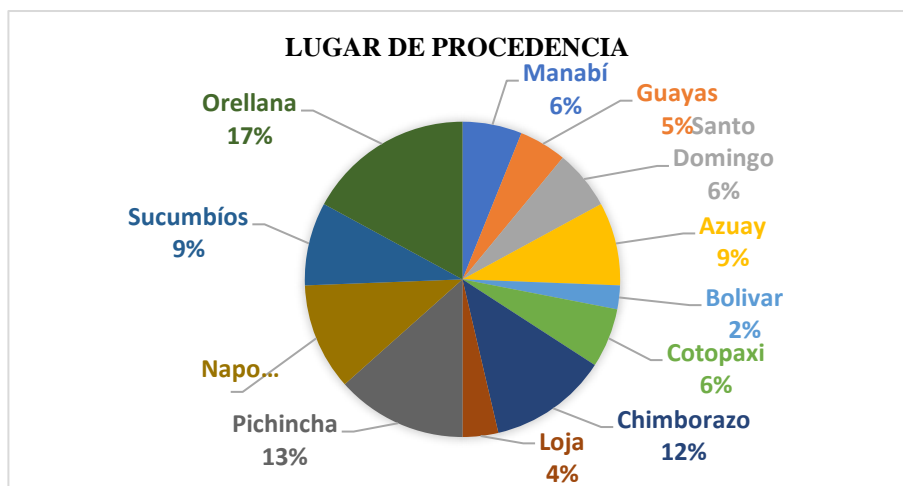


Gráfico 3-3: Porcentaje lugar de procedencia (nacionales)

Realizado por: Armijos, Erika, 2022.

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos de las personas encuestadas son de procedencia nacional. Este resultado se genera porque se aplicó las encuestas a turistas nacionales, quienes visitaron el cantón Francisco de Orellana, el gráfico procede que la mayoría de los encuestados son de Orellana, Napo, Chimborazo y Pichincha, y menos de una cuarta parte proceden de Azuay, Sucumbíos, Cotopaxi y Santo Domingo y como minoría se encuentra Manabí, Loja, Guayas, y Bolívar. Se

determina y es evidente que la mayoría de las personas encuestadas son de la provincia de Orellana, Napo y Pichincha. Esto se debe a que una de estas provincias que cuenta con una población grande como es Pichincha beneficiaria la visita de la Comunidad Huaorani DIKAPARE.

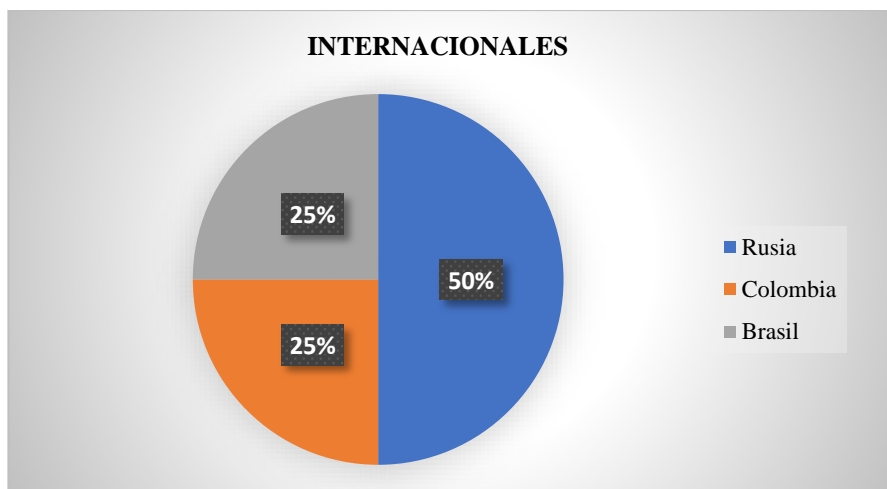


Gráfico 4-3: Porcentaje lugar de procedencia (internacionales)

Realizado por: Armijos, Erika, 2022.

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos de las personas encuestadas a turistas nacionales en su mayoría esta Rusia y minoría Colombia y Brasil. Por ende, es importante el mercado internacional para trabajar de una manera estratégica en la captación de los turistas.

Pregunta 4. ¿A qué se dedica el encuestado?

Tabla 6-3: Ocupación del encuestado

Nro.	Ocupación del encuestado	Número de personas	Porcentaje
1	Estudiante	15	18%
2	Comerciante	2	4%
3	Ama de casa	19	19%
4	Profesional	24	30%
5	Desempleado	15	15%
6	Otros	12	14%
	TOTAL	87	100%

Realizado por: Armijos, Erika, 2022.

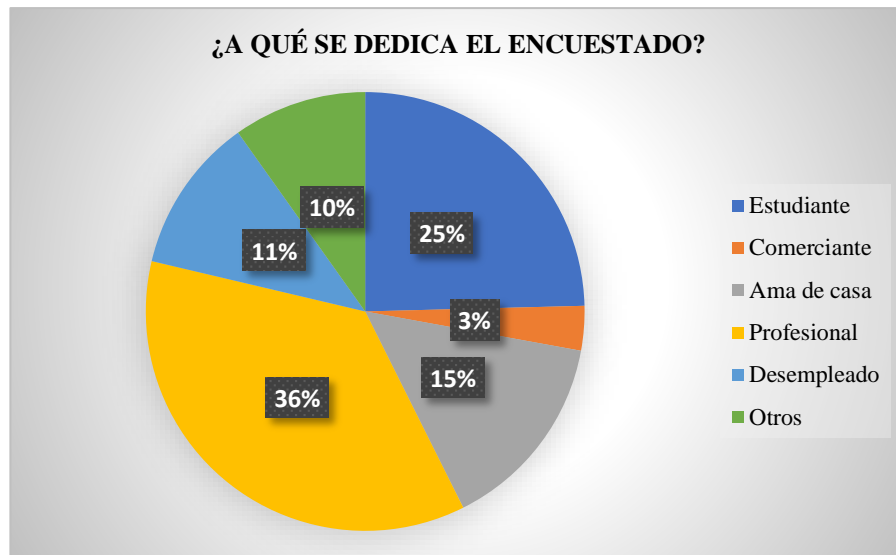


Gráfico 5-3: Porcentaje ocupación del encuestado

Realizado por: Armijos, Erika, 2022.

Análisis e interpretación:

En la gráfica se observa que la mayoría de los turistas encuestados; el 36% son profesionales los cuales tienen un ingreso económico por lo cual se debe dar la posibilidad de dirigir el producto que está ofertando la Comunidad Huaorani DIKAPARE a este segmento de mercado. Esto es debido a que los encuestados profesionales cuentan con una fuente de ingreso económico, debido a que trabajan y reciben un salario, a excepción del comerciante que cuenta con un porcentaje considerablemente bajo.

Pregunta 5. ¿Conoce usted la Comunidad Huaorani DIKAPARE?

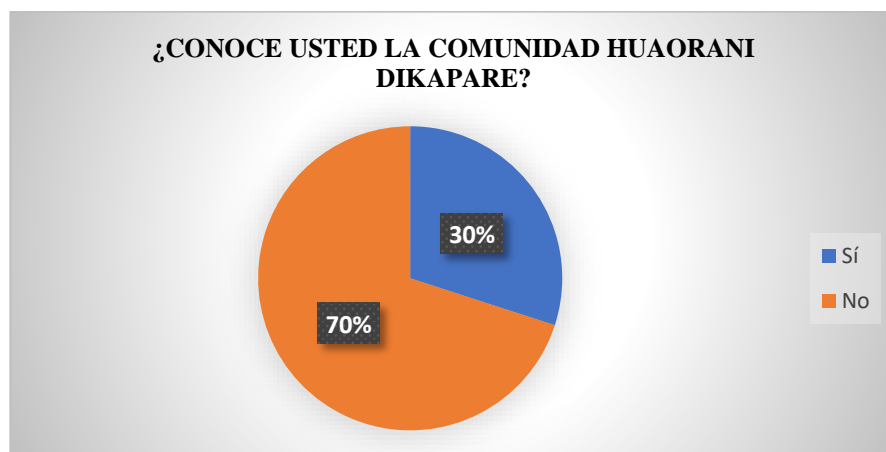


Gráfico 6-3: Porcentaje conoce la Comunidad Huaorani DIKAPARE

Realizado por: Armijos, Erika, 2022.

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos de las personas encuestadas, en su mayoría no conocen la Comunidad Huaorani DIKAPARE. Esto determina que no son de aquí del Cantón de Francisco de Orellana, es decir que por ser turistas nacionales y turistas extranjeros no conocen la Comunidad y por ende el porcentaje bajo.

Pregunta 6. Si la respuesta 2 fue afirmativa conteste la siguiente pregunta ¿Cuántas veces usted ha visitado la Comunidad Huaorani DIKAPARE?

Tabla 7-3: Veces que ha visitado la Comunidad Huaorani DIKAPARE

Nro.	Veces de visita a la Comunidad	Número de personas	Porcentaje
1	1-2 Veces	9	82%
2	2-3 Veces	4	5%
3	3-4 Veces	0	0%
4	4-5 Veces	0	0%
5	5 o Más	0	0%
	TOTAL	13	100%

Realizado por: Armijos, Erika, 2022.

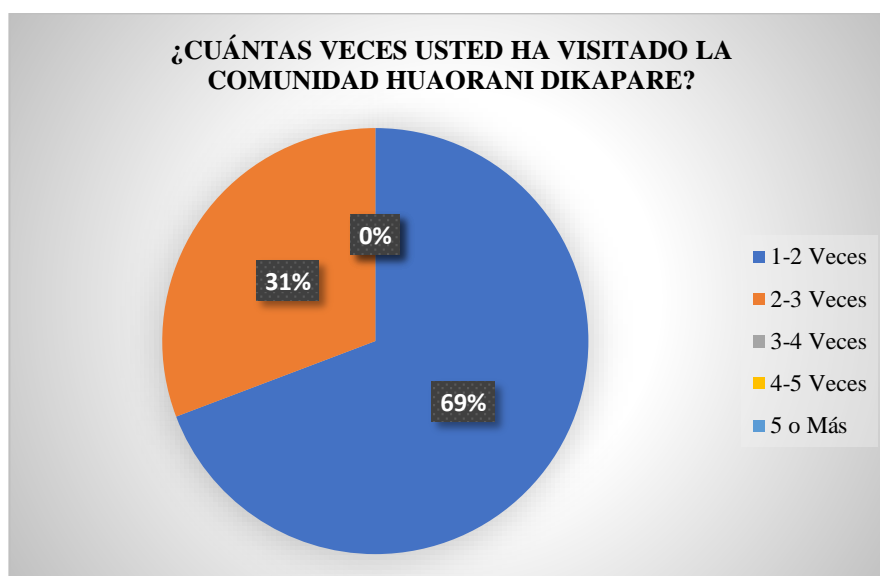


Gráfico 7-3: Porcentaje de visita a la Comunidad Huaorani DIKAPARE

Realizado por: Armijos, Erika, 2022.

