

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**

**POSGRADO**



**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON MENCIÓN EN  
INNOVACIÓN**

**“Plan de direccionamiento estratégico para la asociación Guayusa Runa  
de la provincia de Pastaza”**

Trabajo de titulación previo a la obtención del Título de Magíster en  
Administración de Empresas con Mención en Innovación

Autor: Jaime Orlando Guaman Naula

Tutor: MSc. Jaime Alejandro Iturralde Vallejos. Phd.

Tulcán, 2024



## **CERTIFICADO DEL TUTOR**

Certifico que el Sr. Maestrante Jaime Orlando Guamán Naula con número de cédula 0605404094 ha elaborado el trabajo de titulación “Plan de direccionamiento estratégico para la asociación Guayusa Runa de la provincia de Pastaza”.

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuestas en la Codificación del Reglamento de Régimen Académico y de Estudiantes de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi con RESOLUCIÓN No. 171-CSUP-2023, por lo tanto, autorizo su presentación para la sustentación respectiva.

.....

Msc. Jaime Alejandro Iturralde Vallejos. PHD

**DOCENTE TUTOR**

Tulcán, diciembre del 2024

## **AUTORÍA DE TRABAJO**

El presente trabajo de titulación constituye un requisito previo para la obtención del título de Magister en Administración de Empresas con mención en Innovación.

Yo, Jaime Orlando Guamán Naula, ciudadano ecuatoriano con cédula de identidad número 0605404094 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

.....

Jaime Orlando Guaman Naula

C.I: 0605404094

Tulcán, diciembre del 2024

## **ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TDT**

Yo, Jaime Orlando Guamán Naula declaro ser autor de los criterios emitidos en el trabajo de titulación: “Plan de direccionamiento estratégico para la asociación Guayusa Runa de la provincia de Pastaza” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

.....

Jaime Orlando Guaman Naula

C.I: 0605404094

Tulcán, diciembre del 2024

## DEDICATORIA

Dedico esta tesis a Dios y mi familia cuyo apoyo incondicional y estímulo constante han sido fundamentales en este camino académico. A Gregorio y Rosa por su sabiduría, paciencia y aliento durante los momentos de dificultad y de éxito.

Este logro no habría sido posible sin el amor y el apoyo de mis hermanos Nelson, José y Nancy, quienes han sido una fuente inagotable de inspiración y motivación. Así también a mi novia Ahitana por ser una fuente soporte y apoyo.

A cada uno de ellos les dedico este trabajo como testimonio de gratitud y reconocimiento por su invaluable influencia en mi desarrollo académico y personal.

Que esta tesis no solo sea un documento académico, sino también una fuente de inspiración a nuevas investigaciones.

## AGRADECIMIENTO

La Universidad Politécnica Estatal del Carchi, por brindarme la oportunidad de continuar mis estudios de posgrado, al MSc. Jaime Iturralde, por su orientación como tutor y sus comentarios precisos en este proceso de investigación que ahora veo concluido, y a todos los docentes que fueron parte de mi formación académica durante todos los módulos, por sus valiosos conocimientos.

Un agradecimiento fraterno a la Asociación "Guayusa Runa" por brindarme la oportunidad de realizar mis estudios de posgrado. Así también agradezco a la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación por su valiosa ayuda con el programa de estudios.

*"Last but not least, I want to thank me for believing in me, I want to thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for always being a giver and trying to give more than I receive. I wanna thank me for trying to do more right than wrong. I wanna thank me for being me at all times"*

## ÍNDICE

CERTIFICADO DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DE TRABAJO.....	iii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TDT .....	iv
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
ÍNDICE.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS .....	x
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xi
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
CAPÍTULO I PROBLEMA .....	14
1.1. Planteamiento del problema. ....	14
1.2. Preguntas de Investigación o hipótesis. ....	16
1.3. Objetivos.....	16
1.3.1. Objetivo General. ....	16
1.3.2. Objetivos Específicos. ....	16
1.4. Justificación. ....	17
CAPÍTULO II FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	19
2.1. Antecedentes.....	19
2.2. Marco teórico. ....	21
2.2.1. Asociatividad para el desarrollo comunitario.....	21
2.2.2. Las capacidades organizacionales de las asociaciones comunitarias en el Ecuador.....	23
2.2.3. Las capacidades turísticas de las asociaciones comunitarias en el Ecuador. ....	25
2.2.4. Turismo Comunitario. ....	28
2.2.5. Direccionamiento estratégico empresarial.....	30
2.3. Marco Legal. ....	36



2.3.1. Las asociaciones turísticas en el Ecuador.....	36
2.3.2 Proceso para la regulación de las organizaciones de turismo comunitario: .....	37
CAPÍTULO III METODOLOGÍA.....	39
3.1. Descripción del territorio de estudio .....	39
3.2. Enfoque y tipo de investigación .....	40
3.2.1. Enfoque.....	40
3.2.2. Tipo de Investigación.....	41
3.3. Definición y operacionalización de variables .....	41
3.3.1. Operacionalización de variables .....	41
3.4. Procedimientos .....	42
3.5. Consideraciones bioéticas .....	45
CAPÍTULO IV RESULTADOS.....	46
4.1. Capacidades turísticas que poseen las asociaciones de turismo en la provincia de Pastaza.....	46
4.1.1. Análisis del entorno físico y geográfico.....	46
4.1.2. Infraestructura turística.....	48
4.1.3. Demanda turística .....	49
4.1.4. Competitividad y posicionamiento turístico rural.....	50
4.1.5. Influencia política y sostenibilidad .....	51
4.1.6. Fortalecimiento e innovación.....	53
4.2. Capacidades turísticas de la asociación de turismo Guayusa Runa	54
4.2.1. Biofísico .....	54
4.2.2. Sociocultural.....	57
4.2.3. Económico productivo .....	59
4.2.4. Asentamientos humanos .....	60
4.2.5. Movilidad, energía y conectividad.....	64
4.3. Factores de análisis internos y externos que afectan a la Asociación Guayusa Runa.....	65
4.3.1. Análisis PESTEL .....	65
4.3.2. Análisis FODA.....	76

4.3.3. Factores externos.....	77
4.3.4. Factores internos.....	79
4.3.5. Análisis PORTER .....	80
4.4. Propuesta de lineamientos de direccionamiento estratégico para la Asociación Guayusa Runa.....	86
4.4.1. Justificación.....	87
4.4.2. Objetivos .....	88
4.4.3. Elementos orientadores de la organización .....	88
4.4.4. Principios y valores institucionales .....	89
4.4.5. Marca turística de la asociación Guayusa Runa .....	89
4.4.6. Organigrama Estructural .....	90
4.4.7. Estructura funcional de la organización .....	91
4.4.8. Diseño de estrategias de direccionamiento .....	92
4.4.9. Indicadores.....	100
CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	107
5.1. Conclusiones .....	107
5.2. Recomendaciones .....	109
CAPÍTULO VI.....	110
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	110
ANEXOS.....	115

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b>	Organizaciones de turismo comunitario del territorio continental.....	29
<b>Tabla 2</b>	Organizaciones de TC de la provincia de Pastaza .....	30
<b>Tabla 3</b>	Variabes tomadas en cuenta para el proceso de la investigación .....	41
<b>Tabla 4</b>	Atractivos Naturales - Provincia de Pastaza .....	47
<b>Tabla 5</b>	Infraestructura de la provincia Pastaza .....	48
<b>Tabla 6</b>	Patrimonio cultural intangible .....	58
<b>Tabla 7</b>	Análisis PESTEL del entorno .....	66
<b>Tabla 8</b>	Análisis FODA cruzado de la asociación Guayusa Runa. ....	76
<b>Tabla 9</b>	Ponderación Factores Externos de la asociación de turismo Guayusa Runa. ....	77
<b>Tabla 10</b>	Ponderación Factores Internos de la asociación de turismo Guayusa Runa. ....	79
<b>Tabla 9</b>	Estructura funcional de la organización.....	91
<b>Tabla 12</b>	Estrategias propuestas .....	95
<b>Tabla 13</b>	Presupuesto.....	98
<b>Tabla 14</b>	Método de medir las estrategias fortalecimiento del Talento Humano .....	104
<b>Tabla 15</b>	Método de medir las estrategias el posicionamiento en el Mercado Turístico .....	104
<b>Tabla 16</b>	Método de medir las estrategias de Estandarización de Procesos.....	105

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Estructura del diagnóstico 5 estrellas .....	24
<b>Figura 2</b> Capacidades turísticas .....	25
<b>Figura 3</b> Proceso de la dirección estratégica .....	31
<b>Figura 4</b> 5 fuerzas de Porter .....	35
<b>Figura 5</b> Ubicación de caso de estudio.....	39
<b>Figura 6</b> Demanda Turística .....	49
<b>Figura 7</b> Mirador de aves de la asociación .....	55
<b>Figura 8</b> Etnicidad .....	57
<b>Figura 9</b> Ingresos económicos .....	60
<b>Figura 10</b> Vivienda .....	61
<b>Figura 11</b> Agua.....	61
<b>Figura 12</b> Saneamiento ambiental.....	62
<b>Figura 13</b> Electricidad.....	63
<b>Figura 14</b> Problemas de salud.....	64
<b>Figura 15</b> Las 5 fuerzas de PORTER .....	81
<b>Figura 16</b> Logotipo de la organización.....	89
<b>Figura 17</b> Organigrama estructural.....	90

## RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo proponer un plan de direccionamiento estratégico para la Asociación Guayusa Runa en la provincia de Pastaza, orientado a mejorar su competitividad y sostenibilidad, considerando la importancia del turismo en Ecuador como un sector clave para la generación de empleo y su contribución al PIB nacional, lo cual resalta la necesidad de desarrollar estrategias efectivas para la gestión y posicionamiento turístico. La metodología investigativa contempló un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo en la búsqueda de las capacidades turísticas. Para la recolección de datos, se aplicó una encuesta a los directivos de la Asociación Guayusa Runa y se realizaron entrevistas a gestores políticos locales, seleccionando a entrevistados con conocimientos en administración y gestión de recursos naturales o culturales. El procedimiento metodológico incluyó la evaluación de las capacidades turísticas a nivel provincial y específico de la asociación, utilizando la metodología de 5 estrellas de la SENPLADES. Se analizó el entorno interno y externo a través de enfoques PESTEL, FODA y las cinco fuerzas de Porter. Los resultados destacan que el turismo se presenta como una herramienta fundamental para recuperar la identidad cultural de las comunidades amazónicas, generar empleo y contribuir a la conservación del entorno. Además, la Asociación Guayusa Runa cuenta con fortalezas significativas, como la diversidad de recursos naturales y culturales y la experiencia ancestral de sus miembros, que la posicionan favorablemente en el sector. No obstante, se identificaron debilidades, como la falta de visibilidad y la necesidad de capacitación. Por lo tanto, se propuso un diseño estratégico que potencie el talento humano, posicione a la asociación y estandarice procesos, garantizando así la calidad de sus servicios y consolidando a la asociación como un referente en turismo sostenible en la región, aprovechando al máximo sus recursos y capacidades mientras se abordan las áreas de mejora identificadas.

**Palabras clave:** turismo; direccionamiento estratégico; guayusa runa; Pastaza.

## ABSTRACT

The objective of this study was to propose a strategic management plan for the Guayusa Runa Association in the province of Pastaza, aimed at improving its competitiveness and sustainability, considering the importance of tourism in Ecuador as a key sector for the generation of employment and its contribution to the national GDP, which highlights the need to develop effective strategies for tourism management and positioning. The research methodology contemplated a quantitative descriptive approach in the search for tourism capacities. For data collection, a survey was applied to the directors of the Guayusa Runa Association and interviews were conducted with local political managers, selecting interviewees with knowledge in administration and management of natural or cultural resources. The methodological procedure included the evaluation of tourism capacities at the provincial and specific level of the association, using the 5-star methodology of the SENPLADES. The internal and external environment was analyzed through PESTEL, SWOT and Porter's five forces approaches. The results highlight that tourism is presented as a fundamental tool to recover the cultural identity of Amazonian communities, generate employment and contribute to the conservation of the environment. In addition, the Guayusa Runa Association has significant strengths, such as the diversity of natural and cultural resources and the ancestral experience of its members, which position it favorably in the sector. However, weaknesses were identified, such as lack of visibility and the need for training. Therefore, a strategic design was proposed that enhances human talent, positions the association and standardizes processes, thus guaranteeing the quality of its services and consolidating the association as a benchmark in sustainable tourism in the region, making the most of its resources and capabilities while addressing the identified areas of improvement.

**Keywords:** tourism; strategic planning; Guayusa Runa; Pastaza

## CAPÍTULO I

### PROBLEMA

#### 1.1. Planteamiento del problema.

El turismo en Ecuador es uno de los sectores clave para el desarrollo económico, generando uno de cada diez empleos y contribuyendo con el 10,20% del Producto Interno Bruto (PIB) del país (Banco de Desarrollo Del Ecuador, 2023). Sin embargo, a pesar de su relevancia, muchas organizaciones turísticas comunitarias, como la Asociación de Turismo Guayusa Runa, no logran capitalizar plenamente su potencial debido a la falta de estrategias claras que orienten su crecimiento y competitividad en el mercado.

En este contexto, la ausencia de un direccionamiento estratégico adecuado es uno de los principales obstáculos para la consolidación y sostenibilidad de estas organizaciones. El direccionamiento estratégico, entendido como un plan integral de gestión y desarrollo, es vital para que las empresas y asociaciones logren objetivos claros en áreas como ventas, producción, organización y control. La falta de planificación limita las oportunidades de crecimiento de la Asociación Guayusa Runa, lo que ha derivado en problemas de posicionamiento, gestión ineficiente de los recursos y pérdida de competitividad.

La Asociación de Turismo Guayusa Runa, ubicada en la ciudad de Puyo, enfrenta múltiples desafíos que afectan directamente su operación y desarrollo. El diagnóstico inicial revela que la asociación no cuenta con un plan estratégico que permita gestionar eficientemente sus recursos humanos y financieros. Esto ha llevado a una desintegración de sus miembros, quienes se ven afectados por la falta de alineación en los criterios de administración, y a la pérdida de su cartera de clientes debido a la carencia de conocimientos sobre la gestión empresarial. Estos problemas han frenado el crecimiento de la organización en un mercado turístico cada vez más competitivo.

Adicionalmente, estudios previos realizados en 2022 por Cornejo (2022) y Guaman (2022) destacaron el potencial natural y cultural de la asociación, identificando 85 especies de aves, 9 mamíferos, 25 reptiles, 9 anfibios y más de 40 especies de plantas, así como 20 atractivos culturales. A pesar de estas riquezas, la organización no ha podido aprovechar plenamente estos recursos debido a la falta de una estructura administrativa robusta que le permita gestionar de manera sostenible y competitiva sus activos. Esto demuestra la urgencia de un direccionamiento estratégico que permita a la organización explotar de manera sostenible sus recursos y, a su vez, incrementar su atractivo tanto a nivel local como internacional.

Otro aspecto crítico es la desconexión entre los miembros de la asociación y la falta de cohesión en los esfuerzos por mejorar la calidad del servicio y atraer más turistas. Los criterios de gestión interna no están claramente definidos ni alineados con un plan estratégico común, lo que genera desorganización y confusión en la toma de decisiones. Esto afecta no solo la operatividad diaria de la asociación, sino también su capacidad para adaptarse a los cambios del mercado y a las demandas de los turistas actuales, quienes buscan experiencias auténticas y bien gestionadas.

Por lo tanto, la ausencia de un plan de direccionamiento estratégico ha generado un bajo nivel de posicionamiento de la asociación tanto a nivel local como nacional. Esto ha limitado su capacidad para atraer turistas y generar ingresos que permitan la sostenibilidad financiera y el desarrollo de la comunidad. Para superar estas limitaciones, es necesario implementar un plan que fortalezca la gestión interna, promueva la participación de los miembros y permita el desarrollo de estrategias innovadoras para mejorar la competitividad y la sostenibilidad de la organización en el largo plazo.

En síntesis, el planteamiento del problema se centra en la necesidad urgente de un direccionamiento estratégico que permita a la Asociación Guayusa Runa gestionar eficientemente sus recursos, mejorar su posicionamiento en el mercado turístico y fomentar la cohesión de sus miembros. La integración de



estrategias empresariales con las políticas comunitarias será clave para lograr un equilibrio entre el desarrollo económico y la preservación de la identidad cultural y los valores de la comunidad. Solo a través de un plan estratégico bien definido será posible impulsar el crecimiento y sostenibilidad de la asociación, contribuyendo así al desarrollo del turismo comunitario en la región.

## **1.2. Preguntas de Investigación o hipótesis.**

Para lograr el cumplimiento de los objetivos de la investigación se ve la necesidad de plantear distintas preguntas:

- ¿Cuáles son las capacidades turísticas que poseen las asociaciones de turismo en la provincia de Pastaza?
- ¿Cuáles son las capacidades turísticas de la Asociación Guayusa Runa según la metodología de las 5 estrellas de SENPLADES?
- ¿Cuáles son los factores internos y externos que afectan a la Asociación Guayusa Runa?
- ¿Qué lineamientos de direccionamiento estratégico pueden formularse para la Asociación Guayusa Runa, basados en el análisis FODA de sus factores internos y externos?

## **1.3. Objetivos.**

### **1.3.1. Objetivo General.**

Desarrollar un plan de direccionamiento estratégico para la Asociación Guayusa Runa de la Provincia de Pastaza.

### **1.3.2. Objetivos Específicos.**

- Analizar las capacidades turísticas que tienen las asociaciones de turismo en la provincia de Pastaza.
- Analizar las capacidades turísticas de la Asociación Guayusa Runa utilizando la metodología de las 5 estrellas propuesta por SENPLADES.

- Caracterizar la Asociación Guayusa Runa mediante un análisis integral de los factores internos y externos.
- Establecer lineamientos de direccionamiento estratégico para la Asociación Guayusa Runa en función del análisis realizado.

#### **1.4. Justificación.**

La presente línea de investigación se ubica dentro de microempresa, economía social, solidaria y la sublínea es la asociatividad. Las organizaciones en el Ecuador están conformadas en gran medida de pequeñas asociaciones o grupos quienes a través de la gestión del conocimiento y la asociatividad logran diseñar, organizar y gestionar las organizaciones y empresas.

Las empresas, emprendimientos, organizaciones y empresarios se han visto afectados en gran medida por la Covid- 19. Es así como las empresas dedicadas al turismo tuvieron pérdidas económicas de cerca 1.810 millones y como consecuencia de esto se vieron afectadas directamente cerca de 70.000 plazas de trabajo (Morocho & Martín, 2023).

Las asociaciones del Ecuador se conforman con el objetivo de generar recursos de forma sostenible para las organizaciones y su importancia radica en la facilidad que el estado ecuatoriano brinda para su conformación. En el área del Turismo, el tipo de actividades destinadas es para brindar los servicios de alimentación, guía, hospedaje y transporte.

La importancia de la dirección estratégica radica en la realización profunda de un diagnóstico situacional de una empresa con el objetivo generar y desarrollar las mejores estrategias y planes de acción que sean la clave de las organizaciones a la hora de tomar una decisión.

La asociación de turismo Guayusa Runa se ubica en la comunidad San Jacinto, parroquia Tarqui, ha estado desempeñando sus actividades desde el año 2018 de manera empírica, está conformada por 14 miembros quienes pertenecen a la

nacionalidad Kichwa, y están regulados como asociación en la Superintendencia de Compañías.

La organización cuenta con estudios técnicos acerca de los recursos tanto naturales como culturales los cuales se pueden aprovechar de forma sostenible, los estudios realizados en la asociación permiten tener una visión clara de los proyectos a futuro que se necesitan desarrollar con el fin de conseguir el fortalecimiento de la identidad cultural de las comunidades. Por otro lado, la asociación carece de una estructura organizacional que permita gestionar la empresa.

La organización en los últimos años no se ha podido consolidar como una empresa turística sostenible viable económicamente, no presenta avances en la organización y estandarización de procesos. El principal recurso económico es el turismo y no se ha podido aprovechar de manera eficiente y esto genera conflictos internos.

En este aspecto, se ve la importancia de realizar una investigación sobre la dirección estratégica de la organización con el objetivo de identificar las necesidades y potencialidades del macro y microentorno de las organizaciones de turismo y los retos que afrontan para poder posicionarse en el mercado, crear productos turísticos innovadores, fortalecer el talento humano y gestionar la organización de una forma sostenible y eficiente.

## CAPÍTULO II

### FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

#### 2.1. Antecedentes.

De acuerdo con la investigación de Guzman et al. (2021) en su investigación sobre “El direccionamiento estratégico como herramienta para la generación de ventajas competitivas en el sector de las pymes” plantea un análisis sobre el éxito competitivo y el diagnóstico organizacional en pequeñas y medianas empresas (pymes) del sector turismo. Identificando factores internos y externos que facilitan o dificultan la consecución de los objetivos estratégicos, tales como recursos humanos, planeación estratégica, innovación, tecnología y certificación de calidad. La metodología utilizada fue el análisis interno y externo basado en la metodología de David (2013) que plantea la identificación de recursos y capacidades únicas que diferencian a la organización de su competencia. Los resultados obtenidos fueron la identificación de fortalezas y debilidades en áreas como la planeación estratégica, innovación y tecnología. Las pymes con un perfil competitivo más alto tienden a innovar en productos y servicios, así como en procesos y procedimientos. Se observó que el uso de metodologías y herramientas para el direccionamiento estratégico es crucial para el éxito. concluyendo que la competitividad en el sector depende en gran medida de la capacidad de las pymes para adaptarse y utilizar recursos tecnológicos y metodológicos adecuados.

Para una buena gestión del turismo se requiere de estrategias de direccionamiento para su correcto desarrollo y posicionamiento. En la investigación desarrollada por Guaman (2022) con el objetivo obtener información acerca del diagnóstico del territorio permitió obtener información relevante acerca de los recursos naturales y culturales. Dicho estudio fue clave para desarrollar proyectos de investigación. Además del inventario de los atractivos, se realizaron análisis de la demanda que fue clave para conocer las

preferencias de los turistas, desarrollando una propuesta de manejo de los recursos interpretativos.

La asociatividad empresarial de acuerdo Pérez (2020) se desarrolla en base a la necesidad de buscar el crecimiento, desarrollo y fortalecimiento de las pequeñas y medianas empresas frente a la globalización en la cual resulta complicado preservar una competitividad. En este nivel las grandes empresas buscan su posicionamiento y competencias con multinacionales del extranjero que llegan al mercado nacional pero su estrategia también afecta a las pequeñas empresas que se encuentran en la etapa de crecimiento y desarrollo (Duran, 2022).

De acuerdo con Lucero et al. (2020) menciona que la asociatividad en relación con relación a la dirección estratégica radica su importancia en la creación de estrategias para el logro de metas y objetivos de manera conjunta es así como Armijos-Robles et al. (2020) desarrollaron una investigación en la cual plantea una metodología de investigación de manera práctica y estratégica que permitió el análisis de más de 60 artículos acerca de la planificación estratégica.

De acuerdo con Guevara (2015) explicó que la dirección estratégica nace desde la importancia de la gestión de los recursos al no poseer las estrategias ni herramientas necesarias que permitan tener un panorama claro de las necesidades y requerimientos de la empresa y esto dificultaba considerablemente el crecimiento y desarrollo de la organización.

La relación que existe entre la planificación con el desarrollo turístico sostenible ha sido simultáneamente divergente, es decir en base a una planificación tradicional no se ha podido garantizar la gestión de lograr una sostenibilidad de los recursos turísticos. resulta más controvertida (Ivars & Vera, 2020).

Se requiere una planificación eficiente para que un sitio determinado ofrezca una experiencia inolvidable al visitarlo. La planificación interpretativa, al igual que el diseño de exhibiciones o audiovisuales, es una habilidad profesional. En décadas pasadas, esta función solía ser asignada a diseñadores u otros, quienes no siempre tenían el conocimiento o la capacitación necesarios para tener una

visión estratégica y planificar con propiedad aplicando los principios esenciales. Debido a esto se crean planes de interpretación para sitios naturales, históricos, culturales, centros de visitantes e incluso regiones, pueblos y ciudades (Parkin, 2020).

Con base en lo anterior, la presente indagación retoma la Teoría de Recursos y Capacidades (TRC) para diseñar una propuesta de direccionamiento estratégico desde las capacidades turísticas, económicas y social. En concordancia, el método adecuado para el estudio es el cuantitativo, transversal, correlacional, causal, descriptivo, explicativo alrededor de las condiciones de la asociación turística como caso de estudio Guayusa Runa.

## **2.2. Marco teórico.**

### **2.2.1. Asociatividad para el desarrollo comunitario.**

Con el propósito de diagnosticar el área de estudio desde las capacidades turísticas la presente sección retoma la definición de Buen Vivir, trabajo decente y asociatividad.

La definición del “Buen Vivir” se deriva de la Constitución del Ecuador 2008, es un modelo enfocado fundamentalmente en una nueva política desarrollada en el periodo 2017-2021. Conocido también como el “*Sumak kawsay*” en kichwa, es un principio que busca impulsar el bienestar integral de las personas y las comunidades, el mismo fue un modelo que busca reducir las brechas de desigualdad y pobreza de las familias del país (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017).

El Plan Nacional del Buen Vivir se desarrolló teniendo en cuenta el ciclo de vida, basándose en los derechos humanos. Este reconocía y ponía como prioridad a las personas naturales, jurídicas, la naturaleza como ejes principales del derecho, es así como se garantiza el derecho de participación. El lema “no puedo vivir si existe pobreza” es una realidad de miles de ecuatorianos que viven en condiciones desfavorables, se ha considerado un problema del capitalismo y

esta no podrá reducirse en los siguientes casos “si no hay proyectos de desarrollo e inversión pública por parte del estado en salud y alimentación; hábitat, vivienda y ambiente sano; trabajo y seguridad social; educación, comunicación y cultura” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017).

Una de las políticas de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (2017) fue “posicionar y potenciar a Ecuador como un país megadiverso, intercultural y multi étnico, desarrollando y fortaleciendo la oferta turística nacional y las industrias culturales, fomentando el turismo receptivo como fuente generadora de divisas y empleo, en un marco de protección del patrimonio natural y cultural.” El Ecuador al ser uno de los países más megadiversos del mundo tiene oportunidades de crecimiento y capacidades de posicionamiento a nivel mundial.

La frase de “si avanzas solo y llegarás rápido, pero si avanzas en equipo llegarás más lejos” es uno de los dichos que ha tenido repercusiones en las formas de actuar y gobernar a lo largo de los años. Para Barkin y Sánchez (2020) las sociedades están creciendo y se encuentran en un cambio continuo. El modelo capitalista en su afán de reducir la desigualdad está intentando que los pueblos y los sistemas de producción se alineen a un modelo de privatización del capital el cual está provocando que se pierda la diversidad de las sociedades.

Con el fin de contrarrestar este modelo, las comunidades de Latinoamérica se han considerado anti sistémicas han adoptado un modelo neoliberal enfocados en su visión del equilibrio de la sociedad con la naturaleza. El pensamiento de estas comunidades siempre tiene presente al territorio no solo como un espacio para vivir sino como una oportunidad de desarrollo y nuevas oportunidades para las futuras generaciones. Su capacidad de resiliencia hace que sigan en la lucha de la búsqueda de igualdad para todos (Barkin & Sánchez, 2020).

En concordancia con lo anterior, la economía social es definida por Coraggio et al. (2011) como una configuración transicional de recursos, agentes y relaciones,

preserva algunas de las características cualitativas clave de la base general de la unidad doméstica. En este contexto no puede haber una economía social sino existe el involucramiento ni se democratiza el Estado.

De esta forma, la economía popular y solidaria se encuentra como base del desarrollo de las asociaciones turísticas del Ecuador, las que necesitan diseñar planes de direccionamiento estratégico, los que parten de las capacidades turísticas, económicas y sociales que poseen estas organizaciones para, de esta forma, lograr su sostenibilidad, sustentabilidad a través del tiempo y trabajo digno para sus integrantes.

### ***2.2.2. Las capacidades organizacionales de las asociaciones comunitarias en el Ecuador.***

De acuerdo con Barney (1991) menciona que “la teoría de recursos y capacidades centra su atención en el análisis de los activos que poseen y/o controlan las empresas, así como en sus diferencias, y en la importancia que tiene este hecho para explicar la evolución de los resultados”.

Esta teoría resalta la importancia de priorizar el capital humano o talento humano dentro de la organización. Al mejorar la eficiencia del personal en la gestión de otros activos controlables de la empresa y al aprovechar sus capacidades, se pueden crear ventajas significativas que favorezcan el crecimiento de la organización.