Análisis e interpretación:

Una vez analizadas las respuestas del gráfico, se afirmó que la mayoría de los encuestados no ha visitado la Comunidad, se entiende que desconocen el lugar, debido a que las encuestas realizadas fueron a turistas tanto nacionales e internacionales.

Pregunta 7. ¿Cuál es el motivo por la que realizaría el turista la visita a la Comunidad Huaorani DIKAPARE?

Tabla 8-3: Motivo que realizaría el turista la visita a la Comunidad

Nro.	Motivo por la que realizaría el turista la visita a la Comunidad	Número de personas	Porcentaje
1	Trabajo	9	10%
2	Ocio/tiempo libre	36	40%
3	Estudio	9	10%
4	Investigaciones	20	25%
5	Salud	7	8%
6	Otros	6	7%
	TOTAL	87	100%

Realizado por: Armijos, Erika, 2022.



Gráfico 8-3: Porcentaje que realizaría el turista la visita a la Comunidad

Realizado por: Armijos, Erika, 2022.

Análisis e interpretación:

En la gráfica se observa, que la mayoría de los turistas encuestados por la que realizarían la visita a la Comunidad Huaorani DIKAPARE, lo ejecutaría por Ocio/tiempo libre y con una minoría, lo realizan otros. Esto quiere decir que la Comunidad tiene potencial turístico y se podría generar nuevas alternativas de actividades turísticas para de esta manera ofrecer una mejor calidad de servicio al visitante, ya que son actividades de ocio dedicadas al aire libre, a menudo en entornos naturales fuera de la ciudad, con el propósito de encontrar paz en la naturaleza, disfrutar de la vida y relajarse.

Pregunta 8. ¿En qué época realizaría la visita a la Comunidad Huaorani DIKAPARE?

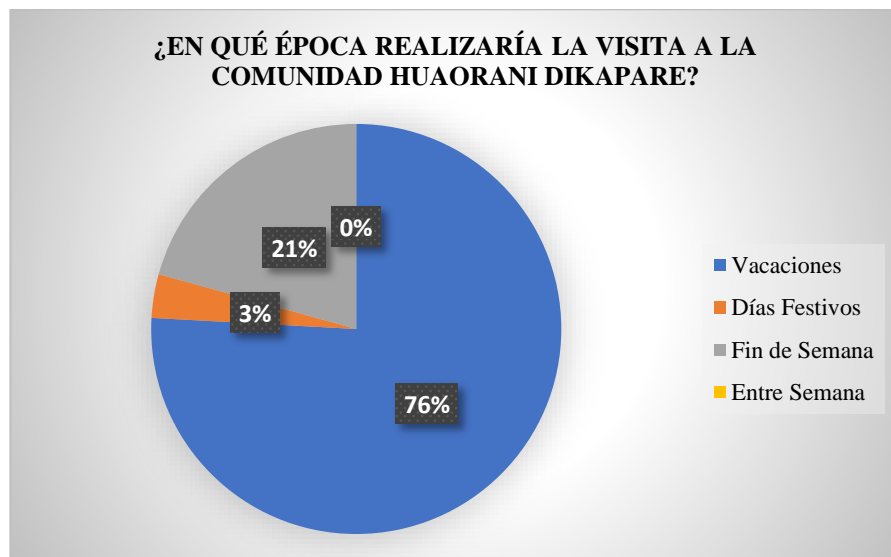


Gráfico 9-3: Porcentaje época que realizaría la visita a la Comunidad

Realizado por: Armijos, Erika, 2022.

Análisis e interpretación:

De acuerdo a los resultados establecidos en el gráfico, se determina que el mayor porcentaje de turistas encuestados, visitarían la Comunidad en días vacacionales y como minoría visitarían entre semana. Estos resultados se deben a que la mayoría realizaría la visita en vacaciones por motivos únicos ya que es natural la necesidad del estrés por el trabajo monótono del día a día, donde se percibe con mayor intención de visitar lugares, por ende, aumentara su productividad, al estar en contacto con la naturaleza y relajarte. Y esto es positivo para la Comunidad Huaorani DIKAPARE.

Pregunta 9. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por recibir un paquete turístico (1-3 días, compartir las maravillas de la naturaleza y su mágica cultura “Huaorani, Shuar” donde incluye transporte, estadía, gastronomía tradicional, medicina ancestral, cascadas sagradas, montañas en su estado natural y el gran ceibo, el mirador del atardecer, saladeros, senderos, flora y fauna, diversidad de artesanías, música Huaorani y en la noche se puede disfrutar de una fogata acompañado de grandes sabios y cuentos ancestrales,) para la comunidad Huaorani DIKAPARE?

Tabla 9-3: ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por recibir un paquete turístico?

Nro.	Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por recibir un paquete turístico	Número de personas	Porcentaje
1	\$150	58	67%
2	\$180	21	24%
3	\$200	8	9%
4	\$250	0	0%
5	\$300	0	0%
6	O más	0	0%
	TOTAL	87	100%

Realizado por: Armijos, Erika, 2022.



Gráfico 10-3: Porcentaje de dinero

Realizado por: Armijos, Erika, 2022.

Análisis e interpretación:

De acuerdo a los resultados establecidos en el gráfico, se determina que el mayor porcentaje de turistas encuestados, estarían dispuesto a pagar por recibir un paquete turístico la cantidad de \$150 y con un mínimo de porcentaje \$200. Esto se determina que los encuestados hoy en día, optan por un paquete económico.

Pregunta 10. ¿Qué actividades turísticas le gustaría realizar en la Comunidad Huaorani DIKAPARE?

Tabla 10-3: Actividades turísticas le gustaría realizar en la Comunidad Huaorani DIKAPARE?

Nro.	Actividades turísticas le gustaría realizar en la Comunidad Huaorani DIKAPARE	Número de personas	Porcentaje
1	Visitar áreas naturales	10	13%
2	Visitar el río natural	9	10%
3	Visitar la cascada	18	21%
4	Visitar los saladeros	14	16%
5	Realizar rituales ancestrales	6	7%
6	Turismo vivencial	4	5%
7	Senderismo	11	13%
8	Observación de flora y fauna	10	11%
9	Observar el mirador	5	6%
10	Otros	0	0%
	TOTAL	87	100%

Realizado por: Armijos, Erika, 2022.

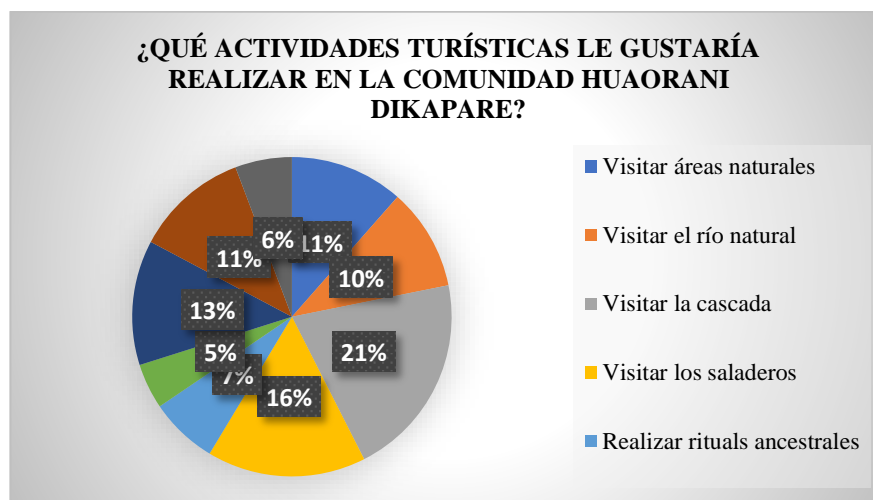


Gráfico 11-3: Porcentaje de actividades turísticas que le gustaría realizar

Realizado por: Armijos, Erika, 2022.

Análisis e interpretación:

De acuerdo a los resultados establecidos en el gráfico, se determina que el mayor porcentaje es visitar la cascada y como mínimo porcentaje es realizar rituales ancestrales. Estos resultados se deben ya que cuenta con recursos tanto naturales como culturales donde se puede realizar un sin número de actividades. Esto se determina que los encuestados hoy en día realmente quieren respirar aire puro al realizar la visita y hacer uso de la cascada, libre de contaminación, donde todo tu cuerpo se beneficiará de ese aire limpio que entra por los pulmones, a medida que pasen los días rodeados de un ambiente natural, el cuerpo producirá más glóbulos rojos, lo que mejorará la condición física en general.

Pregunta 11. ¿Cuáles son sus sugerencias para mejorar los servicios turísticos en la comunidad Huaorani DIKAPARE?

Tabla 11-3: Sugerencias para mejorar los servicios turísticos en la comunidad Huaorani DIKAPARE

Nro.	Sugerencias para mejorar los servicios turísticos	Número de personas	Porcentaje
1	Aseo e Higiene	15	17%
2	Seguridad	11	13%
3	Transporte/Vías	13	15%
4	Capacitaciones	24	28%
5	Gastronomía	8	9%
6	Infraestructura	14	16%
7	Otros	2	2%
	TOTAL	87	100%

Realizado por: Armijos, Erika, 2022.



Gráfico 12-3: Porcentaje de sugerencias para mejorar los servicios turísticos

Realizado por: Armijos, Erika, 2022.

Análisis e interpretación:

Para mejorar los servicios turísticos en la Comunidad Huaorani DIKAPARE, según los resultados obtenidos en el gráfico, el servicio más factible con un mayor porcentaje son las capacitaciones. Esto se debe a que mientras más estén capacitados, más aumentará la productividad y la calidad del trabajo al realizarle a un visitante o turista y mejorara la estabilidad del servicio a prestar en la localidad.

Pregunta 12. ¿Dónde le gustaría buscar información acerca de éste destino turístico?

Tabla 16-3: Información acerca de éste destino turístico

Nro.	¿Dónde le gustaría buscar información acerca de éste destino turístico?	Número de personas	Porcentaje
1	Periódicos	0	
2	Páginas Web	27	
3	Redes Sociales (WhatsApp, Facebook, Instagram, etc.)	37	
4	Guías De Viaje	0	
5	Revistas Especializadas	0	
6	Familiares Y Amigos	12	
7	Otros Viajeros	2	
8	Operadora De Turismo	9	
	TOTAL	87	100%

Realizado por: Armijos, Erika, 2022.

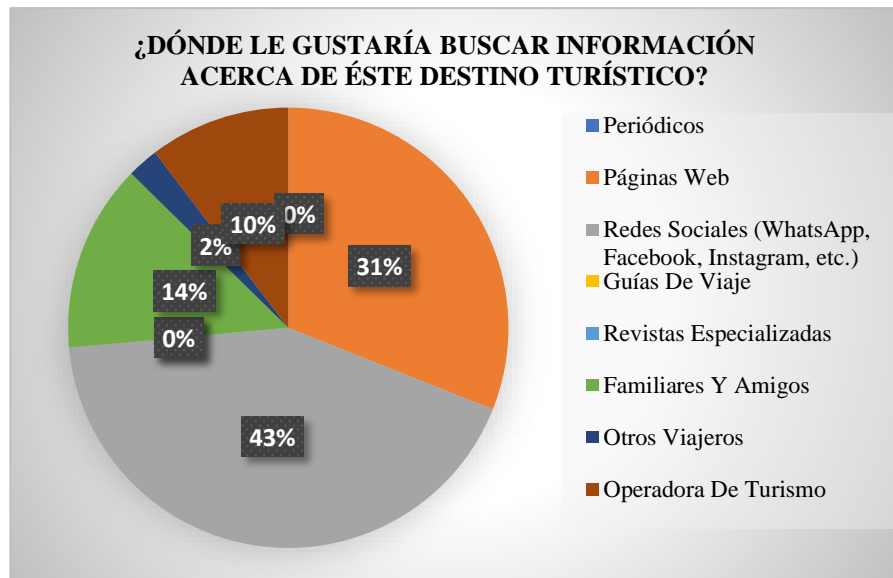


Gráfico 13-3: Porcentaje de información acerca de éste destino turístico

Realizado por: Armijos, Erika, 2022.

Análisis e interpretación:

En cuanto a las redes sociales que más utilizan los usuarios para buscar información acerca del destino turístico donde se evidencia que la mayoría utiliza Redes Sociales (WhatsApp, Facebook, Instagram, etc.). Se determina que la información debe estar direccionada a anuncios a través de estos medios y que sean publicados con afines estratégicos.

Pregunta 14. ¿Está de acuerdo en que se debe crear un plan estratégico para desarrollar el turismo en la Comunidad Huaorani DIKAPARE para mejorar la calidad de vida de la población local?

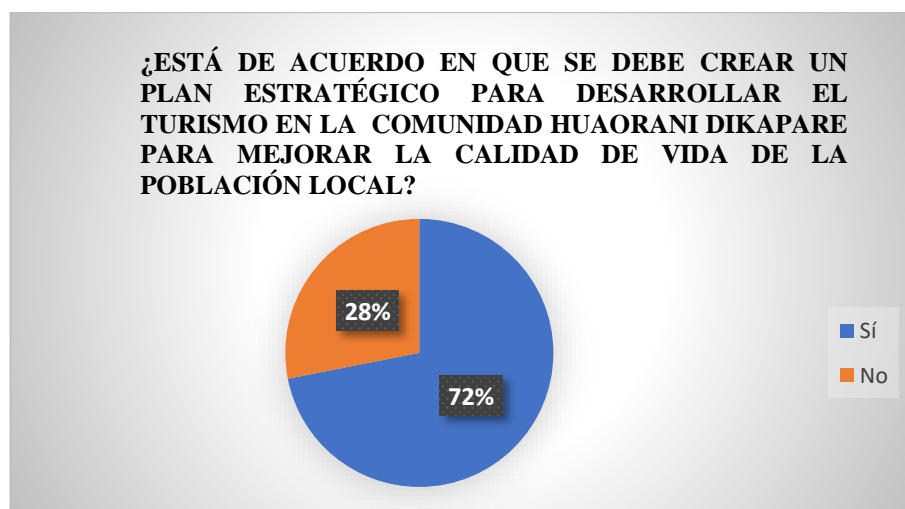


Gráfico 14-3: Porcentaje de crear un plan estratégico

Realizado por: Armijos, Erika, 2022.

Análisis e interpretación:

De acuerdo a los datos observados, se puede interpretar que la mayoría de las personas encuestadas están de acuerdo en que se debe crear un Plan Estratégico para desarrollar el turismo en la Comunidad Huaorani DIKAPARE. Estos resultados se deben a que, de la misma forma demuestran que los turistas que asisten a los diferentes sitios es donde poseen una formación y una cierta educación es allí donde refleja la importancia de este Plan Estratégico ya que ayudara a la Comunidad a que mejoren su calidad de vida de población local.

3.4. Análisis de la entrevista

3.4.1. *Entrevista realizada a las personas involucradas directamente con el sector turístico del cantón*

En cada una de las entrevistas se les hizo la misma pregunta con la finalidad de conocer sus criterios y opiniones sobre un mismo tema. La misma que fue la siguiente: Según su criterio y opinión para la elaboración del Plan Estratégico para la Comunidad Huaorani DIKAPARE.

ENTREVISTA 1

Entrevista al Ing. Rubén Suqui, Técnico del departamento de Turismo GADPO. Es encargado de gestionar la actividad turística dentro del Cantón, y realizar las visitas a las Comunidades para realizar las gestiones con entidades de relación y control sobre las actividades turísticas que se manejan dentro del Cantón.

Pregunta N° 1.- ¿Conoce usted la Comunidad Huaorani DIKAPARE?

Sí, pero no han intervenido en la Comunidad.

Pregunta N° 2.- ¿Desde su conocimiento profesional con que sugerencias ayudaría para mejorar la organización de la Comunidad Huaorani DIKAPARE?

Que sean organizados es el eje principal y una de estas ideas es la organización comunitaria, donde deben reunirse para hablar acerca de lo que les hace falta en su localidad, y después trabajar juntos para obtener el cambio, identificar problemas o metas, movilizar recurso y desarrollar e implementar estrategias para alcanzar los objetivos que quieren lograr alcanzar en la Comunidad.

Pregunta N° 3.- ¿Qué estrategias recomendaría para la elaboración del Plan Estratégico para la Comunidad?

Basándose en su conocimiento sugiere que para llevar a cabo un Plan Estratégico lo primordial es estudiar el entorno (estudio de campo) y un estudio de mercado, ya que los recursos que conserva la Comunidad, las expectativas y la fase más importante del planeamiento estratégico, es la puesta en práctica del mismo ya que esto se logra mediante el planeamiento operativo por parte de cada gerencia o área de trabajo.

Pregunta N° 4.- ¿Cree usted que es viable la elaboración de un Plan Estratégico en la Comunidad Huaorani DIKAPARE?

Si es viable la elaboración, siempre y cuando la Comunidad sea responsable para llevar a cabo el Plan Estratégico, ya que para que se lleve con éxito, deben ser competitivos y conocer la oferta y la demanda, con el objetivo principal de brindar servicios y productos caracterizados y con la calidad deseada por el turista, un estudio de demanda incluyendo entrevistas a técnicos del sector turístico, e identificar al perfil potencial de turista, ya que gracias a toda esta información, se desarrolla productos turísticos destinados a cubrir la parte de la oferta distinguida en la localidad y determinar los esquemas de calidad demandados por el mercado, para conseguir adecuar la oferta a los intereses del cliente y obtener una buena acogida en el mercado y las Alianzas Público, Privadas y Comunitarias como son las estratégicas para el desarrollo, involucrando a los actores locales en el proyecto. Trabajando de cerca con los gobiernos locales, provinciales, parroquiales y otros actores involucrados en el sector del turismo. Y realizar talleres propuestos a estos actores con el fin de concienciar sobre el turismo rural comunitario.

Pregunta N° 5.- Una vez elaborado el Plan estratégico para la Comunidad Huaorani DIKAPARE. ¿Estaría dispuesto como parte del Gobierno Provincial a apoyar con la reactivación turística de esta Comunidad?

El entrevistado dijo que si estaría dispuesto a colaborar y que trabajaría con programas de capacitación en: Cursos de atención al cliente, cursos de administración de negocios turísticos como son los paquetes, con la finalidad de que aprendan y de esta manera tengan la oportunidad de llevar a desarrollarse a la Comunidad como un eje socio-económico y turístico. Por otro lado también ayudarían a la Comunidad para que se legalice como una Comunidad turística comunitaria como es el Asesoramiento, donde ayudan a la legalización de documentos: primero les preparan, que cuenten con jerarquización de atractivos, etc. Esta enseñanza en conjunto con las comunidades, está permitiendo que las familias adquieran unos ingresos alternos a su labor, creando empleo en las comunidades especialmente entre los jóvenes y las mujeres.

Pregunta N° 6.- ¿Desde su perspectiva técnica describa cuales son los posibles inconvenientes que puedan surgir al momento de apoyar con la reactivación?

La Comunidad sea impuntual e imparcial y no ayuden con la voluntad de ser eficientes y la palabra esencial que es el apoyo de la reactivación.

Pregunta N° 7.- ¿Cuáles son los pasos clave para la elaboración del Plan Estratégico?

Conocer el entorno como en este caso es la Comunidad Huaorani DIKAPARE, Establecer la misión, visión y los valores corporativos, establecer metas y objetivos, Realizar un análisis interno y externo de la Comunidad, Definir las estrategias, Involucrar a toda el equipo de trabajo, Hacer seguimiento y los cambios necesarios que se presenten.

ENTREVISTA 2

La siguiente entrevista se la realizó al Señor Franklin Edison Vargas Cahuiya Presidente, en la cual, responde preguntas generales sobre la Comunidad Huaorani DIKAPARE y la gestión realizada desde el momento de su creación. Esta encuesta se llevó a cabo el día 19 de enero del 2022.

Pregunta N° 1.- ¿El año de creación de la Comunidad Huaorani DIKAPARE?

El año de creación fue en el año 1894

Pregunta N° 2.- ¿Qué gestión realizó para el inicio de la creación de la Comunidad?

El presidente relata que la única gestión que se hizo para que la Comunidad tenga una buena Organización es hacer reuniones mancomunadas por medio de la directiva.

Pregunta N° 3.- ¿Cuál fue el motivo o la inspiración de crear y realizar los servicios a prestar hacia los visitantes?