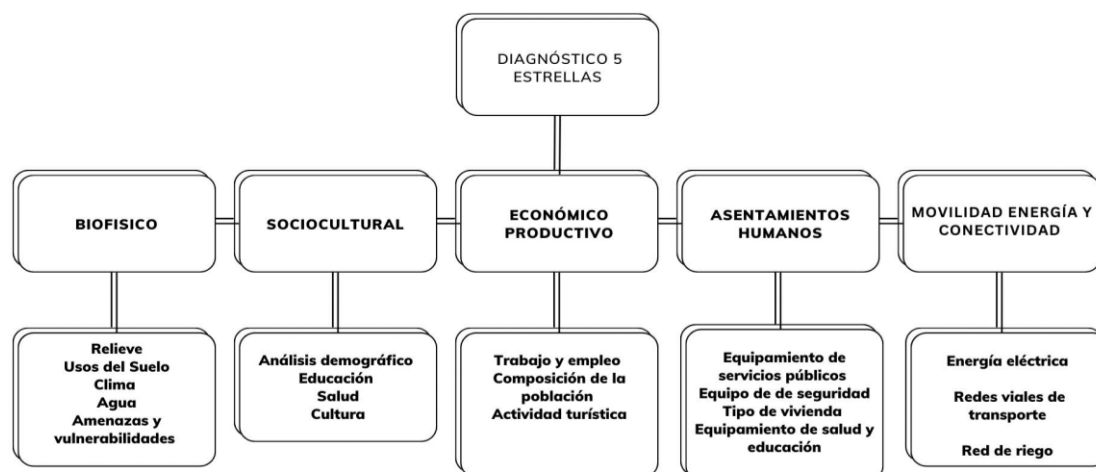
La indagación presenta los objetivos específicos de determinar las capacidades turísticas, económicas y sociales de la asociación Guayusa Runa. Por lo que se retoma la teoría administrativa de recursos y capacidades, ya que considera la organización como el conjunto de recursos y capacidades que configuran ventajas competitivas; asimismo, se encuadra dentro del denominado análisis estratégico, y produce un giro del exterior al interior de la organización en el momento de analizar su situación estratégica.



El diagnóstico del territorio es una de las bases para impulsar proyectos de desarrollo, se necesita conocer las necesidades y potencialidades que tienen cada uno con el objetivo de adoptar los mejores programas que se alineen a la igualdad y progreso de los territorios. En este contexto la Senplades (2015) plantea distintos componentes que permiten obtener distintos datos de los territorios en estudio, entre los cuales tenemos el componente biofísico; sociocultural; económico, asentamientos humanos, movilidad, energía y conectividad, así como el componente político – institucional y participación ciudadana (véase figura 1).

**Figura 1**

*Estructura del diagnóstico 5 estrellas*



*Nota:* Elaboración propia con base en Metodología de planificación territorial (Senplades, 2015).

Con base en lo descrito, la indagación diagnóstica, determina y establece las capacidades de tipo turísticas, económicas y sociales de la Guayusa Runa, ubicada en la provincia de Pastaza. El método que se retoma es el cuantitativo al utilizar estadística descriptiva para el análisis de la información recolectada con la herramienta encuesta proporcionada por la (Senplades, 2015).

### **2.2.3. Las capacidades turísticas de las asociaciones comunitarias en el Ecuador.**

Según la UNWTO (2019) define al turismo como “un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios”. El turismo se establece como de las principales industrias en la economía a nivel internacional tomando lugar en los países en vías de desarrollo. Se alinea como uno de los sectores más importantes económicamente a nivel internacional, logrando importancia en los países en la búsqueda de crecimiento y desarrollo (Vinicio et al., 2024).

El Ecuador es conocido por ser parte uno de los países con más diversidad del mundo, ciertos factores como contar con la cordillera de los andes que atraviesa la región interandina, así como las corrientes marinas permiten que las 4 regiones Costa, Sierra, Amazonía y Galápagos alberguen diferentes ecosistemas y una variedad de especies de flora y fauna.

- **¿Qué son las capacidades turísticas?**

Las capacidades turísticas engloban dimensiones como el desarrollo, integración, sostenibilidad y la comunidad turística. Existen diferentes variables que permiten medir de alguna manera estas capacidades las cuales se presentan a continuación (Figura 2).

#### **Figura 2**

*Capacidades turísticas*



*Nota:* Elaboración propia en base a la propuesta de (Noboa, 2018)

- **Capacidad de infraestructura**

Esta estructura, también conocida como infraestructura o facilidades turísticas, permite que los viajeros se desplacen, permanezcan y disfruten plenamente de su experiencia. Está compuesto por una variedad de componentes esenciales, incluido los servicios de alojamiento, la alimentación, la recreación, el transporte y la orientación. Además, están presentes las instalaciones que brindan las comodidades necesarias para que los visitantes disfruten de actividades particulares. Desde áreas de agua y playa hasta áreas montañosas y otros servicios generales, estas instalaciones están diseñadas para brindar experiencias únicas y memorables (Noboa, 2018).

- **Capacidad económica**

De acuerdo con Noboa (2018), la importancia económica del turismo a nivel mundial ha llevado a un mayor enfoque en la conservación de la naturaleza a través del ecoturismo y el uso del turismo sostenible como herramienta para reducir la pobreza en los últimos años. El turismo se ha visto respaldado por gobiernos, organizaciones multilaterales, cooperación internacional, empresas privadas y la sociedad en general como una forma de contribuir al desarrollo sostenible de nuestras comunidades. En países como Costa Rica es uno de los sectores con mayor desarrollo y aporte en el PIB.

- **Capacidad sociocultural**

El turismo, la diversidad cultural y el desarrollo sostenible se han vuelto cruciales a nivel mundial. Esta perspectiva se basa en la idea de que la diversidad cultural es esencial para el desarrollo del turismo y que su preservación y valoración fomentan un turismo que respeta a las comunidades locales y fomenta la armonía y el progreso. Se trata de abordar el turismo de una manera más humana, superando la idea antigua de que los viajes eran exclusivos de las élites aristocráticas y luego de la burguesía. El turismo debe ser visto en la actualidad como una manifestación sociocultural en lugar de simplemente una industria o un negocio (Noboa, 2018).

- **Capacidad Ambiental**

La orientación de la actividad turística frente a los comportamientos más éticos y responsables del punto de vista ambiental es una tendencia marcada por las últimas décadas, lo que refuerza la necesidad de una responsabilidad acumulada en materia ambiental, social y ecológica frente a los impactos ocasionados. Pero lo más importante es que solo si la dimensión del patrimonio cultural, el material y la información están integrados en su propia concepción, el desarrollo duradero del turismo también en muchos destinos de subsistencia no será posible (Noboa, 2018).

#### **2.2.4. Turismo Comunitario.**

De acuerdo con la FEPTCE (2007) el turismo comunitario es definido como la relación entre la comunidad y sus visitantes desde una perspectiva de compartimiento intercultural, en el contexto de viajes organizados, con la participación directa de sus miembros, garantizando así el manejo adecuado de los recursos naturales, la valorización de su forma de vida, el respeto a los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades, pueblos y comunidades locales, distribuyendo equitativamente los beneficios generados por esta actividad.

El turismo comunitario en el Ecuador se desarrolla a partir de los años 80, “paralelamente” a la industria turística convencional. A inicios, fue atado indistintamente al ecoturismo. Se ha desarrollado como una estrategia de crecimiento y desarrollo local, las comunidades eran consideradas como una atracción turística en vez de ser como agentes activos de su propio desarrollo. A diferencia de un negocio que nace externamente de la comunidad, el turismo comunitario nace desde la organización de la mayoría de los integrantes de una comunidad que buscan la diferenciación y el desarrollo a través del turismo. No se trata de un negocio que se instala desde fuera, sino de una iniciativa social que debe surgir, aunque con apoyo exógeno en la mayoría de los casos, desde dentro de las comunidades (Roux, 2013).

La FEPTCE denominada como la Federación plurinacional de turismo comunitario del Ecuador ha sido clave para que se dé la integración de una gran diversidad de pueblos y nacionalidades. Actualmente se tiene como resultado a 121 iniciativas comunitarias en el territorio continental, de estas 83 se encuentran actualmente activos, de los cuales 18 iniciativas están consolidadas y registradas como Centros Turísticos Comunitarios (CTC) (Maldonado et al., 2020).

**Tabla 1***Organizaciones de turismo comunitario del territorio continental*

<b>Red Regional</b>	<b>Red</b> <b>Provincial o</b> <b>Cantonal</b>	<b>Provincia</b>	<b>Nombre del</b> <b>emprendimiento</b>	<b>Estado</b>	<b>Registro</b> <b>CTC</b>	
Red de Turismo Comunitario del "Spondylus" litoral		Esmeraldas	San Miguel	Activo	Si	
			Comuna San Pedro	Activo	Si	
		Santa Elena	Valdivia	Activo	Si	
			Dos Mangas	Activo	Si	
			Sacachun	Activo	Si	
Red de Turismo Comunidad Sierra Norte "Wiñay Pacha"		Pichincha	Yunguilla	Activo	Si	
Red de Turismo Comunitario Sierra Centro "Kawsaymanta"	CORDTUCH	Cotopaxi	Org. Comunitaria de Desarrollo Turístico Lago Verde Quilotoa	Activo	Si	
			Pondoa	Activo	Si	
			Pondoa	Activo	Si	
Red de Turismo Comunitario Amazonía	RICANCIE	Tungurahua	Quilla Pacari	Activo	Si	
			Chimborazo	Sumak kawsay Palacio Real	Activo	Si
				Oyacahu	Activo	Si
		Napo	Pacto Sumaco	Activo	Si	
			Sinchipura	Activo	Si	
Orellana	Shiripungo	Activo	Si			
	Sinchi Warmi	Activo	Si			
Sucumbíos	Sacha Ñampi	Activo	Si			
			Shayari	Activo	Si	

*Nota.* Adaptado de Maldonado et al. (2020)

En la provincia de Pastaza se presentan 12 organizaciones de turismo comunitario de los cuales 2 de estas se mantienen activas, sin embargo, ninguno se ha podido consolidar obteniendo el registro como Centro de Turismo Comunitario y actualmente se encuentran operando de forma empírica.

**Tabla 2**

*Organizaciones de TC de la provincia de Pastaza*

<b>Red Regional</b>	<b>Red Provincial o Cantonal</b>	<b>Provincia</b>	<b>Nombre del emprendimiento</b>	<b>Estado</b>	<b>Registro CTC</b>
			<b>Akamkaw de San Virgilio</b>	<b>Activo</b>	<b>No</b>
			Shuar Ikiam	Inactivo	No
			Chunda Pakcha	Inactivo	No
			Awsak Rumi	Inactivo	No
			<b>Ceploa</b>	<b>Activo</b>	<b>No</b>
Red de Turismo Comunitario Amazonía		Pastaza	Shiwa Kucha	Inactivo	No
			Shikulin	Inactivo	No
			San Vicente	Inactivo	No
			Elena Andi de Oglan	Inactivo	No
			Pituk Yacu	Inactivo	No
			Suyu Pakcha	Inactivo	No
			Santa Cecilia de Villano	Inactivo	No

*Fuente:* Adaptado de Maldonado et al. (2020)

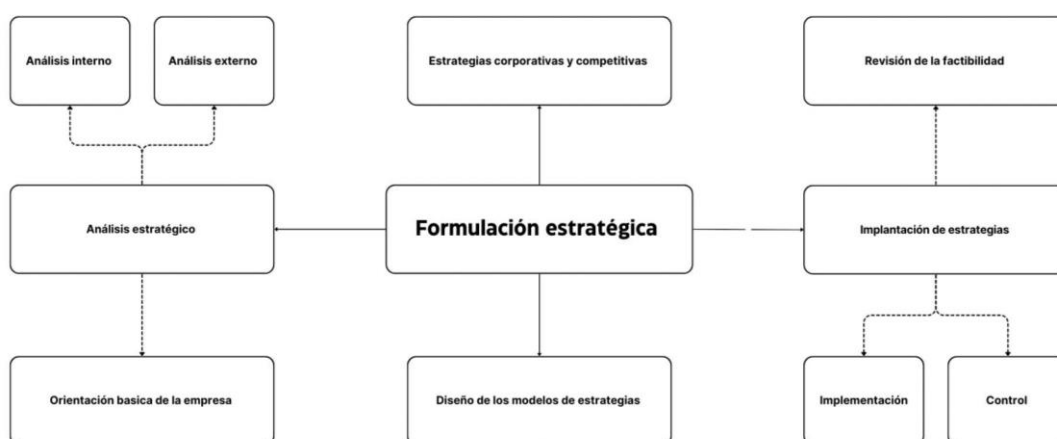
### **2.2.5. Direccionamiento estratégico empresarial.**

El direccionamiento estratégico es visto como el norte de cualquier organización empresarial. De acuerdo con Armijos et al. (2020) cuenta con diversas estrategias para la gestión empresarial. La aplicación de las estrategias puede estar definidas a largo, mediano y corto plazo, el objetivo de la dirección

estratégica es conseguir las metas de manera eficiente. Dichos procesos se lo realizan de forma interna y externa y de acuerdo con los cambios que se van presentando (véase figura 3).

La dirección estratégica da la oportunidad a los directivos de la organización a tomar las mejores decisiones basadas en el mecanismo de control. El fin es reducir el margen de error y el riesgo en la producción y administración. Además, permiten aprovechar los recursos empresariales de manera sostenible y eficiente.

**Figura 3**  
*Proceso de la dirección estratégica*



*Nota.* Elaboración propia en base a la metodología de (Armijos et al., 2020).

Los avances y cambios en los últimos años como la pandemia de la Covid-19, la inflación económica a nivel mundial ha dado como resultado que miles de empresas quiebren en los primeros años a consecuencia de no tener planes y estrategias de adaptación a un mundo en constante cambio. En este contexto, poder contar con un plan empresarial bien estructurado permitirá mejorar la productividad y crear bienes y servicios con todos los estándares de calidad.

Los parámetros para el proceso de direccionamiento estratégicos parte desde la formulación el cual abarca la misión, visión, valores internos y externos de la empresa. A continuación, le precede la implementación en el cual se pone en



marcha las estrategias seleccionadas y las que mejor se adapten a las necesidades de la empresa. Finalmente, está la fase de evaluación la cual permite conocer el grado de efectividad alcanzado posterior a la implementación de las estrategias.

Una de las ventajas de desarrollar un direccionamiento estratégico es se puede tener mejoras en la organización y como resultado se incrementa las de cumplir la misión y objetivos. Además, aumenta la estabilidad empresarial dando motivación al equipo. Finalmente, se pueden establecer os indicadores para medir el alcance de los objetivos planteados (Duran, 2022).

- **Análisis PESTEL**

De acuerdo con Amador (2022) adaptado del documento de Mercado (2014) menciona que el análisis PESTEL es una de las herramientas utilizadas frecuentemente con el fin de analizar y monitorizar los factores macro ambientales que juegan un rol directo en una organización. Desarrollar un análisis externo de tu empresa es fundamental para poder anticiparse a los problemas y poder adaptarse a los cambios y condiciones del mercado.