La inspiración fue basada por las necesidades que viven la mayoría de la familia, la cual relata que han muerto sus abuelos, tíos, hermanos por la necesidad de cuidar la naturaleza, entonces es donde le nace esta idea de ofrecer producto turístico a turistas que deseen convivir en medio de la naturaleza. El abuelo lo dejó como líder para que cuide la Comunidad y el entorno ya que es un ambiente que reciben muchos beneficios de ella como son; caza, pesca, agricultura, medicina, y finalmente una armonía extraordinaria con la madre naturaleza.

Pregunta N° 4.- ¿Cuál es la temporada o época que mayor de visitantes llegan a la Comunidad?
No cuentan con épocas de bastante demanda en algún mes en específico, ya que ellos trabajan por recomendaciones de amigos y una aplicación llamada Couldrising ya que es una publicación para promocionar a viajeros, mochileros, turistas amantes a la naturaleza entre otros.

Pregunta N° 5.- ¿Existió apoyo de instituciones para la creación de la Comunidad DIKAPARE?
Comenta que no ha existido hasta el momento, las personas que han estado presente en ayudas para contar con servicios que necesitan de suma importancia; como es el alcantarillado son a amigos que trabajan en las petroleras, no tienen apoyo de instituciones privadas ni públicas. El presidente parroquial de Inés Arango quedo en prestar ayuda desde el año 2018 y hasta el momento de hoy no se ha manifestado, ya que hay mucha corrupción en la parroquia y por ello se ha visto en la necesidad de trabajar solo con la comunidad.

Pregunta N° 6.- ¿Cuáles fueron las experiencias negativas que tuvieron dentro de la Comunidad?
Hasta la actualidad no tienen experiencias negativas, ya que son una Comunidad unida y se cuidada porque todos conforman una sola familia por pertenecer a una cultura que cuida el bienestar y ante todo por ser una de las pocas culturas que conservan su cosmovisión.

Pregunta N° 7.- ¿Cuáles son los 2 principales problemas que tiene la Comunidad?
Mejoramiento de la infraestructura (casa comunal) y problema medioambiental por parte de la empresa que se encuentra trabajando (ECUACEL).

Pregunta N° 8.- ¿En los últimos años la Comunidad ha mejorado?
Si ha mejorado tanto en el ámbito cultural como el social, igualmente las calles están bien para poder transitar, tanto las personas como los transportes pesados.

Pregunta N° 9.- ¿Los paquetes que ofertan se diferencian el nacional y el internacional en cuanto a precios?
Si se diferencian, ya que los precios para los turistas internacionales les cuestan \$180 a más e internacional hasta \$100.

Pregunta N° 10.- ¿Al año cuantos turistas llegan y el grupo máximo que ingresan?
No cuentan con registro, pero el grupo máximo que ingresan es hasta 80 personas.

3.5. Diseñar un Plan Estratégico para el desarrollo del turismo comunitario en la Comunidad Huaorani DIKAPARE, con el fin de impulsar un desarrollo socio-económico, y turístico.

3.5.1. Introducción

La importancia del turismo en la Comunidad es fomentar y fortalecer las capacidades locales para que generen beneficios para todos, dinamizar la economía, generar empleo, y revalorizar los recursos naturales y culturales locales, ya que los actores deben trabajar de forma mancomunada para la conservación y sostenibilidad de los aspectos culturales. Últimamente, los turistas demuestran un gran interés por conocer y beneficiar lugares en los cuales se observen actividades destinadas a la preservación de la cultura local (Rainforest Alliance, 2005, p. 35). Para ello el Plan Estratégico proyecta y recoge la planificación estratégica y organizativa que buscará ampliar el mercado, la fidelización de los clientes, la participación de mercado, la rentabilidad, incremento del producto, el nivel de penetración en determinados segmentos de clientes, los beneficios o márgenes a alcanzar para la Comunidad Huaorani DIKAPARE, proponiendo objetivos factibles (Guillén , 2011, p. 109).

La elaboración del Plan Estratégico se basa a través del diagnóstico obtenido mediante estrategias y ejecución a la práctica para la toma de decisiones en forma acertada y oportuna para desarrollar el turismo en la localidad, con el fin que mejore la economía, a través del lucro que percibirán por la actividad turística y hacer conocer su cultura, costumbres y actividades que realizan, contando con la colaboración de los representantes correspondientes como el GADPO y la Comunidad Huaorani DIKAPARE, ya que se establecieron estrategias para el mejoramiento de un buen servicio al cliente.

3.5.2. Objetivos

- Lograr impulsar el desarrollo socio-económico y turístico de la comunidad a través de estrategias de publicidad de penetración del mercado para lograr de esta manera promover a la mejora de la Comunidad Huaorani DIKAPARE.
- Analizar el Plan de capacitación en atención al cliente para la Comunidad Huaorani DIKAPARE.
- Diseñar un paquete turístico económico para la localidad y de esta manera lograr satisfacción en cuanto al servicio a brindar.

3.5.3. *Misión*

Promover el desarrollo turístico y formar líderes socialmente responsables que contribuyan al fortalecimiento de la Comunidad Huaorani DIKAPARE con la finalidad de ofertar productos de calidad y orientar a mejorar el servicio, mediante la aplicación de estrategias innovadoras que permitan avanzar con calidad, transparencia y responsabilidad social, ambiental y cultural, satisfaciendo las necesidades de los visitantes y brindando un mejor servicio.

3.5.4. *Visión*

A los 5 años, la Comunidad Huaorani DIKAPARE se visualiza como un centro turístico comunitario como uno de los más importantes dentro de la provincia de Orellana, que oferta productos de calidad basadas en la sostenibilidad de los recursos naturales y culturales que posee, mediante un adecuado manejo y conservación; promoviendo así el bienestar y progreso de la localidad en base al desarrollo socio-económico y turístico del sector.

3.5.5. *Estrategias para impulsar el desarrollo socio-económico y turístico.*

Estrategias para publicidad

- Implementar publicidad para dar el reconocimiento al turismo en la Comunidad y los atractivos creando fan page ya que la Comunidad Huaorani DIKAPARE no cuenta, y un rotulo para que la identificación sea más accesible para poder llegar al lugar, el tiempo establecido no mayor a 1 año, con un presupuesto de \$80,00 y los responsables como es; GADPO, GAD Parroquial Inés Arango y la Comunidad.



Figura 3-3: Fan Page de la Comunidad Huaorani DIKAPARE

Realizado por: Armijos, Erika, 2022.



Figura 3-3: Rótulo de la Comunidad Huaorani DIKAPARE

Realizado por: Armijos, Erika, 2022.

Estrategias de mejoramiento de servicios

- Tratar de crear un convenio con el GADPO y ESPOCH para que se genere un plan de capacitación en atención al visitante para mejorar sus servicios.
- Capacitar a las personas pertenecientes en la Comunidad Huaorani DIKAPARE, específicamente quienes son los involucrados en prestar servicio turístico al visitante, técnicas de guiar para mejorar el turismo comunitario como temáticas sobre el servicio al cliente, tipos de clientes, etc. Tiempo establecido 1 a 2 años con un presupuesto de 200,00 y el responsable de llevar a cabo la gestión es el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Orellana.

Estrategias de creación de nuevas líneas de productos

- La creación de nuevas líneas de producto, tiene como finalidad ofrecer un paquete turístico del servicio a brindar, a través de actividades de calidad, garantizando la satisfacción absoluta al turista. Para ello, se diseña un paquete turístico económico de un valor de \$100 en la

Comunidad, el tiempo de 1 año, donde tiene un objetivo principal, y es dar a conocer los atractivos turísticos naturales y culturales que posee la parroquia Inés Arango, en la Comunidad Huaorani DIKAPARE, para promover el desarrollo del turismo comunitario, ya que con la implementación del diseño de paquetes turísticos específicos, se pretende dar a conocer las actividades turísticas a un precio factible y a su vez lograr la satisfacción de los turistas de manera integral, donde el responsable será el Presidente Franklin Cahuiya .

Tabla 13-3: Diseño de paquete turístico nacional

**COMUNIDAD
HUAORANI
DIKAPARE**



Duración: 3 días – 2 noches

ITINERARIO

DÍA 1

08:00 Salida de del terminal viejo

10:30 Llegada a la entrada de armadillo

10:30 Coger un carro para ingresar

11:00 Llegada a la Comunidad Huaorani DIKAPARE

11:30 Cordial Bienvenida al visitante

12:00 Almuerzo platos típicos de la Comunidad

13:00 Presentación de un grupo demostrando la música y baile Huaorani.

- Explicación de la cultura y la vestimenta típica.
- Participación en la ceremonia del achiote.
- Probar la chicha.
- Recorrido por los senderos
- Actividades de recreación
- Templo ceremonial y Rituales shàmanicos

18:00 Cena

19:00 Disfrutar de una Fogata acompañado de grande sabios y cuentos ancestrales, historias alucinantes de un pueblo invencible.

20:30 Descanso.



Tarifa: \$100

DÍA 2

6:00 Desayuno Maito: La tilapia envuelta en hojas, servido con yuca, limón, y bebida jugo de naranja.

Aprendizaje de saludos en idioma Huaorani

Llevar todo el equipaje para salir a disfrutar de la naturaleza

7:30 Salida de la Comunidad Huaorani DIKAPARE a la cascada

9:00 Llegada al saladero de loros

11:00 Bajar a la cascada sagrada

12:30 Llegada a la cascada

12:30 Almuerzo

13:00 Disfrutar de la cascada

16:00 Enseñanza a la caza de animales

17:00 Pescar

18:00 Preparar la comida

19:00 Merendar

20:00 Camping en la naturaleza

Fogata en la noche e historias

21:00 Descansar

DÍA 3

6:00 Desayuno

7:30 Salida al mirador

8:30 Llegada al mirador y observar el ceibo, tomar fotos en la naturaleza y sus alrededores

10:00 Salida del mirador a observar, probar y aprender acerca de la medicina ancestral

12:00 Almuerzo

13:00 Retorno a la Comunidad Huaorani DIKAPARE

15:00 Llegada a la casa del Presidente.

15:30 Compras de artesanía

Realizar curas de buena suerte

Probar la ayahuasca

Despedida

17:30 Retorno al Coca

RECOMENDACIONES

Llevar ropa ligera, Botas de caucho, Cobijas, Cámara fotográfica, Linterna, Equipos personales, (bloqueador solar, repelente, hidratación, gorra, etc.), Productos de higiene personal, Botiquín con los remedios básicos (malestar estomacal, la gripe, el dolor de cabeza, la fiebre), Tienda de dormir, Agua.

SERVICIO QUE INCLUYE

Transporte, Alimentación, Guía, Alimentos no perecederos como enlatados y productos empacados fáciles de manipular así como una cocina a gas, ollas, y todos los implementos para cocinar los alimentos.

POLÍTICAS DE FUNCIONAMIENTO Y COMPORTAMIENTO (FORMAS DE PAGO)

El usuario deberá acatar los reglamentos y condiciones establecidas por los prestadores de servicio eximiendo a los encargados de cualquier responsabilidad derivada de su incumplimiento, cualquier servicio no utilizado voluntariamente no dará derecho a reclamación o reembolso alguno. El valor por pagar se cancelará el mismo día.

3.5.6. Conclusiones

- Una vez desarrollados todos y cada uno de los componentes que conforman el Plan Estratégico se pudo analizar la situación actual de la Comunidad Huaorani DIKAPARE, mediante estrategias propuestas como es la publicidad, donde se ha ratificado que no existe una limitada publicidad de su localidad, producidos también por causa de desorganización, por no contar con planes, y programas que permitan alcanzar un importante crecimiento en el desarrollo socio-económico y turístico en la Comunidad.
- La capacitación en la Comunidad es muy importante ya que debe entenderse como la oportunidad que se tiene para aumentar la capacidad y competitividad de una persona y de esta manera no desperdicien los recursos contextuales que les rodean.
- Mediante la creación del paquete se va a lograr un mejoramiento en el desarrollo socio-económico, ya que, se va a dar a conocer los atractivos naturales y culturales, y además disfrutan de las actividades y un especial interés en relacionarse con las personas locales, conocer sus costumbres, aprender su cultura, historia, creando de esta forma una variación de la oferta turística, según la necesidad del turista.

3.5.7. Recomendaciones

- Analizar continuamente las estrategias de servicio de la competencia para implementar tácticas que le permitan a la Comunidad Huaorani DIKAPARE encontrarse un paso delante de la competencia, a través de la proactividad de la publicidad.
- Es sumamente importante las capacitaciones que se identifiquen las necesidades reales para establecer un programa de capacitación que cumpla con los objetivos esperados y de esta manera cubra las necesidades de la Comunidad para que ellos se beneficien en su proceder diario.
- Se recomienda que se analice el paquete a ofertar ya que, el haber puesto los conocimientos adquiridos durante el desarrollo de este paquete turístico, pienso que cada uno de nosotros podemos hacer mucho por el turismo local, nacional e internacional, con eficiencia, creatividad e ideas, que se plasmaran lo aprendido en la carrera de turismo.

CONCLUSIONES

Luego de analizar e interpretar los resultados se llegó a las siguientes conclusiones:

- Se reflejó en base al primer objetivo específico que es realizar un diagnóstico situacional mediante una investigación de campo para conocer la situación actual de la Comunidad Huaorani DIKAPARE, se realizó mediante encuestas y entrevistas aplicadas para la población nacional e internacional interesados en el desarrollo turístico para conocer la situación de la localidad; lo cual aprueba la elaboración de las medidas de desarrollo turístico de acuerdo con las necesidades del centro turístico que darán sustento al tema propuesto de Investigación Curricular.
- Establecer estrategias para el desarrollo del turismo comunitario, a través de un análisis interno y externo para fortalecer y reactivar el turismo en la Comunidad, con la finalidad de ampliar el mercado, la rentabilidad, incremento del producto, mediante una tabla de resumen tanto los puntos fuertes y débiles de la localidad turística, como las amenazas y oportunidades externas, con el fin de diseñar estrategias ajustadas a la capacidad interna y llegado el caso a su visión competitiva externa de la Comunidad Huaorani DIKAPARE
- La elaboración de la propuesta del Plan Estratégico para la Comunidad Huaorani DIKAPARE, se basó en la contribución a adquirir los resultados obtenidos sobre encuestas, entrevistas y observación de campo directo, para fomentar el desarrollo socio-económico y turístico, mediante estrategias, a corto y mediano plazo para fomentar el lugar, donde ayudará a solucionar las carencias existentes en la localidad, la misma que brindara servicios y atención de calidad a los turistas que participen, y de esta manera fomentar la práctica del turismo comunitario.
- Se recomienda a las autoridades de la Parroquia Inés Arango y como del GADPO, tomar en cuenta este trabajo propuesto de Investigación Curricular como un elemento para solucionar las necesidades de la Comunidad y aprovechar el potencial turístico que está posee para motivar y alcanzar la dinamización de la economía local.

RECOMENDACIONES

Luego de culminar la presente investigación y de desarrollar cada uno de los objetivos propuestos, se consideró las siguientes recomendaciones:

- Las mejoras generadas en el presente trabajo del centro turístico son óptimas al momento de ejecutar el Plan Estratégico siendo este el mayor atractivo para los visitantes, ya que posee recursos que deben ser aprovechados para fomentar el desarrollo socio-económico y turístico de la Comunidad Huaorani DIKAPARE, ya que mediante la situación actual de la localidad nos permite diseñar los objetivos y estrategias más acordes a la problemática. Por tal razón, el contenido incorporado en este Plan Estratégico en la cual se plantea en primera instancia como es la introducción, la visión, misión, estrategias, conclusiones y recomendaciones son parte primordial del direccionamiento estratégico influyen en manera directa e indirecta al desarrollo socio-económico y turístico en la Comunidad.
- Las Comunidad Huaorani DIKAPARE son interesadas en la elaboración del Plan Estratégico, ya que, mediante el análisis del FODA desarrollado, saber cuáles son las insuficiencias de la localidad para solventarlas mediante un trabajo asociado para los programas establecidos en el Plan.
- El sustento de una elaboración de un Plan Estratégico es a través de los resultados obtenidos de la investigación, por lo que al momento de la ejecución se deberá considerar las capacitaciones, programas de desarrollo turístico a la Comunidad para que de esta manera, ellos puedan ejercer y trabajar en los aprovechamientos que tienen a sus alrededores y así ofrecer un buen servicio a los turistas.
- Es recomendable que, para las mejoras generadas en el presente trabajo, se establezca y trabaje con el Plan propuesto ya que son óptimas para la Comunidad siendo una localidad que posee recursos que deben ser aprovechados para el desarrollo socio-económico y turístico de la Comunidad Huaorani DIKAPARE.

GLOSARIO

Abstracto: El pensamiento abstracto se convierte en el instintivo inmediato y generalizado de la realidad, convirtiéndose en un proceso mental en el cual se destaca lo vital y hecho esencial de una explícita labor o experiencia (Jaramillo, y otros, p. 41).

Atractivos contemporáneos comerciales: Son temporales, creados con un fin específico normalmente para atraer visitantes y brindar distracción y entretenimiento; con el paso del tiempo requieren modernizarse, como son; los parques de diversiones (Arboleda, 2017, p. 51).

Atractivos contemporáneos no comerciales: Se crean con un desenlace cultural o de servicio y no de sugestión; además que son factibles de reconocer como son; las obras artísticas (Arboleda, 2017, p; 51).

Recursos biogeográficos: Manifestaciones de vida sobre la tierra; flora y fauna (Arboleda, 2017, p. 50).

Recursos geomorfológicos: Formados por la acción de la naturaleza durante la evolución del planeta (Arboleda, 2017, p. 50).

Actividades turísticas: Son aquellas que se produce por la relación Oferta/Demandante de bienes y servicios implantados por personas naturales o jurídicas que se dedican de modo profesional o habitual a la prestación de servicios receptivos o para-receptivos con fines a satisfacer necesidades del visitante – turista (Arboleda, 2017, p. 56).

Comunidades: Una definición sencilla y clarificadora de lo que es una comunidad puede ser: grupo de personas que comparten objetivos y opiniones comunes (Williams y Lawson, 2001). Por comunidad entendemos al conjunto de personas residentes en una región o localidad con uno o varios elementos (objetivos, antigüedad de la residencia, grupo cultural al que pertenece, vinculación personal con la actividad turística, etc.) que las caracteriza y diferencia del resto de la población residente (Cardona, 2012, p. 38).

Cosmovisión: Se trata del conjunto de creencias que permiten analizar y reconocer la realidad a partir de la propia, los sistemas religiosos, de creencias, filosóficos, políticos y otros pueden llegar a contar como cosmovisiones porque le brindan al individuo un marco dentro del cual ubicarse y generar contenido (Concepto, 2022).

Factores Económicos: Los factores económicos son muy importantes porque son el motor que impulsa las actitudes favorables hacia el desarrollo turístico (Cardona, 2012,p. 60).

Mercadeo turístico: La confluencia de la oferta de los bienes y servicios turísticos y la demanda que está interesada y motivada en adquirir (Ayovi, 2018, p. 27).

Demanda turística: El conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades (Ayovi, 2018, p. 27).

Oferta turística: El conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo (Ayovi, 2018, p. 27).

Percepciones: Las percepciones son la manera en que vemos e interpretamos las cosas y se ven afectadas por experiencias personales, valores, ideologías, costumbres y tradiciones (Altés, 1997) (Cardona, 2012, p. 42).

Producto Turístico: El producto turístico desde el punto de vista del cliente son todos los complejos servicios que el turista recibe (alojamiento, recreación, transporte y restaurantes) (Morillo,y otros, 2011, p. 150).

Satisfacción del cliente: Los consumidores buscan dos cosas al elegir entre viajes alternativos: minimizar los costes subjetivos y maximizar los ahorros percibidos, siempre en relación a una opción de referencia (Brooks, Kaufmann, y Lichtenstein, 2004). Cronin y Taylor (1992) encontraron que uno de los principales factores que influyen en la satisfacción son los servicios personales prestados. Evitar experiencias superficiales en la experiencia turística aumenta el grado de satisfacción del turista (Chías, 2005) (Cardona, 2012, p. 41).

Sistema global: Comprende los aspectos políticos, económicos, tecnológicos, socioeconómicos y socioculturales que rodean al turismo (Morillo,y otros, 2011, p. 140).

BIBLIOGRAFÍA

CAMPOVERDE, V. “Plan de Ordenamiento Territorial Turístico en la Parroquia Urbana Puerto Francisco de Orellana, Cantón Francisco de Orellana, Provincia de Orellana”. *Universidad Tecnológica Equinoccial*. [En línea] Mayo de 2015. [Citado el: 06 de 11 de 2021.] Disponible en: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/16341/1/63505_1.pdf.

CAPUZ LLERENA, D. El Turismo Comunitario Como Alternativa De Desarrollo Socio-Económico En La Parroquia Quinchicoto, Cantón Tisaleo, Provincia Tungurahua. *Universidad Técnica De Ambato*. [En línea] 2016. [Citado el: 09 de 11 de 2021.] Disponible en: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/24795/1/Capuz%20Llerena%20Danny%20P%20aul..pdf>.