En este contexto el análisis de PESTEL (Político, Económico, Social, Sociocultural, Tecnológico y Legal) es una de las herramientas más utilizada por los analistas empresariales con el objetivo de descubrir y evaluar los factores que pueden afectar la organización en el presente y en el futuro. Además, permite examinar oportunidades y amenazas que resultan de los factores estudiados que nacen a partir de dichos factores (Amador, 2022).

Según Quiroa (2020) nos menciona que el análisis externo de la empresa es vital que se realice el análisis interno ya que permite tener una visión amplia de los recursos que se cuenta, así como de la ventaja competitiva para liderar en el mercado. En este contexto Amador (2022) analiza los factores PESTEL de la siguiente forma.

**Factores políticos:** Estos factores nos ayudan a tener en cuenta el involucramiento del gobierno sobre el correcto funcionamiento y desempeño de las empresas y organizaciones. Esto se da por medio de las leyes y las políticas que aplica el ente gubernamental. En general podrían ser aspectos como las políticas fiscales y monetarias del Gobierno, subsidios, tratados comerciales y las políticas internacionales (pág. 2).

**Factores económicos:** Toman en cuenta todas las variables macroeconómicas, estas variables se consideran tanto a nivel nacional como internacional, dado que podrían favorecer o entorpecer el desempeño de la organización. Las variables económicas más importantes son el comportamiento del producto interior bruto (PIB), la tasa de desempleo, el nivel de precio y la balanza comercial. Además, se deben considerar eventos como las variaciones de los ciclos económicos, especialmente los períodos de crisis y de auge dentro de la economía pues son factores que pueden beneficiar o poner en riesgo a la empresa (pág. 2).

**Factores sociales:** Estos factores incluyen elementos como la religión, las creencias, la cultura, los hábitos, los intereses y las preferencias de las personas. Todos estos elementos afectan de manera favorable o desfavorable los resultados que una empresa espera alcanzar. Dado que los aspectos sociales van cambiando y van presentando nuevas tendencias (pág. 2).

**Factores tecnológicos:** Son vitales para una empresa, por los niveles de innovación que se están dando en los mercados actuales. Los cambios tecnológicos pueden traer grandes beneficios para las empresas que saben aprovecharlos. Pero por el contrario puede ocasionar mucho daño a las empresas que se quedan obsoletas y que no cambian su infraestructura. Estos elementos pueden ser el uso de nuevos programas

informáticos, aprovechamiento de nuevas formas de energía y cualquier cambio en la tecnología implementada.

**Factores ecológicos:** Desde luego, los aspectos ecológicos tienen que ver con todos los factores relacionados directa o indirectamente con el medioambiente. Cualquier cambio en la regulación gubernamental o tendencias sociales para la protección del medioambiente afectan a la empresa. Así mismo, se pueden mencionar leyes sobre el uso de la energía, la conservación del ambiente, la gestión de residuos y la emisión de gases, entre otras (pág. 2)..

**Factores legales:** Los aspectos legales incluyen todas las leyes que la empresa se ve obligada a cumplir. La normativa legal puede perjudicar o beneficiar el desempeño de la empresa. Las leyes pueden incidir sobre el proceso de producción y de comercialización de los productos que ofrece una empresa. Del mismo modo puede afectar a nivel nacional e internacional. Se pueden incluir leyes sobre propiedad intelectual, seguridad social, salarios mínimos, licencias entre algunas de las más importantes (pág. 2).

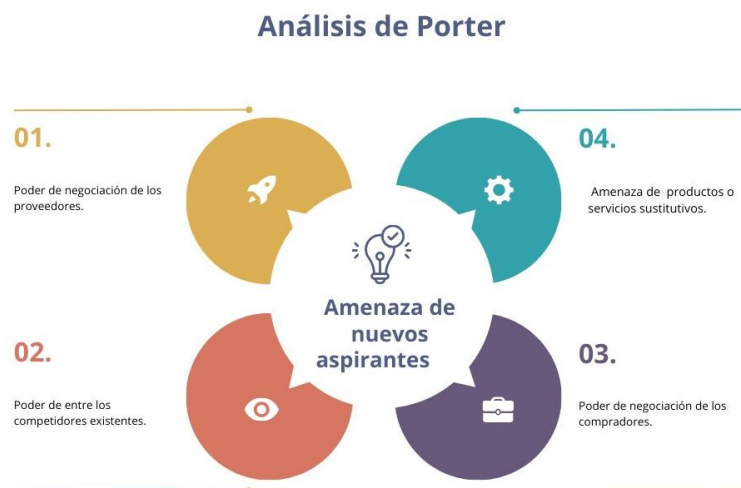
- **Análisis de Porter**

Las 5 fuerzas de Porter son un conjunto de procesos diseñado por Michael Porter en el año de 1979, permite a las empresas tener en cuenta el estado actual frente a los distintos factores del mercado que pueden afectar o beneficiar en su crecimiento o desarrollo.

Las 5 fuerzas de Porter son: Amenaza de nuevos participantes, el poder de negociación de los proveedores, poder de negociación de los compradores (clientes), amenaza de sustitutos, rivalidad competitiva (Figura 4).

## Figura 4

### 5 fuerzas de Porter



*Nota:* Elaboración propia en base a la propuesta de (Porter, 1979)

La amenaza de nuevos participantes se basa donde un competidor ingresa por primera vez a un sector trae consigo nuevas ideas y capacidades y, sobre todo, el objetivo es alcanzar una cierta cuota de mercado actual. Los nuevos competidores pueden buscar distintas formas de ingresar y atacar agresivamente ya sea reduciendo costos en la venta o con promociones significativas para los clientes.

El poder de negociación de los proveedores es vital para las empresas en auge y en parte para las que se encuentran en desarrollo. Si los requerimientos de la empresa tienen solicitudes específicas y cuentan con proveedores definidos es muy probable que el poder de negociación sea elevado, mientras que si cuentan con alternativas de suministro el poder de negociación se verá considerablemente bajo. Es aquí donde radica la importancia del poder de negociación de las empresas para la adquisición de suministros.

El poder de negociación de los compradores es definido como los clientes quienes son la pieza clave para que un producto o empresa no fracase. Un cliente puede tener varias opciones en el mercado de un producto que busque, lo que puede definir la compra es el valor, el precio, la calidad. En varios casos

el poder de compra genera competencia desleal y pérdida de rentabilidad entre competidores.

La amenaza de productos o servicios sustitutos radica en el grado de innovación para reemplazar un prototipo, producto o servicio ambiguo, este puede resultar en el reemplazo y eliminación del producto anterior. Es ahí que la clave de diferenciación es la innovación y el valor del mismo. Lo importante es el “que tan importante es el producto y cuáles son las funcionalidades únicas que le permitan que no pueda ser sustituido tan fácilmente.”

La rivalidad competitiva aparece cuando un producto lanzado está teniendo éxito en el mercado. Existe un mayor grado de competencia cuando los clientes tienen mayores opciones de compra de un mismo producto. Si no existe mayor diferenciación en el producto ofertado al público el precio será un factor determinante para la compra.

## **2.3. Marco Legal.**

### ***2.3.1. Las asociaciones turísticas en el Ecuador.***

El turismo comunitario en el Ecuador aparece en la década de los 80s, cuando las poblaciones se oponían a la explotación de los recursos naturales como el petróleo y la madera. Este tipo de extracción no solo afectaba el medio ambiente sino también les quitaba el territorio a las comunidades. En este sentido para agruparse y formar emprendimientos turísticos para las localidades se agrupaban en asociaciones y organizaciones.

Las experiencias que ofrecen las comunidades a los visitantes son únicas y permiten que los recursos se vuelvan sostenibles y sustentables, además logran generar un aporte a la economía de las familias quienes buscan mejores oportunidades a base del turismo.

El concepto de una asociación de acuerdo con el Art. 55 de Constitución del Ecuador (2008) nos menciona que son “Las personas usuarias y consumidoras

podrán constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos, y las representen y defiendan ante las autoridades judiciales o administrativas”.

La conformación de una asociación en el Ecuador es una de las estrategias que las organizaciones buscan para desarrollar proyectos técnicos o de desarrollo. Los procesos para la conformación son sencillos y eficientes ya que se han facilitado y se lo puede hacer a de forma virtual o presencial. En este sentido hay que cumplir ciertos requisitos los cuales establece el Ministerio Inclusión Económica y Social (2017) los cuales se presentan a continuación:

- 1.- Original y copia de la solicitud de registro de la directiva, debidamente firmado por el representante legal.
- 2.- Convocatoria o Auto convocatoria a la Asamblea en la que conste la elección de la directiva (indicar el periodo de inicio y de terminación).
- 3.- Acta de la Asamblea original o copia certificada por el secretario de la organización, en la que conste la elección de la directiva.

En este contexto las actividades de turismo se consideran las que desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual entre estas tenemos alojamiento, servicio de alimentos y bebidas, transportación, operación, y casinos (Ministerio de Turismo, 2014).

### **2.3.2 Proceso para la regulación de las organizaciones de turismo comunitario:**

De acuerdo con el Art. 8 del Ministerio de Turismo (2010) del reglamento para los centros de turismo comunitario menciona cuales son los requerimientos para la regulación de un centro de turismo comunitario los cuales se presentan a continuación:

- a) Solicitud de registro dirigida al Ministerio de Turismo en el que se indicará el o los servicios turísticos a prestar;
- b) Documento que demuestre la personalidad jurídica de la comunidad;
- c) Nombramiento que acredite la representación del peticionante;
- d) Acta de asamblea general de la comunidad en la que conste que ha decidido registrarse en el Ministerio de Turismo, con la firma de los miembros presentes;
- e) Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo por un mínimo de 40 horas.

Adicionalmente es necesario que el CTC entregue al Ministerio de Turismo un documento de estructura orgánica del Centro de Turismo Comunitario;

- f) Pago del valor de registro estipulado por el Ministerio de Turismo;
- g) Copia certificada del registro único de contribuyentes, de la persona jurídica solicitante, en la que conste, como uno de sus objetivos la prestación de servicios turísticos; y,
- h) Informe técnico que justifique la calidad comunitaria de la iniciativa que solicita el registro, expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana Ministerio de Turismo (2010).

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA

#### 3.1. Descripción del territorio de estudio

El territorio de estudio tomada en cuenta para el presente trabajo de investigación está ubicado en la comunidad San Jacinto, parroquia Tarqui, cantón Pastaza, provincia Pastaza (véase figura 5). La historia de la asociación se remonta al año 2018, inicialmente fueron 14 los miembros fundadores y la actividad destinada fue a la piscicultura. Años más tarde, apuestan por aprovechar los recursos naturales y culturales de forma empírica para las actividades recreacionales y de turismo comunitario.

**Figura 5**

*Ubicación de caso de estudio*



*Nota.* Tomado de (Guaman, 2022)



A principios del 2020 previo a la pandemia de la Covid 19 se realiza la modificación del reglamento interno y la actualización de los miembros de la asociación. En el nuevo reglamento se definen las actividades de la asociación, se prioriza el turismo como el principal eje. Además, se presentan lineamientos para la conservación de los recursos naturales como la salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial.

La provincia de Pastaza se caracteriza por tener uno de los territorios más grandes del Ecuador, alberga una gran cantidad de biodiversidad de flora y fauna, así como de 7 nacionalidades. Los miembros de la asociación se identifican en un 100% a la nacionalidad Kichwa. Mantienen creencias tradicionales, costumbres únicas de la región y un gran respeto por la naturaleza.

Las actividades de turismo han tenido gran realce en los últimos años, es así como se cuenta con ingresos semanales de 5 a 10 turistas entre nacionales o internacionales. Así también, la asociación cumple con los lineamientos de la conservación y de la economía naranja. En el año 2020 con la realización de los estudios del diagnóstico del territorio y de los recursos naturales y culturales, nace la importancia de generar estrategias de direccionamiento estratégico de la organización.

### **3.2. Enfoque y tipo de investigación**

#### **3.2.1. Enfoque**

Su estructura es de enfoque cuantitativo de forma descriptivo en búsqueda de las capacidades turísticas de la provincia y de la asociación. Se planteo la realización de 1 encuesta a los gestores de la organización, es decir, los directivos de la asociación con el fin de obtener información actualizada y tener una mejor perspectiva de lo que está atravesando la organización para el planteamiento de estrategias de direccionamiento que permitan el fortalecimiento y posicionamiento en el mercado local y nacional. Además, se utilizó el método de entrevista aplicada a los gestores políticos que influyen en la toma de decisiones y creación de nuevas estrategias y reglamentos con el fin de

posicionar a Pastaza como uno de los destinos turísticos del país. Las características que se tomaron en cuenta para la selección de los entrevistados es que tengan algún tipo de conocimiento directo en administración la gestión de recursos naturales o culturales.

### 3.2.2. Tipo de Investigación

La presente investigación fue de tipo descriptivo con la búsqueda de propiedades de comportamiento de la asociación en cuanto a los componentes naturales y culturales con el fin de utilizar estos resultados en futuras investigaciones y en casos de estudios similares. Conocer el comportamiento de la organización actores políticos organizaciones no gubernamentales y los posibles clientes potenciales de una organización es imprescindible para plantear estrategias viables y sostenibles en beneficio de cada uno de los gestores.

### 3.3. Definición y operacionalización de variables

Se establecen las variables turísticas, sociales y económicas los cuales permiten obtener una información detallada de las potencialidades del área de estudio y establecer estrategias para el posicionamiento en el mercado local y nacional a través de la dirección estratégica.

#### 3.3.1. Operacionalización de variables

**Tabla 3**

*Variables tomadas en cuenta para el proceso de la investigación*

<b>Variables</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Criterios</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Técnica</b>	<b>Instrumento</b>
Análisis externo	Potencialidad y problemática externa de la empresa	Entorno económico	Inflación-políticas salariales	Encuesta	Cuestionario
		Entorno político	Normativa legal-estabilidad política	Entrevista	Formulario
		Entorno social	Empleo - pobreza	Encuesta	Cuestionario

		Entorno sociocultural	Valores culturales	Encuesta	Cuestionario
		Dirección	Modelo de direccionamiento	Encuesta	Cuestionario
	Potencialidad y problemática interna de la empresa	Marketing y comercialización	Producción de paquetes ofertados	Encuesta	Cuestionario
Análisis interno		Gestión de calidad y recursos humanos	Calidad de servicios ofertados	Encuesta	Cuestionario
		Recursos humanos y financieros	Inversión-estabilidad laboral	Encuesta	Cuestionario

*Nota.* Elaboración propia en base a la propuesta de (Noboa, 2018)

### 3.4. Procedimientos

Para llevar a cabo esta investigación, se ha elegido el método inductivo, ya que este enfoque facilitó la exploración de forma detallada cada una de las particularidades de la asociación Guayusa Runa, empezando por el análisis de sus capacidades turísticas y principales elementos internos y externos que afectan su desarrollo. El método inductivo permitió recoger información específica de la asociación y, mediante la metodología de las 5 estrellas de SENPLADES, se detectó patrones y tendencias en la gestión de sus recursos. Esta observación detallada ayudó a construir un diagnóstico claro sobre las fortalezas y debilidades actuales, que fueron claves para la formulación de lineamientos estratégicos.

Mediante estos procedimientos se puede manifestar que la idea a defender es que el direccionamiento estratégico permite que las empresas puedan mejorar las capacidades de recursos y gestión para lograr su posicionamiento y consolidación en el mercado.

**Capacidades turísticas que tienen las asociaciones de turismo en la provincia de Pastaza.**

Se realizó una investigación en base al método de revisión bibliográfica acerca de las capacidades turísticas de la provincia de Pastaza en fuentes bibliográficas como el Plan de Ordenamiento de la provincia de Pastaza (Anexo 1), Plan de Ordenamiento del cantón Pastaza (Anexo3), catastro turístico y oferta y demanda turística de la página del Ministerio de Turismo. Además, se empleó el método de entrevista (Anexo 6) a la Ing. Regalado Rodríguez Madelyn Johana directora de Turismo del Cantón Pastaza acerca del desarrollo de las organizaciones comunitarias de turismo. En este cuestionario se tomó en cuenta varios componentes como la potencialidad, necesidades, innovación y desarrollo de las organizaciones de turismo de Pastaza.

### **Capacidades turísticas de la asociación Guayusa Runa a partir de la metodología 5 estrellas propuesta por la SENPLADES**

Se aplicó una encuesta (Anexo 5) a los pobladores de la Comunidad San Jacinto, en base al tipo de muestreo no probabilístico por conveniencia, se seleccionó a 20 familias que están directamente en los alrededores de la asociación. Estas familias comparten características homogéneas en la vivienda, servicios básicos, socioculturales y económicas. La fuente utilizada fue una adaptación del trabajo de (Salazar et al., 2020).

Así también se realizó un análisis bibliográfico (Anexo 5) del Plan de Ordenamiento Territorial de Tarqui, estudios preliminares del territorio por parte de Guaman y Cornejo 2022 (Anexo 4) con el fin de obtener información relevante del componente biofísico, flora, fauna, patrimonio inmaterial que permitieron incrementar la calidad de información.

- **Caracterizar la Asociación Guayusa Runa mediante un análisis integral de los factores internos y externos.**

El análisis PESTEL de Guayusa Runa revelará cómo los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales impactan en su operación, además, la estabilidad política y las políticas agrícolas afectan directamente a la asociación, mientras que las relaciones locales y el acceso a

financiamiento son esenciales. Las tendencias de consumo saludable y las tecnologías modernas benefician la producción y gestión, las políticas medioambientales y el cambio climático influyen en la sostenibilidad, y el cumplimiento de regulaciones locales e internacionales es crucial para operar legalmente (Domínguez et al., 2019)

La metodología para mejorar la sostenibilidad y eficiencia de la cadena de suministro se justifica mediante el análisis PESTEL, que identifica factores externos e internos clave, permitiendo anticipar y mitigar riesgos, aprovechando oportunidades y asegurando prácticas sostenibles y responsables, además, facilita la adaptación a cambios en el entorno, manteniendo la competitividad y el cumplimiento normativo, y fomentando una cultura de mejora continua y optimización sostenible.

También, se llevará a cabo un análisis FODA que identifique las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la asociación, el cual se basará en datos recogidos a través de los instrumentos de investigación, lo que permitirá una identificación colectiva de los factores internos y externos que afectan a la organización. Además, se implementó el modelo de las cinco fuerzas de Porter para comprender la dinámica competitiva en el mercado turístico de la amazonía, evaluando aspectos como la competencia actual y el poder de negociación de proveedores y clientes.

### **Metodología Propuesta de Direccionamiento Estratégico de la Asociación Guayusa Runa**

El procedimiento metodológico para el desarrollo del plan de direccionamiento estratégico de la Asociación Guayusa Runa de la Provincia de Pastaza contempla, el planteamiento de un objetivo general y los objetivos específicos, asegurando su alineación con las necesidades y expectativas de los miembros de la asociación y las partes interesadas.

Posteriormente, con base en los hallazgos de los análisis anteriores, se elaboraron los lineamientos estratégicos que guiarán el desarrollo y la gestión de

la Asociación Guayusa Runa, que son claros, alcanzables y relevantes para las necesidades locales. Tales lineamientos se presentaron a los miembros de la asociación y partes interesadas, permitiendo ajustar las propuestas en función de sus comentarios.

Además, se elaboró un plan de acción que contempló las actividades necesarias para implementar los lineamientos estratégicos y los recursos requeridos, estableciendo indicadores de desempeño para evaluar la efectividad de las estrategias implementadas. Finalmente, se realizó evaluaciones periódicas para medir el progreso hacia los objetivos establecidos y la efectividad de los lineamientos estratégicos.

### **3.5. Consideraciones bioéticas**

Es esencial seguir ciertos procedimientos y protocolos bioéticos para llevar a cabo el plan de direccionamiento estratégico de la asociación de turismo para proteger y respetar a todos los involucrados. En este contexto se obtuvo el consentimiento informado de todos los participantes, manejo estricto de la información personal y almacenamiento seguro de los datos. La información obtenida a través de diferentes medios fue tabulada y descrita de manera específica y se espera un beneficio mutuo entre la comunidad y la academia.

## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADOS**

#### **4.1. Capacidades turísticas de las asociaciones de turismo en la provincia de Pastaza.**

##### **4.1.1. Análisis del entorno físico y geográfico**

- **Características generales de la provincia.**

La provincia de Pastaza se encuentra en el corazón de la amazonia ecuatoriana. Se crea en el año de 1959. Está limitada al norte con las provincias de Napo y Orellana, al sur con Morona Santiago, al este con la provincia del Perú, al oeste de la provincia de Tungurahua. Sus cantones son: Pastaza, Mera, Santa Clara y Arajuno (Gobierno Autónomo de la Provincia de Pastaza, 2019).

- **Relieve y clima**

Su temperatura oscila entre los 18° y 33°C teniendo un microclima cálido húmedo tropical. Alcanza una altura mínima de 162 m.s.n.m al este y 3194 m.s.n.m en su punto más alto al oeste de provincia. Su precipitación anual oscila entre los 2000 a 4000 mm/año.

- **Atractivos**

La provincia de Pastaza presenta múltiples atractivos naturales los cuales se presentan a continuación, en la Tabla 4.

**Tabla 4***Atractivos Naturales - Provincia de Pastaza*

<b>N°</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Atractivos naturales</b>	<b>Atractivos culturales</b>
1	Santa Clara	2	
2	San José	1	
3	Arajuno		4
4	Curaray	2	
5	Mera	7	1
6	Shell	2	
7	Madre tierra	2	4
8	Puyo	5	17
9	Teniente Hugo Ortiz	1	1
10	Fátima	3	1
11	Tarqui	1	11
12	Canelos		1
13	Simón Bolívar	3	7
14	Pomona	2	2
15	Veracruz	3	2
16	Diez de agosto	2	
17	El triunfo	1	1
18	Sarayaku		2
19	Montalvo		1
20	Rio corrientes		1
21	Rio tigre		3
	<b>TOTAL</b>	<b>37</b>	<b>59</b>

*Nota.* Adaptado de Gobierno Autónomo de la provincia de Pastaza (2019)

De acuerdo con el Gobierno Autónomo de la Provincia de Pastaza (2019), se cuenta con 37 atractivos naturales y 59 atractivos culturales. La mayor cantidad de naturales se encuentran en Mera, mientras que los culturales se encuentran en Puyo y seguido de Tarqui.



#### 4.1.2. Infraestructura turística

La provincia de Pastaza ofrece una experiencia turística completa y diversa, con una infraestructura que, aunque aún en desarrollo, permite a los visitantes disfrutar de la riqueza natural y cultural de la Amazonía ecuatoriana, enfrentando desafíos como la necesidad de mejorar las vías de acceso y la infraestructura básica en algunas áreas remotas. Sin embargo, estos desafíos también presentan oportunidades para el desarrollo sostenible, la inversión en ecoturismo y la implementación de prácticas turísticas que preserven el medio ambiente y respeten las culturas locales. De acuerdo con el MINTUR (2024) en el 2024, Pastaza cuenta con un total de 150 establecimientos turísticos, entre ellos hoteles, hostales y eco-lodges, que ofrecen diversas opciones de alojamiento y servicios para los turistas que desean explorar esta fascinante región (Tabla 5).

**Tabla 5**

*Infraestructura de la provincia Pastaza*

UBICACIÓN																		
	BAR	RESTAURANTE	CAFETERÍA	SALA DE RECEPCIONES Y BANQUETES	CASA DE HUÉSPEDES	DISCOTECA	ESTABLECIMIENTO MÓVIL	AGENCIA DE VIAJES DUAL	AGENCIA DE VIAJES INTERNACIONAL	HOSTAL	HOSTERÍA	HOTEL	LODGE	OPERADOR TURÍSTICO	CENTROS DE TURISMO COMUNITARIO	REFUGIO	TRANSPORTE TURÍSTICO	INMUEBLES HABITACIONALES
PUYO	39	66	12	1	2	7	1	2	3	27	9	10		8			5	
MERA	1	5						1		1	1	1	1	1				
SANTA CLARA		2			1	1				1			1					
SAN JOSÉ																1		
MONTALVO													1		1			
VERACRUZ	1	2											1					
SHELL	2	1	1							1	2			1				1
MADRE TIERRA		1		1														



En los últimos años se tiene una cifra decreciente, teniendo el punto más bajo en el año 2020 con 468894 turistas, esto se justifica por la pandemia de la Covid-19 que generó un impacto negativo a nivel mundial.

El perfil de ingreso está representado por el 54% por hombres y un 46% por mujeres y la edad promedio es de 30 a 39 años. La vía de ingreso más utilizada es la aérea con un 81% mientras que la terrestre ocupa un 19%. El origen de visitantes es liderado por Estados Unidos con el 35,80% seguido de Colombia y España con el 15,07% y 8,36% respectivamente.

La provincia de Pastaza es una de las provincias menos visitadas con apenas el 0.5% siendo Puyo la ciudad que ocupa el 0,3% de este total. Uno de los lugares más visitados es el jardín Botánico Omaere.

#### ***4.1.4. Competitividad y posicionamiento turístico rural***

A continuación, se presentan los resultados de la entrevista realizada a la Ing. Maydelyn Regalado directora de turismo del cantón Pastaza acerca de la competitividad, influencia política y sostenibilidad y fortalecimiento e innovación.

La provincia de Pastaza presenta muchas asociaciones o comunidades que se dedican al tema de la actividad turística, son conocidos en territorio como asociaciones o comunidades que desarrollan turismo comunitario rural. Estas asociaciones están constituidas de manera legal ya que es un requisito que es exigido por los gobiernos autónomos descentralizados.

En décadas anteriores la actividad turística en el sector rural no era una opción. En el sector rural las comunidades y/o las nacionalidades se dedicaban a actividades de la chacra, ganadería y pesca, sacando sus productos para venderlos en la ciudad. A medida que avanza el tiempo y con la fiebre que se está dando a nivel mundial, de que obviamente la Amazonía es el pulmón del mundo, que la Amazonía cuenta con recursos de flora, fauna, recursos de agua, que van a permitir en un futuro que el mismo planeta se pueda sostener, ha sido

el pilar fundamental para que las nacionalidades o las comunidades le vean al turismo como una alternativa económica.

A partir de este conocimiento previo las comunidades han empezado a organizarse, capacitarse, mejorar sus espacios físicos y han creado una oferta turística que tiene mucho que ver con la cultura que ellos tienen, con las nacionalidades, con su modo de vida, esto permite al turista llegar a su espacio físico y darles a conocer cómo ellos viven, cuáles son sus creencias y su cosmovisión. Esto ha generado un gran impacto logrando como resultado que organizaciones internacionales estén apoyando estas iniciativas.

Al igual que todo proyecto, las organizaciones han enfrentado dificultades al implementar estos emprendimientos. Uno de los principales problemas que ellos han tenido es la falta de conocimiento, por ejemplo, desconocen los procedimientos para conformarse como una organización de manera legal. Otro de los problemas que han tenido es ya al momento de desarrollar un proyecto turístico, no saben cómo hacerlo, no saben por dónde empezar, tienen sus ideas, pero no saben cómo eso plasmarlo en un proyecto.

Algunas ONGS han apoyado estas iniciativas y desarrollado y ayudado a conciliar estos proyectos, sin embargo, otro problema que surge a partir de esto es que las comunidades no saben cómo administrar el negocio, en los temas de cobros, ingresos, egresos y reinversión y esto se vuelve insostenible a mediano o largo plazo teniendo que pausar o cerrar definitivamente.

#### ***4.1.5. Influencia política y sostenibilidad***

El Ministerio de Turismo es el ente regulador de las empresas que se dedican a la prestación de servicios. Tienen diferentes iniciativas para la regulación de emprendimientos, así como la capacitación continua para el mejoramiento e innovación de la calidad de servicio. Tanto el gobierno autónomo descentralizado de la provincia y el cantón Pastaza aportan con todo el apoyo técnico que necesitan para que ellos puedan llegar a ser ofertados como un destino turístico que tiene todo en regla.

El turismo sostenible es una de las alternativas al turismo de masa, es la búsqueda de equilibrio entre el ambiente, la economía y la cultura local. En este contexto, como todos a nivel general, las comunidades necesitan obviamente el recurso económico para poder sostenerse en él. Entonces, hay muchas comunidades que han dejado el tema de aprovechar, por así decirlo, el recurso flora y fauna. Por ejemplo, han dejado de talar árboles, han dejado de pescar, han dejado de hacer sus chacras de la manera tradicional como antes.

La adaptación de estas prácticas ha ayudado obviamente a preservar los recursos que ellos tienen. A partir de esto nace la pregunta y/o reto de: “¿Dejo de realizar estas actividades que causan el daño al ambiente, pero que recibo a cambio por dejarlo de hacer?”. Como gobierno se han creado proyectos de apoyo a estas organizaciones, pero el reto es bastante fuerte, debido a que la costumbre en las comunidades es el tema de las familias que son muy extensas, es decir a mayor población obviamente se requieren mayores recursos para cubrir las necesidades insatisfechas.