OLIVARES ROJAS, MARÍA TERESA. *Atractivos Turísticos. SlidePlayer*. [En línea] 2016. [Citado el: 15 de 11 de 2021.] Disponible en: <https://slideplayer.es/slide/5635732/>.

VOGEL, MARIO HECTOR. *Qué es un Diagnóstico, 7 tipos de Diagnósticos para Cuidar su Empresa. Club Tablero De Comando*. [En línea] 2018. [Citado el: 11 de 11 de 2021.] Disponible en: <https://www.tablerodecomando.com/que-es-un-diagnostico-2/>.

ACERENZA, MIGUEL ANGEL. Reflexiones sobre la planificación del turismo en Latinoamérica. *Aportes y Transferencias*. [En línea] 1997. [Citado el: 08 de 11 de 2021.] Disponible en: <http://nulan.mdpu.edu.ar/213/1/Apo1997a1v2pp47-64.pdf>.

ALLAN, DAVID Y CORTEZ, LILIANA. Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica. *Universidad Técnica de Machala*. [En línea] 2018. [Citado el: 05 de 12 de 2021.] Disponible en: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14232/1/Cap.4-Investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf>.

ARBOLEDA, JONATHAN. “Las señales turísticas y su importancia en el desarrollo de los atractivos turísticos del cantón Mera Provincia de Pastaza”. *Universidad Técnica De Ambato*. [En línea] 2017. [Citado el: 11 de 7 de 2022.] Disponible en: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/27633/1/Jonathan%20Geovany%20Arboleda%20Escobar%201600379992.pdf>.

ARMIJOS CHAMBA, MARITZA NATHALI. *Diagnóstico Situacional Turístico De La Comunidad Las Lagunas Como Parte De La Zona De Amortiguamiento Del Bosque Protector*

Huashapamba Del Cantón Saraguro De La Provincia De Loja. Universidad Nacional De Loja. [En línea] 2012. [Citado el: 11 de 11 de 2021.] Disponible: <file:///C:/Users/HP/Downloads/tesis%20las%20lagunas.pdf>.

AYOVI, LISSETTE. Diseño de un plan de marketing turístico para el Cantón Puerto Quito, Provincia de Pichincha periodo 2017. *Escuela Superior Politécnica De Chimborazo.* [En línea] 2018. [Citado el: 11 de 7 de 2022.] <http://dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/8297/1/42T00454.pdf>.

BASTIDAS. ¿Por qué es importante La Planificación? *Dspace en ESPOL.* [En línea] 2009. [Citado el: 09 de 11 de 2021.] disponible en: https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10983/3/anexoModulo1_clase2.pdf.

BOJÓRQUEZ , MARTHA Y PÉREZ , ANTONIO. Planeación estratégica. Un pilar en la gestión empresarial. *El Buzón de Pacioli.* [En línea] 30 de Junio de 2013. [Citado el: 06 de 12 de 2021.] Disponible en: <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/81/pacioli-81.pdf>.

BONILLA, MARÍA; et al. Planificación: Tipos y Herramientas. *Universidad Fermin Toro.* [En línea] 20 de Mayo de 2006. [Citado el: 08 de 11 de 2021.] Disponible en: <https://frankmorales.webcindario.com/trabajos/tiposplani.html>.

CABRÉ, ROSER. Diseños Cuasi-Experimentales Y Longitudinales. *Departamento de Metodología de las Ciencias del Comportamiento Facultad de Psicología Universidad de Barcelona .* [En línea] 2012. [Citado el: 07 de 12 de 2021.] Disponible en: <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/30783/1/D.%20cuasi%20y%20longitudinales.pdf>.

CARDONA, JOSÉ. Actitudes de los residentes hacia el turismo en destinos turísticos consolidados: El Caso De Ibiza. *Universitat de les Iles Balears.* [En línea] 2012. [Citado el: 11 de 7 de 2022.] Disponible en: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/104266/tjrc1de1.pdf?sequence=1>.

CARVAJAL ZAMBRANO, GEMA Y LEMOINE QUINTERO, FRANK. Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente. *El periplo sustentable.* [En línea] 2018, (México) (34), pp. 164-184. [Consulta: 08 de 11 de 2021.] ISSN 1870-9036. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362018000100164.

COLINA, JUAN MANUEL DE LA. El Concepto del Producto Turístico. [En línea] [Citado el: 11 de 7 de 2022.] Disponible en: https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo_Turistico_-_LS2.2._Concepto_de_Producto_Turistico.pdf.

COBEÑA, MARÍA VERÓNICA ARROYO. Importancia del turismo para el desarrollo local de la provincia de Manabí. *Revista Electrónica Cooperación Universidad Sociedad*. [En línea] 2018, (Ecuador) 3(1), pp. 45-49. [Consulta: 11 de 11 de 2021.] ISSN 2528-8075. Disponible en: <file:///C:/Users/HP/Downloads/1284-25-3236-2-10-20180719.pdf>.

CONCEPTO. Cosmovisión. [En línea] 2022. [Citado el: 11 de 7 de 2022.] Disponible en: <https://concepto.de/cosmovision/>.

CONCEPTO DEFINICIÓN. Definición de Objetividad. *Concepto definición*. [En línea] 11 de Febrero de 2021. [Citado el: 14 de 02 de 2022.] Disponible en: <https://conceptodefinicion.de/objetividad/>.

CORVO HELMUT, S. Diagnóstico situacional de una empresa: cómo se hace, importancia, ejemplo. *Lifeder*. [En línea] 1 de Marzo de 2020. [Citado el: 12 de 11 de 2021.] Disponible en: <https://www.lifeder.com/diagnostico-situacional/>.

CUEVA, Luzuriaga P & MASACHE, Benítez J. El turismo y su influencia en el desarrollo cultural y social de la ciudad de Loja, año 2018. *VISIÓN EMPRESARIAL*. (Loja) (9), pp. 17-24. [Consulta: 22 de 02 de 2022.] ISSN 1390-6852. ISSN 2631-2913. Disponible en: <https://revistasdigitales.upec.edu.ec/index.php/visionempresarial/article/view/865/938>

CUPUERÁN, MAYRA & CHASILUISA, ROSA. Plan De Desarrollo Turístico Comunitario Para La Parroquia De Tumbabiro, Cantón Urcuqui, Provincia De Imbabura. *Universidad Central Del Ecuador*. [En línea] 2012. [Citado el: 08 de 11 de 2021.] Disponible en: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/885/1/T-UCE-0005-148.pdf>.

DANIELA MELISA, G & MARÍA AMALIA L. El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista Geográfica Venezolana*. [En línea] 2017, (Argentina) 58(2), pp. 346-359. [Consulta: 11 de 11 de 2021.] ISSN 2528-8075. Disponible en: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/3477/347753793006/html/index.html>.

DIRECCIÓN DE TURISMO DEL GAD MUNICIPAL DE FRANCISCO DE ORELLANA. *Estadísticas de turistas nacionales y extranjeros al i-tur.* Coca : [Citado el: 08 de 11 de 2021.] s.n., 2021. https://www.facebook.com/orellanaturistica/?ref=page_internal

ECURED. Características Generales De La Región Amazonía Ecuatoriana. *EcuRed.* [En línea] 03 de 2021. [Citado el: 04 de 29 de 2021.] Disponible en: <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=17599>.

GAD PARROQUIAL DE INÉS ARANGO. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Rural Inés Arango 2015 - 2019. *GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIA RURAL DE INÉS ARANGO.* [En línea] 2015. [Citado el: 23 de 2 de 2022.] Disponible en: http://app.sni.gob.ec/snmlink/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/2260004020001_PDyOT%20Ines%20Arango%202015-2019b_17-05-2015_11-47-39.pdf.

GADP INÉS ARANGO. PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL PARROQUIAL RURAL INÉS ARANGO. [En línea] 2015. [Citado el: 12 de 11 de 2021.] Disponible en: http://inesarango.gob.ec/images/PDyOT_INES_ARANGO_ENTREGA_FINAL_OCT2015.pdf.

GAPO Orellana. Fortalecemos nuestra cultura en la Amazonía. *GAPO Orellana.* [En línea] 2015. [Citado el: 09 de 11 de 2021.] Disponible en: <https://www.gporellana.gob.ec/fortalecemos-nuestra-cultura-en-la-amazonia/>.

JARAMILLO, Naranjo; et al. El pensamiento lógico-abstracto como sustento. *Sophia, Colección de Filosofía de la Educación.* [En línea] 2016, Cuenca, (Ecuador) (21), pp. 31-55 [Consulta: 11 de 07 de 2022.] ISSN: 1390-3861. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=441849209001>

GUILLÉN, J. Diseño de un Plan Estratégico para Ampliar la Comercialización de la Importadora Lascano Sánchez Fantasías, de la ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua periodo . *Universidad Técnica De Ambato 2010-2011.* [En línea] 2014. [Citado el: 11 de 11 de 2021.] Disponible en: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1127/1/405%20Ing.pdf>.

GUSQUI, Silvia; et al. Plan estratégico para el desarrollo del turismo en la parroquia Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo (2018-2020). *Revista Universidad y Sociedad.* [En línea] 2020, (Ecuador) 12(5), pp. 104-108. [Consulta: 01 de 11 de 2021.] ISSN 2218-3620.

Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000500104.2218-3620.

HERRERA, E. Prezi. [En línea] 29 de Agosto de 2015. [Citado el: 08 de 11 de 2021.] Disponible en: <https://prezi.com/korhf1rmdu5a/caracteristicas-de-los-atractivos-turisticos-y-su-diferencia/>.

JULIANA GUILLÉN. La planeación o planificación estratégica. [En línea] 2011. [Citado el: 28 de 01 de 2022.] Disponible en: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1127/1/405%20Ing.pdf>.

KARINA, SUNTAXI. Plan de reactivación turística cultural para la Ciudad de Sangolquí, Cantón Rumiñahui, Provincia de Pichincha. *Universidad Central Del Ecuador*. [En línea] 2019. [Citado el: 08 de 11 de 2021.] Disponible en: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/17856/1/T-UCE-0009-CSO-119.pdf>.

LEDHESMA, MIGUEL. *Tipos de Turismo: Nueva Clasificación*. Buenos Aires : https://frq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15091/mod_resource/content/0/Tipos%20de%20turismo%20nueva%20clasificaci%C3%B3n-%20Manuel%20Ledhesma.pdf, 2018. págs. 6-12.