A partir del siguiente argumento, la propuesta es el fortalecimiento de las organizaciones e iniciativas de turismo a tal punto de que ellos tengan ingresos suficientes para que no puedan desaprovechar el recurso natural, flora, fauna, agua, que tienen dentro de sus comunidades.

Otra de los momentos que afectaron la sostenibilidad fue la pandemia de la Covid 19, esto reflejado en que la gente dejó de desplazarse de un lugar a otro y obviamente hizo que el destino Pastaza y al menos específicamente de las comunidades se quede sin visitantes y turistas, por ende, se quede sin ingresos económicos.

Como resultado de esta problemática mundial, hubo comunidades que básicamente abandonaron su proyecto turístico, se dedicaron a otra actividad, nuevamente a la ganadería, a la agricultura, y a la pesca, con la intención de poder sostener a su familia. Por otro lado, también hubo emprendimientos que estuvieron mejor organizados, aprovecharon la temporada de la pandemia para

mejorar su emprendimiento turístico, pero porque tenían ingresos que les permitían sostenerse en el tiempo.

La pandemia duró poco más de dos años y mientras duró tuvo un impacto negativo dentro de la actividad. Sin embargo, una vez que ya pasó esta fiebre de la pandemia y se empezó a normalizar lo que se estaba suscitando, la gente dejó de viajar, y definitivamente en la actualidad no ven a la Amazonía como el primer destino opción.

#### **4.1.6. Fortalecimiento e innovación**

Posterior a la pandemia se normalizaron las restricciones y el turismo volvió a recuperarse creando espacios y oportunidades de resurgir y ser más innovadores, se dio un paso gigantesco en cuanto al uso de la tecnología para el mejoramiento de ventas, captación de clientes, costos de operación y los negocios sostenibles. En este contexto la Amazonía es la región que más naturaleza tiene, recursos hídricos y atractivos diferenciadores y eso hace que el turista no solo nacional sino más bien extranjero decida viajar a la Amazonía.

Entonces, a partir de la pandemia o postpandemia se empezó a ver como que la visita de más turistas dentro de lo que es la región amazónica, específicamente en las comunidades indígenas.

La provincia invierte en la actualización de inventario de atractivos turísticos, publicidad, participación en ferias a nivel nacional enfocados en el turismo comunitario y en las nacionalidades. Gracias a estos aportes, en el año 2023 se ganaron 3 premios como uno de los destinos más visitados en Ecuador, hablando de la región amazónica.

El turismo ha sido una de las mejores alternativas para la recuperación de la identidad cultural de las comunidades de la amazonia, además apoya a la prevención de la deforestación y la caza furtiva, aporta la generación de empleos y dignifica la calidad de vida de sus pobladores.

## **4.2. Capacidades turísticas de la asociación de turismo Guayusa Runa**

Se presenta los resultados del análisis de la población de la comunidad San Jacinto con el fin de conocer sus potencialidades y problemáticas del territorio. Se calculó la muestra en base al muestreo por conveniencia ya que la población de la comunidad comparte características similares en el territorio en cuanto a la vivienda, servicios básicos, necesidades insatisfechas y calidad de vida.

### **4.2.1. Biofísico**

Para el diagnóstico del presente componente se han analizado las variables que se presentan a continuación.

#### **a) Recurso suelo**

- **Relieve:**

De acuerdo con el Gobierno Autónomo Descentralizado de Tarqui (2020) en el PDOT menciona que la comunidad de San Jacinto se encuentra inmerso en la parroquia Tarqui perteneciente al cantón Pastaza.

- **Cobertura vegetal:**

Según con el Gobierno Autónomo Descentralizado de Tarqui (2020) en el territorio hay 4595,94 hectáreas en bosque nativo y es por esto que nace la importancia de conservar el territorio y contribuye que en el sumidero de bosques naturales se almacene 482573,70 tn de CO<sub>2</sub>.

- **Uso actual del suelo**

En el año 2020 se realizó un mapeo de forma participativa en la parroquia donde se pudo constatar que existen 9.2900,85 hectáreas, de donde 3969,70 has (42,69%) son destinadas a actividades agrícola, 4.595,94 has (49,42%) de bosques nativos y 707,25 has (7,61%) en asentamientos humanos que corresponde al total superficie parroquial (Gobierno Autónomo Descentralizado de Tarqui, 2020).

## **b) Recurso agua**

Según el Gobierno Autónomo Descentralizado de Tarqui (2018) menciona que “en la parroquia se registra una serie de zonas de recarga hídrica y/o vertientes, siendo las vertientes Vencedores, Rosario Yaku, Chorreras y siete vertientes sin nombres que suman 292m78 ha y corresponde al 3,15% de la superficie parroquial”.

## **c) Recurso aire**

El recurso aire es uno de los elementos con mayor fortaleza en el territorio gracias a la inexistencia de industrias, manufactureras, automotriz o tecnológicas que emitan gases contaminantes y como resultado causen afectaciones en la salud de la población local.

## **d) Recurso faunístico**

El Ecuador alberga una gran cantidad de fauna, es considerado uno de los países más megadiversos del mundo. La Amazonía ecuatoriana mantiene uno de los territorios mejor conservados sin embargo en los últimos años se ha visto afectado en especial por la caza y la deforestación. El área de estudio presenta una gran variedad de especies entre los cuales encontramos a los mamíferos, aves, reptiles y anfibios.

## **Figura 7**

*Mirador de aves de la asociación*



A continuación, se presentan las especies más comunes del área de estudio.



- **Mamíferos**

Según Guaman (2022) donde se estudió las especies más representativas se encontró alrededor de 9 especies de mamíferos y el estado de conservación se tiene que 1 *ssp* está (CR), 2 *spp* (NT), 2 *spp* en (EN), 2 *spp* (VU), 1 *spp* en (LC) y 1 en (DD).

- **Aves**

El territorio estudiado presenta una amplia biodiversidad de especie de aves en todo su territorio que comprende desde las orillas del rio pindo y el bosque teniendo como resultado 85 especies. En cuanto al estado de conservación se presentan como resultado 83 *spp* (97,64%) de las aves en (LC) 1 *spp* (1,17%) en (VU) y 1 *spp* (1,17%) en (NT) (Cornejo, 2022).

- **Reptiles**

En cuanto a las especies de reptiles se encontraron tiene 25 *ssp* de reptiles. Su estado de conservación está representado de la siguiente manera, 12 se encuentran en (LC), 1 (VU) y 12 en (DD) (Guaman, 2022).

- **Anfibios**

En cuanto a las especies de anfibios se tiene como resultado que 9 especies de las cuales 6 se encuentran en preocupación menor (LC) y 3 con datos insuficiente (DD) (Guaman, 2022).

### **e) Recursos florísticos**

El territorio de estudio presenta se encuentra en su sitio privilegiado y por ende una gran variedad de diversidad de flora. Al estar ubicada en la amazonía ecuatoriana es privilegiada y a su vez estas son utilizadas de diversas formas, entre ellas para alimentación, ornamental, medicinal, maderables, industrial, entre otras (Guaman, 2022).

Entre las especies más representativa se encuentran: *mansoa alliacea*, *piper peltatum*, *urera laciniata*, *ananas comosus carludovica palmata*, *bactris gasipaes*, *capsicum annuum*, *dioscorea brachybotrya*, *renealmia alpinia*, *cheilocostus speciosus*, *piptocoma discolor*, *saccharum officinarum*, *dendrocalamus giganteus*, *cinnamomum*, *laurus nobilis*, *croton urucurana*, *piper nigrum*, *anthurium*, *mauritia flexuosa*, *bactris gasipaes*, *cocos nucifera*, *guadua angustifolia*, *costus woodsonii*, *carica papaya*, *heliconia rostrata*, *musa paradisiaca*, *inga edulis*, *manihot esculenta*, *cecropia obtusifolia*, *bixa orellana*, *hibiscus rosasinensis*, *teobromeae cacao*, *ochroma*, *psidium spp*, *tibouchina lepidota*, *eugenia stipilatata*, *miconia sp*, *citrus limon*, *citrus sinensis*, *pouteria caimito*, *solanum quitoense*, *nicotiana tabacum*, *cyathea* y *pourouma cecropiifolia*.

#### **f) Amenazas naturales**

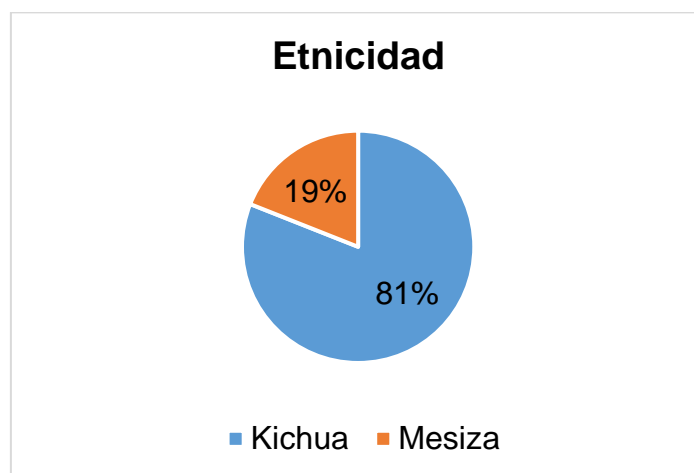
Las amenazas naturales se presentan más comunes son las inundaciones y sismos. En cuanto a las inundaciones afectan alrededor del 62% de las comunidades de la parroquia de Tarqui, los cultivos y las viviendas son las que mayormente resultan afectadas por este fenómeno (Gobierno Autónomo Descentralizado de Tarqui, 2020).

#### **4.2.2. Sociocultural**

##### **a) Demografía**

A través de la información obtenida del Gobierno Autónomo Descentralizado de Tarqui (2020) se constata que la parroquia Tarqui cuenta con alrededor de 413 habitantes, de los cuales el 81% corresponde a la nacionalidad kichwa y el 19% a la nacionalidad mestiza (Figura 8).

**Figura 8**  
*Etnicidad*



**b) Migración**

Debido a los últimos acontecimientos del país y en busca de mejorar la calidad de vida de las familias, Sin embargo, en los estudios realizados no se registra migración en los pobladores de la comunidad, pero si a nivel de la parroquia teniendo en cuenta factores como trabajo o educación.

**c) Organizaciones y tejidos sociales**

Los pobladores de la comunidad San Jacinto pertenecen a la organización campesina de la comunidad y parte de ella están ligados a la asociación Guayusa Runa que tiene distintas actividades como el turismo, agricultura, piscicultura y guianza.

**d) Patrimonio cultural intangible**

De acuerdo con los estudios realizados por Guaman (2022) (Tabla 6) menciona 20 manifestaciones culturales en el territorio de estudio que fueron desarrollados en el año 2022 a través de talleres con los miembros de la asociación los cuales se presentan a continuación. Entre las más importantes están la etnografía y las fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares.

**Tabla 6**  
*Patrimonio cultural intangible*

N°	Categoría	Tipo	Subtipo	Cantidad
1			Fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares	5
2	Manifestaciones culturales	Acervo cultural y popular	Etnografía	6
3			Medicina ancestral	2
4			Música y danza	2
5			Artesanías y artes	2
6			Gastronomía	3

*Nota.* Tomado de (Guaman, 2022)

#### **4.2.3. Económico productivo**

##### **a) Fuentes de ingresos familiares**

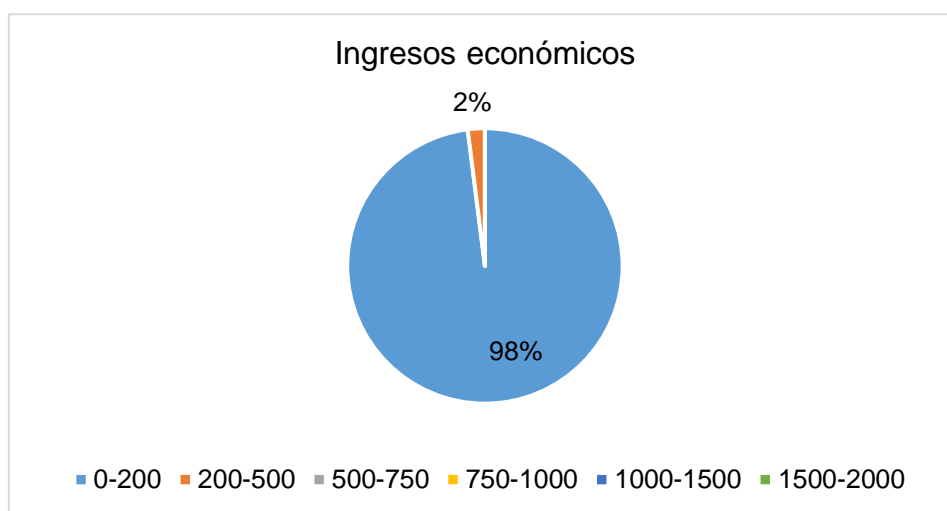
Los pobladores de la comunidad de San Jacinto se consideran en gran parte como trabajadores autónomos es decir no pertenecen ni están afiliados a alguna organización de trabajo. Gran parte de los ingresos proviene de la agricultura, piscicultura y ganadería.

En la comunidad San Jacinto, Parroquia Tarqui la actividad agrícola es practicada casi el 100% para el auto consumo y una parte es destinada para vender. Los productos que usualmente se produce son: el plátano, papa china, yuca, maíz y caña entre los principales. El lugar de venta son los distintos mercados de la ciudad del Puyo. Por otro lado, en la parte pecuaria crían pequeñas aves como gallinas y patos que son utilizadas como fuente de alimento o venta en mercados y rara vez en el intercambio de otro producto de consumo.

Al ser una comunidad que está ubicada en el área rural de la provincia y su principal actividad es la agricultura no tienen un salario fijo por parte de alguna empresa u organización. El 98% de las familias perciben un salario menor a sueldo básico y apenas el 2% tiene ingresos que superan de 200-500 dólares (Figura 9).

**Figura 9**

*Ingresos económicos*



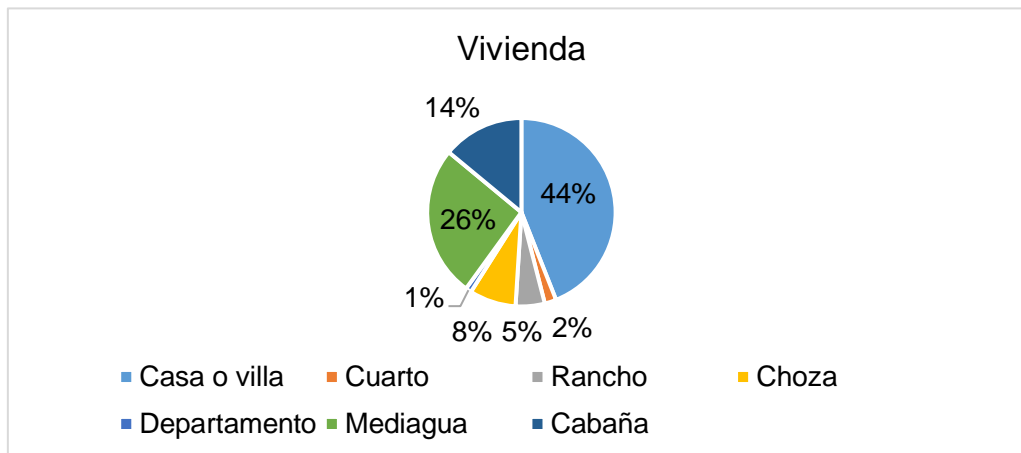
#### **4.2.4. Asentamientos humanos**

##### **a) Vivienda**

El tipo de vivienda de la población local está caracterizada en su mayor parte en casa o villa en un 44%, mediagua 26% y cabaña en un 14% (Figura 10). El techo de las viviendas es en su gran mayoría de zinc y sus paredes de hormigón, ladrillo o bloque, y el piso de cemento o tierra. El 100% de las viviendas se encuentra habitada, es propia y están ubicadas en la cabecera parroquia.

**Figura 10**

*Vivienda*



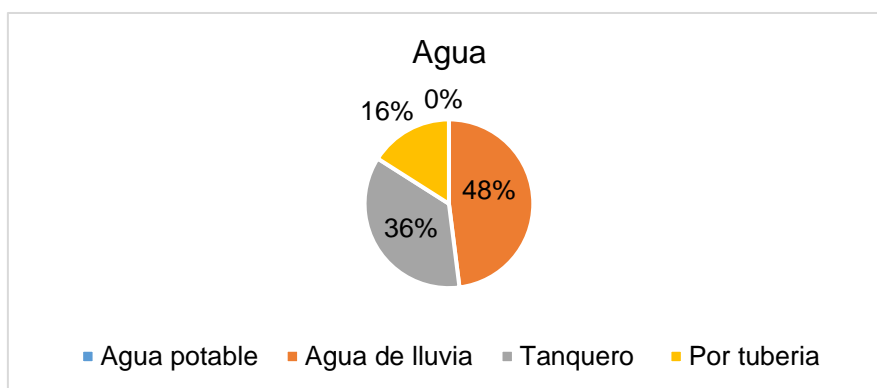
En varias viviendas de la comunidad se puede observar tienen necesidades básicas insatisfechas. Si bien es cierto disponen de energía eléctrica, requieren de agua potable y saneamiento ambiental.

**b) Agua**

El territorio de estudio presenta ciertos problemas en una de las necesidades más básicas como lo es el agua. El 0% de la población cuenta con agua potable, 16 % cuenta con agua por tubería, 36 % tiene agua en contenedores de plástico proporcionados por los gobiernos locales mientras que el 48% usan el agua de la lluvia para alimentación, riego y necesidades básicas (Figura 11).

**Figura 11**

*Agua*

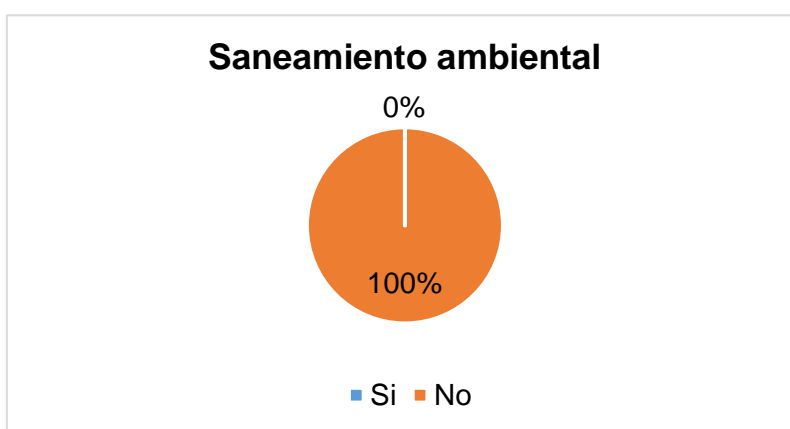


### c) Disponibilidad y caracterización de servicio de saneamiento básico

El 100% de las viviendas de la comunidad no están conectadas a una red de alcantarillado del cantón y en lugar de eso utilizan pozos sépticos desarrollados, al aire libre o en otros lugares, eso afecta en consecuencia a la infestación de insectos. Al de ser una de las necesidades básicas de la comunidad, requiere mayor atención por parte del gobierno de turno (Figura 12).

**Figura 12**

*Saneamiento ambiental*



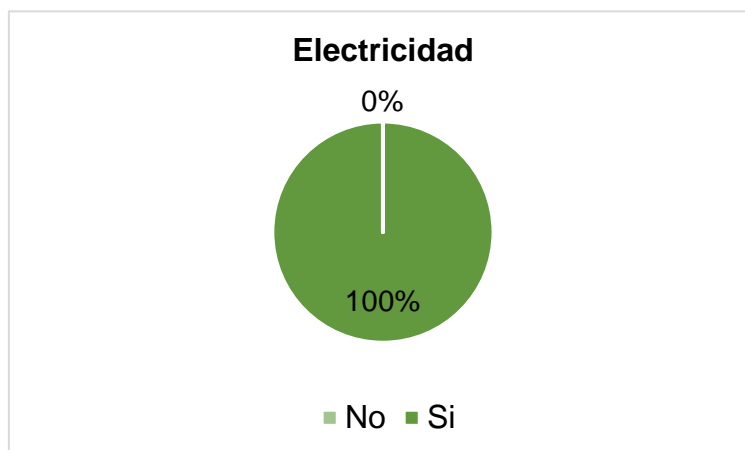
### d) Manejo de desechos solidos

En la actualidad existe un recolector de la basura que circula por la comunidad alrededor de tres veces por semana, sin embargo, muchos de los pobladores de la comunidad aún mantienen costumbres de enterrar o quemar la basura. En algunos casos la basura orgánica puede ser usada como abono para los sembríos en las chacras.

### e) Disponibilidad de servicios de electricidad

Posterior a la aplicación de la encuesta a los pobladores de la comunidad San Jacinto de la parroquia Tarqui se tiene como resultado positivo en el tema de la electricidad, es decir el 100% de la población tiene acceso a la electricidad en la comunidad.

**Figura 13**  
*Electricidad*



**f) Servicios de educación disponibles**

Actualmente en la comunidad está la unidad educativa Luis Alfredo Aguilar que va desde los novenes segundo a séptimo. Una gran parte de los niños de la comunidad se trasladan a los diferentes centros educativos de la ciudad del Puyo para continuar con sus estudios o a su vez obtener una educación de calidad.

**g) Servicios de salud**

Los habitantes de la comunidad de San Jacinto tienen diferentes opciones para la atención de sus enfermedades y dolencias presentadas en sus familiares. Una de las alternativas es el centro de salud Tipo B de la parroquia de Tarqui. Otra de las opciones es el Hospital General del Puyo. Por otro lado, en caso de que las enfermedades sean leves utilizan la medicina ancestral que han venido practicando por generaciones.

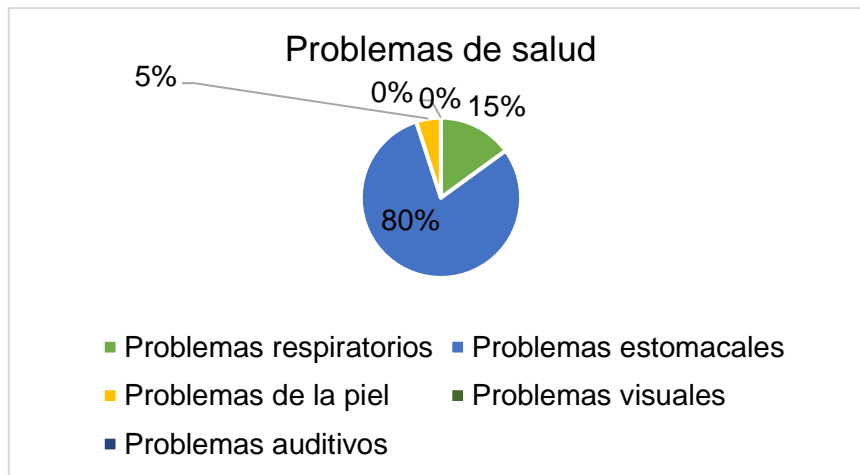
Los problemas de salud más frecuentes que se presentan en las familias de la población son problemas estomacales %80, seguido de los problemas respiratorios %15 y las de piel en un %5 (Figura 14). Los problemas de salud son principalmente ocasionados por las condiciones de vida. Varios de los miembros de las familias deciden visitar centros particulares para recibir una atención más



rápida. Finalmente, en ocasiones reciben visitas de brigadas médicas en los hogares.

**Figura 14**

*Problemas de salud*



#### **4.2.5. Movilidad, energía y conectividad**

##### **a) Servicios de transporte**

La ciudad del Puyo tiene un terminal terrestre interprovincial el cual cuenta con una gran variedad de compañías que brindan el servicio y sirven como conexión entre las diferentes ciudades del país. Cada empresa posee horarios definidos y los precios están regulados por la agencia nacional de tránsito (ANT).

##### **b) Acceso a medios de comunicación**

Los medios de comunicación tienen acceso directo, se requiere autorización previa de los dirigentes, ya sea para cubrir programa o realizar capacitaciones de las organizaciones.

##### **c) Caracterización de la red vial rural**

El acceso a la comunidad es de la ciudad de puyo en un bus urbano (40 ctvs.) hasta la parroquia Tarqui (5.8km). se puede caminar hasta la comunidad entre

15 a 25 minutos, sin embargo, existen transporte de camionetas que cobran un valor de 3 dólares.

### **4.3. Factores de análisis internos y externos que afectan a la Asociación Guayusa Runa**

#### **4.3.1. Análisis PESTEL**

Se presentan diferentes factores que son clave para el direccionamiento de la organización, estos pueden influir, positiva o negativamente.

Los factores políticos que impactan el turismo incluyen la estructura y el gobierno, las políticas comerciales y turísticas, y el apoyo a iniciativas sostenibles, son cruciales para atraer turistas e inversores. Estos factores están documentados en la Constitución de Ecuador, tratados de libre comercio y diversos informes internacionales (Herrera et al., 2020).

Los factores económicos que influyen en el turismo incluyen la situación económica global y nacional, políticas fiscales, y ciclos de comercialización, las tendencias de mercado y las motivaciones turísticas son esenciales, así como la inversión en infraestructura y el crecimiento económico local. Estos factores se basan en informes de entidades como el FMI, Banco Mundial, y estudios de mercado (Largo & Posligua, 2022).

Los factores sociales que influyen en el turismo incluyen tendencias de consumo y la influencia de los medios de información, que moldean las preferencias de los turistas, las leyes nacionales e internacionales también afectan el comportamiento social y turístico, por lo que la imagen de marca y los patrones de consumo son clave para atraer y satisfacer a los turistas. La diversidad cultural enriquece la experiencia, pero el turismo masivo puede comprometer la autenticidad cultural (Pinargote et al., 2022).

Los factores tecnológicos en el turismo incluyen la legislación tecnológica, la capacidad de innovación, y el uso de tecnologías para promoción también impactan significativamente el sector, además, la brecha digital puede limitar la

información para algunos turistas, mientras que la innovación en servicios mejora la experiencia. Sin embargo, una excesiva dependencia de la tecnología puede deshumanizar la experiencia turística (Castillo & Vásquez, 2022).

Los factores ecológicos clave para el turismo sostenible incluyen prácticas ambientales, regulaciones ambientales, influencia de la conciencia ambiental de los consumidores, valor ambiental en el mercado, manejo de residuos, impacto ambiental del turismo, conservación de la biodiversidad, educación comunitaria en conciencia ambiental y la creciente popularidad del ecoturismo. Estos elementos son fundamentales para promover un turismo responsable y sostenible (Navarro et al., s. f.).

Los factores legales cruciales para el desarrollo turístico sostenible incluyen la legislación nacional e internacional que regula las operaciones turísticas, la supervisión de organismos reguladores, la protección de los derechos de los turistas y la promoción de prácticas sostenibles que conservan recursos y patrimonio cultural. Estas normativas garantizan una distribución justa de beneficios y promueven un entorno seguro y sostenible para la industria turística global (LEY DE TURISMO, s. f.).

Los resultados se presentan a continuación.

**Tabla 7**  
*Análisis PESTEL del entorno*

<b>PERFIL ESTRATÉGICO DEL ENTORNO</b>			
<b>FACTORES CLAVE DEL ENTORNO</b>	<b>Negativo</b>	<b>Positivo</b>	<b>Análisis</b>
<b>FACTORES POLÍTICOS</b>			
<b>P</b> Estructura del gobierno, tendencias políticas y duración de las legislaturas	1		La estructura del gobierno, las tendencias políticas y la duración de las legislaturas afectan la estabilidad y continuidad de las políticas públicas, impactando la implementación y sostenibilidad de proyectos a largo plazo.

Políticas relativas al comercio nacional e internacional	1	Las políticas de comercio nacional e internacional impulsan el crecimiento económico y la competitividad, facilitando el acceso a mercados globales y promoviendo la estabilidad económica y el desarrollo sostenible.
Estabilidad política nacional dentro del contexto internacional	1	La estabilidad política nacional fortalece la confianza de los inversionistas y fomenta relaciones diplomáticas sólidas, impulsando el desarrollo económico y la cooperación internacional
Políticas de promoción turística local y nacional	1	Las políticas de promoción turística local y nacional incrementan visitantes, impulsan la economía local, crean empleos y preservan el patrimonio cultural y natural.
Apoyo gubernamental a iniciativas de turismo sostenible	1	El apoyo gubernamental es esencial para el turismo sostenible, ya que brinda recursos y políticas que promueven la preservación ambiental y el desarrollo económico de las comunidades locales.
Estabilidad política favorable al turismo	1	La estabilidad política fomenta seguridad y confianza para atraer turistas e inversión en infraestructura turística, mejorando la percepción internacional del país.
Cambios inesperados en políticas turísticas	1	Los cambios inesperados en políticas turísticas pueden tener un impacto profundo en la economía regional y en la actividad turística, afectando la inversión y la percepción de seguridad para los visitantes.
Conflictos políticos que afecten la seguridad	1	Los conflictos políticos pueden socavar la seguridad al causar divisiones sociales, tensiones étnicas o regionales, y aumentar el riesgo de disturbios civiles o conflictos armados.
Corrupción que perjudique el desarrollo turístico	1	La corrupción daña el desarrollo turístico al desincentivar inversiones y deteriorar infraestructuras esenciales, además de afectar la confianza pública y la reputación internacional del destino.