LOPERA MEDINA, MÓNICA MARÍA. Aspectos históricos y epistemológicos de la planificación para el desarrollo. [En línea] 2014. [Consulta: 11 de 11 de 2021.] Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/rgps/v13n26/v13n26a03.pdf>.

MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR. *MINISTERIO DEL TURISMO DEL ECUADOR. PLAN NACIONAL DE TURISMO 2030*. [En línea] 2019. [Consulta el: 12 de 11 de 2021.] Disponible en: https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido_compressed.pdf.

MORILLO , MORENO & MARYSELA , COROMOTO. Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*. [En línea] 2011, (Mérida-Venezuela) (1), pp. 135-158 [Consulta: 01 de 11 de 2021.] ISSN 2218-3620. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>

NEIRA LOZA, JORGE GREGORIO & TENELEMA PEREZ, CLAUDIA ELIZABETH. Plan Estratégico Para La Empresa Serviexpress Dedicada Al Servicio Técnico Automotriz En La

Ciudad De Guayaquil". [En línea] 2017. [Citado el: 09 de 11 de 2021.] Disponible en: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/16835/1/Tesis%20Final%20Plan%20estrategico.pdf>

OSORIO GARCÍA, MARIBEL. La planificación turística. Enfoques y Modelos. *Quivera*. [En línea] 2006. [Citado el: 08 de 11 de 2021.] Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/401/40180113.pdf>. 1.

PAREDES, CAROLINA. Plan estratégico de desarrollo turístico comunitario para el recinto San José de Saloya, cantón San Miguel de los Bancos, provincia de Pichincha. *Universidad Central Del Ecuador*. [En línea] 2017. [Citado el: 08 de 11 de 2021.] Disponible en: <file:///C:/Users/HP/Downloads/T-UCE-0004-14-2017.pdf>.

PARLAMENTO ANDINO. Fundación de Puerto Francisco de Orellana, Ecuador. *Parlamento Andino*. [En línea] 30 de Julio de 2021. [Consulta el: 09 de 11 de 2021.] Disponible en: <https://www.parlamentoandino.org/index.php/actualidad/noticias/302-fundacion-de-puerto-francisco-de-orellana-ecuador>.

RAINFOREST ALLIANCE. *Buenas Prácticas para Turismo Sostenible*. [En línea] 2005. [Citado el: 04 de 02 de 2022.] Disponible en: https://elearning.esPOCH.edu.ec/pluginfile.php/1414851/mod_resource/content/1/GU%C3%8DA%20DE%20BUENAS%20PR%C3%81CTICAS%20DE%20TURISMO%20SOSTENIBLE%20RAINFOREST%20ALLIANCE.pdf.

RIVAS BONILLA, KIMBERLEY DAYANNA. "Diagnóstico Situacional Para Identificar Los Posibles Problemas Turísticos Del Cantón Pangua" . *Universidad Técnica De Cotopaxi*. [En línea] Febrero de 2020. [Citado el: 09 de 11 de 2021.] Disponible en: <http://181.112.224.103/bitstream/27000/6814/1/PC-000942.pdf>.

RIVAS, JESÚS & MAGADÁN, MARTHA. Los Indicadores de Sostenibilidad. *Revista economía, sociedad, turismo y medio ambiente*. [En línea] 2007. [Citado el: 11 de 11 de 2021.] Disponible en: https://www.researchgate.net/profile/Jesus-Garcia-31/publication/45702208_Los_indicadores_de_sostenibilidad_en_el_turismo/links/5b2692eb458515270fd59d57/Los-indicadores-de-sostenibilidad-en-el-turismo.pdf.

RUIZ, ESTEBAN; et al. Turismo comunitario en Ecuador. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. [En línea] 2008, (España), 6(3), pp. 399-418. [Consulta: 09 de 11 de 2021.] ISSN 1695-7121. Disponible en: http://pasosonline.org/Publicados/6308/PS0308_2.pdf.

SALAZAR, DALMARY & ENRIQUE ROMERO, GERARDO. Planificación. ¿Éxito Gerencial? *Multiciencias*. [En línea] Marzo de 2006. [Citado el: 09 de 11 de 2021.] Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/904/90460103.pdf>. 1.

SHAIGUA, GABRIELA. “Plan De Desarrollo Turístico Comunitario De San Luís De Guachalá”. *Universidad Central Del Ecuador*. [En línea] Octubre de 2016. [Citado el: 09 de 11 de 2021.] Disponible en: <file:///C:/Users/HP/Downloads/T-UCE-0004-13-2016.pdf>.

Significados. Significado de Estrategia. *Significados*. [En línea] 07 de Febrero de 2018. [Citado el: 11 de 11 de 2012.] Disponible en: <https://www.significados.com/estrategia/>.

Turismo Sucre 2.0. 2017. *Turismo Sucre 2.0. blogspot*. [En línea] 04 de Junio de 2017. [Citado el: 15 de 11 de 2021.] Disponible en: <http://turismosucre20.blogspot.com/2017/06/attractivos-turisticos-clasificacion.html>.

VARISCO, CRISTINA. Desarrollo Turístico y Desarrollo Local: La Competitividad De Los Destinos Turísticos De Sol Y Playa. *Universidad Nacional De Mar Del Playa*. [En línea] 2008. [Consulta el: 09 de 11 de 2021.] Disponible en: http://nulan.mdp.edu.ar/550/1/varisco_c.pdf.

LEONARDO MEDINA
15-07-2022

Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje
Espoch
Ing. Leonardo Medina M. Sc.
ANALISTA DE BIBLIOTECA I.

ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA APLICADA A TURISTAS NACIONALES QUE SE ENCONTRABAN EN LOS DIFERENTES LUGARES DEL CANTÓN FRANCISCO DE ORELLANA





ANEXO B: ENCUESTA APLICADA A TURISTAS INTERNACIONALES QUE SE ENCONTRABAN EN LOS DIFERENTES LUGARES DEL CANTÓN FRANCISCO DE ORELLANA



ANEXO C: LAS ENTREVISTAS FUERON APLICADAS AL PRINCIPAL EJE REGULADOR DEL TURISMO, COMO ES AL TÉCNICO DE DEPARTAMENTO DE TURISMO GADPO



ANEXO D: ENTREVISTA AL PRESIDENTE DE LA COMUNIDAD HUAORANI DIKAPARE



ANEXO E: ENTRADA DE LA COMUNA HUAORANI ARMADILLO



ANEXO F: ENTRADA A LA COMUNIDAD HUAORANI DIKAPARE



ANEXO G: VISITA DE TURISTAS INTERNACIONALES A LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS



ANEXO H: VISITA DE TURISTAS NACIONALES A LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS



ANEXO I: OBSERVACIÓN A LOS ATRACTIVOS



ANEXO J: CASCADA SAGRADA



ANEXO K: CASCADA SAGRADA



ANEXO L: RITUALES



ANEXO M: ARTE 1



ANEXO N: ARTE 2



ANEXO Ñ: ARTESANÍAS



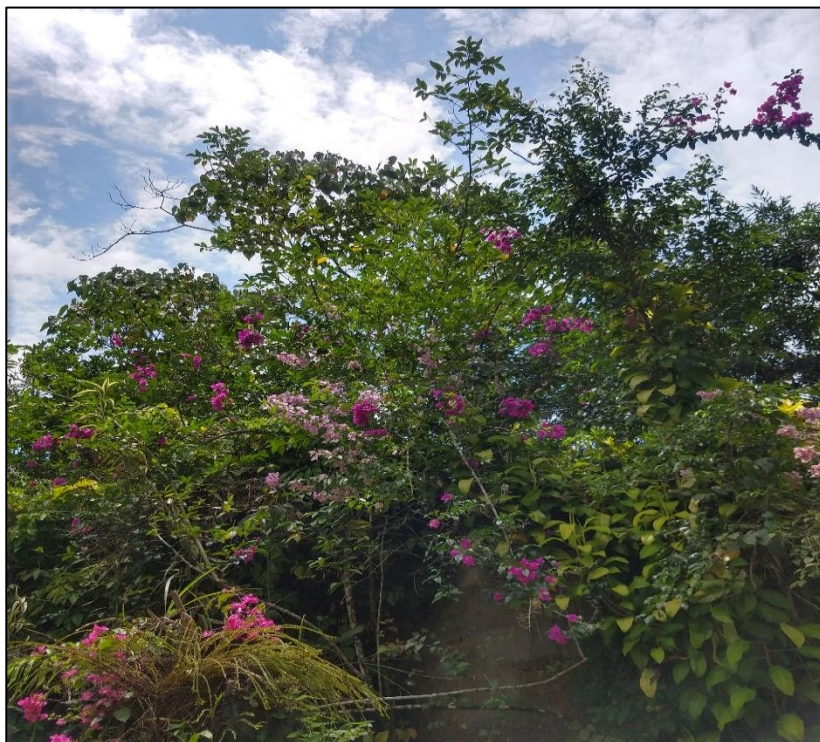
ANEXO O: GASTRONOMÍA



ANEXO P: FAUNA



ANEXO Q: FLORA



ANEXO R: OFICIO DIRIGIDO A LA DIRECTORA DE TURISMO DEL MUNICIPIO



Orellana, 14 de diciembre del 2021.

Ing. Lady Barrionuevo.

Directora de Turismo del Gobierno Autónomo Municipal Descentralizado de Francisco de Orellana.

Estimada y distinguida Ingeniera:

Es un placer extenderle un cordial saludo y aprovecho la oportunidad para solicitarle permiso, ya que conociendo su labor y las actividades que realizan en el **Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Francisco de Orellana**, me dirijo a usted muy respetuosamente para exponerles mi caso y solicitarle la ayuda correspondiente.

Somos un grupo de estudiantes de la **Universidad Escuela Superior Politécnica de Chimborazo Sede-Orellana**, actualmente nos encontramos realizando la **Tesis de Integración Curricular**, la cual necesitamos información verídica de cuantos Turistas Nacionales e Internacionales ingresaron en el cantón Puerto Francisco de Orellana en el año 2019.

Ampliamente, agradeciendo de antemano la atención y facilidades que nos puedan brindar, sin más que agregar y esperando su pronta respuesta.

Atentamente.

Estudiantes- ESPOCH

Sede - Orellana

FRANCISCO DE ORELLANA	DIRECCIÓN DE TURISMO
14 DIC. 2021	
RECIBIDO POR: <i>Genald G...</i>	
FIRMA: <i>[Signature]</i>	HORA: 14:15

ANEXO S: SOLICITUDES PARA LA REALIZACIÓN DE LAS ENTREVISTAS



Francisco de Orellana, 19 de enero del 2022.

TÉCNICO DEL DEPARTAMENTO DE TURISMO GADPO.

Presente:

Es un placer extenderle a usted un cordial saludo y deseándole el mejor de los éxitos en cada una de sus funciones diarias.

Yo **ERIKA KARINA ARMIJOS TORRES** con cédula de identidad N° **1721458618**, estudiante de la carrera de Turismo de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH SEDE-ORELLANA), me dirijo a usted muy respetuosamente con la intención de solicitar una entrevista con fines académicos, la misma que me servirá de aporte al tema de investigación para el trabajo de titulación denominado **PLAN ESTRATÉGICO PARA DESARROLLAR EL TURISMO EN LA COMUNIDAD HUAORANI DIKAPARE PERTENECIENTE A LA PARROQUIA INÉS ARANGO DEL CANTÓN FRANCISCO DE ORELLANA.**

Agradeciendo de antemano la atención y facilidades que me puedan brindar, sin más que agregar y esperando su pronta respuesta.

Atentamente.

Erika Karina Armijos Torres

172145861-8

Correo: erika.armijos@epoch.edu.ec

Celular: 0990364226



*Recibido
19-01-2022
J. J. J. J. J.*

ANEXO T: MODELO DE ENCUESTA



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
CARRERA DE TURISMO
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
ENCUESTA



Encuestadora: Erika Armijos

Formulario N°

Cantón: Puerto Francisco de Orellana

Fecha de la Encuesta: 20/12/2021

TEMA: PLAN ESTRATÉGICO PARA DESARROLLAR EL TURISMO EN LA COMUNIDAD HUAORANI DIKAPARE PERTENECIENTE A LA PARROQUIA INÉS ARANGO DEL CANTÓN FRANCISCO DE ORELLANA.

Objetivo: Recolectar información donde nos permita conocer la opinión de los turistas nacionales e internacionales que visitan la Comunidad, además de sus consejos y sugerencias para Elaborar un Plan Estratégico para el desarrollo del turismo comunitario en la Comunidad Huaorani DIKAPARE, mediante estrategias de corto y mediano plazo que permitan a la parroquia conservar los recursos naturales y culturales para fomentar el turismo.

INSTRUCCIONES:

1. Esta encuesta es de carácter anónimo, por favor ayudarme a realizar esta encuesta contestando las siguientes preguntas con franqueza.
2. Marque con una (x) la opción que indique su respuesta correcta.
3. Sus opiniones serian de mucha importancia para el desarrollo de la investigación. Gracias por su colaboración.

Comunidad Huaorani DIKAPARE



La Comunidad Huaorani DIKAPARE conserva sus tradiciones y su cultura, conserva y desarrolla sus propias formas de convivencia y organización social, y de generación y ejercicio de la autoridad, en sus territorios legalmente reconocidos y tierras comunitarias de posesión ancestral. Otra de las prácticas ancestrales que practican es la minga en donde la población se organiza para llevar a cabo actividades que generan un bien en común equitativo. Actualmente, la principal causa para su migración a otros lugares, se va transformando debido a la invasión al pueblo indígena por empresas dedicadas a la explotación petrolera. Por lo tanto esta comunidad concentran su ideología en formas de expresión, costumbres, rituales, vestimentas, conocimientos, formas de ser y de percibir el mundo.

DATOS INFORMATIVOS:

GÉNERO	M	<input type="checkbox"/>	EDAD	
	F	<input type="checkbox"/>	15 – 20 años	<input type="checkbox"/>
	OTRO	<input type="checkbox"/>	21 – 30 años	<input type="checkbox"/>
			31 – 40 años	<input type="checkbox"/>
			41 – 50 años	<input type="checkbox"/>
			Más de 51 años en adelante	<input type="checkbox"/>

LUGAR DE PROCEDENCIA:

Provincia

Extranjero

País

CUESTIONARIO

1. ¿A qué se dedica el encuestado?

Estudiante	<input type="checkbox"/>
Comerciante	<input type="checkbox"/>
Ama de Casa	<input type="checkbox"/>
Profesional	<input type="checkbox"/>
Desempleado	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

2. ¿Conoce usted la Comunidad Huaorani DIKAPARE?

Sí	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

3. Si la respuesta 2 fue afirmativa conteste la siguiente pregunta ¿Cuántas veces usted ha visitado la Comunidad Huaorani DIKAPARE?

1-2 Veces	<input type="checkbox"/>
2-3 Veces	<input type="checkbox"/>
3-4 Veces	<input type="checkbox"/>
4-5 Veces	<input type="checkbox"/>
5 o Más	<input type="checkbox"/>

4. ¿Cuál es el motivo por la que realizaría el turista la visita a la Comunidad Huaorani DIKAPARE?

Trabajo	<input type="checkbox"/>
Ocio/tiempo libre	<input type="checkbox"/>
Estudio	<input type="checkbox"/>
Investigaciones	<input type="checkbox"/>
Salud	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

5. ¿En qué época realizaría la visita a la Comunidad Huaorani DIKAPARE?

Vacaciones	<input type="checkbox"/>
Días Festivos	<input type="checkbox"/>
Fin De Semana	<input type="checkbox"/>
Entre Semana	<input type="checkbox"/>

6. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por recibir un paquete turístico (1-3 días, compartir las maravillas de la naturaleza y su mágica cultura “Huaorani, Shuar” donde incluye transporte, estadía, gastronomía tradicional, medicina ancestral, cascadas sagradas, montañas en su estado natural y el gran ceibo, el mirador del atardecer, saladeros, senderos, flora y fauna, diversidad de artesanías, música Huaorani y en la noche se puede disfrutar de una fogata acompañado de grandes sabios y cuentos ancestrales,) para la comunidad Huaorani DIKAPARE?

\$150	<input type="checkbox"/>
\$180	<input type="checkbox"/>
\$200	<input type="checkbox"/>
\$250	<input type="checkbox"/>
\$300	<input type="checkbox"/>
O más	<input type="checkbox"/>

7. ¿Qué actividades turísticas le gustaría realizar en la Comunidad Huaorani DIKAPARE?

Visitar áreas naturales	<input type="checkbox"/>
Visitar el rio natural	<input type="checkbox"/>

- Visitar la cascada
- Visitar los saladeros
- Realizar rituales ancestrales
- Turismo vivencial
- Senderismo
- Observación de flora y fauna
- Observar el mirador
- Otros

8. ¿Cuáles son sus sugerencias para mejorar los servicios turísticos en la comunidad

Huaorani DIKAPARE?

- Aseo e Higiene
- Seguridad
- Transporte/Vías
- Capacitaciones
- Gastronomía
- Infraestructura
- Ninguna
- Otros

9. ¿Dónde le gustaría buscar información acerca de éste destino turístico?

- Periódicos
- Páginas Web
- Redes Sociales (WhatsApp, Facebook, Instagram, etc.)
- Guías de viaje
- Revistas especializadas
- Familiares y amigos
- Otros viajeros
- Operadora de Turismo

10. ¿Está de acuerdo en que se debe crear un plan estratégico para desarrollar el turismo en la Comunidad Huaorani DIKAPARE para mejorar la calidad de vida de la población local?

- Sí
- No

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

**ANEXO U: MODELO DE ENTREVISTA PARA EL PRESIDENTE DE LA COMUNIDAD
HUAORANI DIKAPARE**



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
CARRERA DE TURISMO
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
ENTREVISTA**



Encuestadora: Erika Armijos

Formulario N°

Cantón: Puerto Francisco de Orellana

Fecha de la Entrevista: 19/01/2022

TEMA: PLAN ESTRATÉGICO PARA DESARROLLAR EL TURISMO EN LA COMUNIDAD HUAORANI DIKAPARE PERTENECIENTE A LA PARROQUIA INÉS ARANGO DEL CANTÓN FRANCISCO DE ORELLANA.

**ENTREVISTA PARA EL PRESIDENTE DE LA COMUNIDAD HUAORANI
DIKAPARE**

- **Saludo cordial al presidente Franklin Edison Vargas Cahuiya y bienvenida.**
- ¿El año de su creación de la Comunidad Huaorani DIKAPARE?
- ¿Qué gestión realizo para el inicio de la creación de la Comunidad?
- ¿Cuál fue el motivo o la inspiración de crear esta Comunidad?
- ¿Cuál es la temporada o época que mayor de visitantes llegan a la Comunidad?
- ¿Existió apoyo de instituciones para la creación de la Comunidad DIKAPARE?
- ¿Cuáles fueron las experiencias negativas que tuvieron dentro de la Comunidad?
- ¿Cuáles son los 2 principales problemas que tiene la Comunidad?
- ¿En los últimos años la Comunidad ha mejorado?

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

**ANEXO V: MODELO DE ENTREVISTA AL TÉCNICO DEL DEPARTAMENTO DE
TURISMO GADPO**



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

CARRERA DE TURISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

ENTREVISTA



Encuestadora: Erika Armijos

Formulario N°.....

Cantón: Puerto Francisco de Orellana

Fecha de la Entrevista: 19/01/2022

TEMA: PLAN ESTRATÉGICO PARA DESARROLLAR EL TURISMO EN LA COMUNIDAD HUAORANI DIKAPARE PERTENECIENTE A LA PARROQUIA INÉS ARANGO DEL CANTÓN FRANCISCO DE ORELLANA.

ENTREVISTA AL TÉCNICO DEL DEPARTAMENTO DE TURISMO GADPO

- ¿Conoce usted la Comunidad Huaorani DIKAPARE?
- Desde su conocimiento profesional con que sugerencias ayudaría para mejorar la organización de la Comunidad Huaorani DIKAPARE.
- ¿Qué estrategias recomendaría para la elaboración del Plan Estratégico para la Comunidad?
- ¿Cree usted que es viable la elaboración de un Plan Estratégico en la Comunidad Huaorani DIKAPARE?
- Una vez elaborado el Plan estratégico para la Comunidad Huaorani DIKAPARE. ¿Estaría dispuesto como parte del Gobierno Provincial a apoyar con la reactivación turística de esta Comunidad?
- Desde su perspectiva técnica describa cuales son los posibles inconvenientes que puedan surgir al momento de apoyar con la reactivación.

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!



epoch

Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 14 / 07 / 2022

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: Erika Karina Armijos Torres
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: Recurso Naturales
Carrera: Turismo
Título a optar: Licenciada en Turismo
f. Analista de Biblioteca responsable: Ing. Leonardo Medina Ñuste MSc.

Leonardo Medina
15-07-2022



0472-DBRA-UTP-2022