---

**FACTORES ECONÓMICOS**

---

Situación de la economía y tendencias en el entorno internacional	1	La economía global y las tendencias internacionales son fundamentales para la planificación estratégica debido a su influencia en los mercados y políticas económicas, impactando directamente en la estabilidad y el crecimiento organizacional.
Impuestos y política fiscal en el país	1	Los impuestos y la política fiscal son esenciales para financiar servicios públicos y regular la economía, promoviendo la equidad social mediante la redistribución de ingresos.
Naturaleza de los ciclos de comercialización y venta	1	Los ciclos de comercialización y venta fluctúan debido a la demanda estacional y decisiones económicas, requiriendo adaptación estratégica para mantener la rentabilidad.
Factores económicos estructurales de los sectores en el país	1	Los factores económicos estructurales de los sectores incluyen infraestructura y tecnología disponibles, que afectan la productividad, junto con la mano de obra disponible y su costo, determinantes clave de la eficiencia y rentabilidad.
Tendencias en los mercados y canales de comercialización	1	Las tendencias en mercados y canales de comercialización son importantes debido a su impacto en la demanda y las estrategias de distribución y promoción.
Tendencias en las motivaciones de turismo de los ciudadanos	1	Las motivaciones de turismo están cambiando hacia experiencias auténticas y sostenibles debido a una mayor conciencia ambiental y cultural.
Inversión en infraestructura turística	1	La inversión en infraestructura turística es crucial para mejorar la accesibilidad y la experiencia del visitante, además de impulsar el desarrollo económico local a través del empleo y el crecimiento sostenible del turismo.
Crecimiento de la economía local a través del turismo	1	La inversión en infraestructura turística es crucial porque mejora la accesibilidad, la experiencia del visitante y facilita el desarrollo económico local al generar empleo y

			fomentar el crecimiento sostenible del turismo.
	Dependencia excesiva del turismo como única fuente de ingresos	1	Depender únicamente del turismo para ingresos puede ser riesgoso debido a su vulnerabilidad a crisis económicas y cambios en la demanda, dificultando la diversificación económica sostenible.
	Estabilidad económica que favorezca la inversión	1	La estabilidad económica promueve un ambiente seguro y predecible para los inversores, reduciendo el riesgo y fomentando el crecimiento económico sostenible.
	Impacto de crisis económicas globales en el turismo local	1	Las crisis económicas globales reducen el gasto de los turistas y aumentan la incertidumbre, impactando negativamente el turismo local.
	Inflación que afecte los costos operativos	1	La inflación eleva los costos operativos al incrementar precios de insumos y servicios, reduciendo el poder adquisitivo y aumentando gastos generales.
<b>FACTORES SOCIALES</b>			
	Motivaciones de compra, modas y tendencias en los mercados	1	Los motivos de compra, modas y tendencias en los mercados son cruciales al influir en las decisiones de los consumidores mediante la satisfacción de necesidades emocionales y sociales, además de reflejar cambios culturales y aspiracionales en la sociedad.
<b>S</b>	Influencia de los medios de información	1	Los medios de información son poderosos al moldear opiniones y comportamientos sociales, estableciendo agendas y difundiendo información que afecta decisiones individuales y colectivas.
	Factores sociales afectados por legislaciones nacionales o internacionales	1	Los medios de información son poderosos al moldear opiniones y comportamientos sociales, estableciendo agendas y difundiendo información que afecta decisiones individuales y colectivas.
	Importancia de la imagen de marca	1	La imagen de marca o empresa en un país es crucial porque afecta la percepción de calidad, confianza y

o de empresa en el país		atrae inversiones y consumidores, fortaleciendo la identidad nacional y la competitividad global de las empresas locales.
Patrones de compra/consumo de los consumidores	1	Los patrones de compra y consumo son cruciales para adaptar estrategias comerciales y satisfacer las necesidades del cliente de manera competitiva.
Modelos de comportamiento del turismo en el país	1	Los modelos de comportamiento del turismo ayudan a prever la demanda y adaptar estratégicamente los destinos a cambios económicos y preferenciales, optimizando la gestión y el desarrollo sostenible del sector. La valoración y preservación de la cultura local son fundamentales para mantener la identidad comunitaria y promover el desarrollo sostenible mediante el respeto y la promoción de tradiciones y conocimientos locales.
Valoración y preservación de la cultura local	1	La valoración y preservación de la cultura local son fundamentales para mantener la identidad comunitaria y promover el desarrollo sostenible mediante el respeto y la promoción de tradiciones y conocimientos locales.
Participación activa de las comunidades en el desarrollo turístico	1	La participación de las comunidades en el desarrollo turístico beneficia la sostenibilidad cultural, ambiental y económica local al empoderar a los residentes en la gestión de recursos y la creación de experiencias auténticas para los visitantes.
Conflictos comunitarios por diferencias culturales	1	Los conflictos comunitarios por diferencias culturales se originan por interpretaciones divergentes de valores y tradiciones entre grupos, complicando la comunicación y la cooperación.
Diversidad cultural que enriquece la experiencia turística	1	La diversidad cultural mejora el turismo al ofrecer experiencias auténticas y conectar a los visitantes con tradiciones locales, gastronomía y artesanías del destino.
Impacto en la autenticidad cultural debido al turismo masivo	1	El turismo masivo puede comprometer la autenticidad cultural al promover representaciones simplificadas o comerciales de tradiciones locales y alentar cambios culturales para satisfacer las expectativas de los visitantes.

Exclusión de comunidades locales en la toma de decisiones turísticas	1	La exclusión de comunidades locales en decisiones turísticas se debe a la falta de representación y canales efectivos para su participación, limitando la consideración de sus perspectivas y necesidades.
<b>FACTORES TECNOLÓGICOS</b>		
Estado del desarrollo del Turismo B2B, B2C	1	El turismo B2B y B2C ha avanzado con la digitalización y la personalización, mejorando la adaptación a las necesidades del cliente y la eficiencia operativa.
Estado de la tecnología de Información y Comunicaciones	1	El estado de las TIC es vital por su capacidad para mejorar la eficiencia, facilitar la comunicación y fomentar la innovación, crucial para la adaptación y competitividad organizacional.
Mecanismos/tecnologías de compra utilizadas por los consumidores	1	Los consumidores prefieren plataformas de comercio electrónico y aplicaciones móviles por su conveniencia y capacidad para comparar precios y productos de manera eficiente.
T Legislación aplicable relativa a la tecnología	1	La legislación tecnológica es fundamental para regular y proteger el uso adecuado de avances tecnológicos, abordando temas como la protección de datos, la ciberseguridad y el cumplimiento ético y legal.
Potencial de innovación del turismo en el país	1	El potencial de innovación en el turismo permite crear experiencias únicas y sostenibles que atraen diversidad de visitantes y promueven el desarrollo económico global.
Uso de tecnologías para promoción turística	1	El uso de tecnologías en la promoción turística facilita llegar a audiencias globales de manera eficiente y personalizada, promoviendo destinos y servicios con información detallada y facilitando la interacción directa con potenciales visitantes.
Mejora de la conectividad en la región	1	Mejorar la conectividad en una región impulsa el desarrollo económico al facilitar acceso a información y mercados globales, además de



			<p>fortalecer la cohesión social entre comunidades distantes.</p> <p>El riesgo de ciberseguridad y la protección de datos son cruciales por la dependencia tecnológica y la necesidad de proteger información confidencial ante amenazas como el robo de datos y ciberataques, con consecuencias legales, financieras y de reputación severas.</p> <p>La falta de acceso digital limita la disponibilidad de información turística, excluyendo a quienes no pueden acceder a recursos en línea y afectando la equidad en el disfrute de esta información.</p> <p>La innovación en servicios turísticos es fundamental para la competitividad y la satisfacción del cliente al ofrecer experiencias únicas y mejorar la calidad del servicio.</p> <p>La excesiva dependencia en la tecnología puede reducir la autenticidad de las experiencias al alejar a las personas de las interacciones humanas y del entorno natural.</p>
	Riesgo de ciberseguridad y protección de datos	1	
	Brecha digital que limite el acceso a la información turística	1	
	Innovación en servicios turísticos	1	
	Dependencia excesiva de la tecnología que afecte la experiencia auténtica	1	
<b>FACTORES ECOLÓGICOS</b>			
	Consideraciones ecológicas y medioambientales	1	<p>Las consideraciones ecológicas y medioambientales son cruciales para garantizar la sostenibilidad y la conservación de la biodiversidad, protegiendo así los recursos naturales y fortaleciendo la resiliencia ante cambios ambientales globales.</p> <p>Las regulaciones medioambientales nacionales e internacionales son cruciales para conservar recursos naturales, proteger la biodiversidad y asegurar un desarrollo sostenible bajo estándares de responsabilidad ambiental global.</p> <p>Las regulaciones ambientales nacionales e internacionales son cruciales para proteger los recursos naturales y la biodiversidad,</p>
<b>E</b>	Regulaciones medioambientales aplicables, nacionales e internacionales	1	
	Impacto de los aspectos medioambientales	1	

s en los consumidores		estableciendo estándares que promueven la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental globalmente.
Concepto de valor medioambiental en el mercado	1	El valor medioambiental en el mercado evalúa los beneficios económicos de los recursos naturales y los ecosistemas, integrando consideraciones ambientales en decisiones económicas para promover la sostenibilidad y mitigar riesgos ambientales.
Manejo de residuos contaminantes en el país	1	El manejo de residuos contaminantes es vital para prevenir daños ambientales y proteger la salud pública, evitando la contaminación de suelos, aguas y preservando la biodiversidad y calidad de vida.
Importancia del impacto del desarrollo turístico en el medio ambiente	1	El desarrollo turístico puede causar daños ambientales graves, como la pérdida de biodiversidad y la huella de carbono elevada debido a la infraestructura y transporte requeridos.
Conservación de la biodiversidad y ecosistemas	1	La conservación de la biodiversidad y los ecosistemas es fundamental para mantener la estabilidad ambiental y garantizar servicios esenciales para el bienestar humano a largo plazo.
Conciencia ambiental en la comunidad	1	La conciencia ambiental en la comunidad es crucial para proteger recursos naturales locales y promover prácticas sostenibles, asegurando el bienestar a largo plazo de habitantes y entorno.
Atracción de turistas interesados en el ecoturismo	1	La atracción de turistas interesados en el ecoturismo beneficia tanto a las comunidades locales como a la conservación ambiental al generar ingresos y promover la conciencia sobre la biodiversidad.
<b>FACTORES LEGALES</b>		
L Legislación vigente aplicable, en los mercados del entorno	1	La legislación vigente en los mercados garantiza cumplimiento normativo para proteger a consumidores y empresas, asegurando equidad y confianza en las transacciones comerciales.

Legislación Europea/Internacional aplicable	1		La legislación europea e internacional es crucial para garantizar estándares uniformes y protección transfronteriza en comercio, derechos humanos y medio ambiente, asegurando coherencia y colaboración global en regulación y cumplimiento normativo.
Órganos de regulación y procesos aplicables	1		Los órganos de regulación y procesos aplicables son esenciales para asegurar el cumplimiento legal y operativo, protegiendo tanto los intereses internos como externos de la organización.
Leyes de protección a los turistas	1		Las leyes de protección a los turistas son fundamentales para garantizar experiencias seguras y justas durante los viajes, promoviendo la confianza de los visitantes y apoyando el desarrollo sostenible del turismo en diferentes regiones.
Marco legal que promueva el turismo sostenible	1		El marco legal para el turismo sostenible es crucial para promover prácticas responsables que conserven recursos y beneficien a comunidades locales y visitantes.
Regulaciones que fomenten la equidad en la distribución de beneficios	1		Las regulaciones que promueven la equidad en la distribución de beneficios aseguran que comunidades locales y grupos minoritarios reciban una parte justa de los beneficios económicos, fomentando así la sostenibilidad y la justicia social.
Protección legal del patrimonio cultural y natural	1		La protección legal del patrimonio cultural y natural es esencial para preservar la identidad cultural y asegurar la sostenibilidad ambiental a largo plazo.
<b>SUMATORIA</b>	21	39	

*Nota.* Análisis propio

El análisis PESTEL ampliado para el desarrollo turístico en la provincia de Pastaza ofrece una visión detallada de los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales que influyen en la actividad turística

de la región. Con una sumatoria positiva de 39 y una negativa de 21, es evidente que los factores positivos superan a los negativos en este análisis.

El apoyo gubernamental tanto a nivel nacional como local hacia el turismo, junto con la estabilidad política, sugieren un ambiente propicio para el desarrollo turístico. Sin embargo, la posibilidad de cambios inesperados en políticas turísticas y la corrupción son áreas de preocupación.

La inversión en infraestructura turística, el crecimiento económico impulsado por el turismo y la estabilidad económica son aspectos positivos. No obstante, la dependencia excesiva del turismo como única fuente de ingresos y el impacto de crisis económicas globales son riesgos potenciales.

La diversidad cultural, la participación de las comunidades y la valoración de la cultura local son fortalezas significativas. Sin embargo, los conflictos comunitarios y la posible pérdida de autenticidad cultural debido al turismo masivo son desafíos para considerar.

El desarrollo tecnológico en el sector turístico ofrece oportunidades para mejorar la experiencia del viajero y promover destinos. Sin embargo, el riesgo de ciberseguridad y la brecha digital pueden ser obstáculos para ciertos segmentos de la población y destinos menos desarrollados.

El compromiso con la conservación del medio ambiente y la atracción de turistas interesados en el ecoturismo son aspectos positivos. Sin embargo, la gestión de residuos y el impacto del desarrollo turístico en el medio ambiente son áreas que requieren atención.

Las regulaciones que promueven el turismo sostenible y protegen el patrimonio cultural y natural son ventajas importantes. Sin embargo, la complejidad burocrática y los conflictos legales pueden obstaculizar el desarrollo turístico.

### 4.3.2. Análisis FODA

A continuación, se presenta el análisis FODA cruzado de la organización Guayusa Runa.

**Tabla 8**

*Análisis FODA cruzado de la asociación Guayusa Runa.*

		<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<b>Análisis FODA Guayusa Runa.</b>		1 Diversidad de recursos naturales y culturales en el territorio	1 Insuficientes estrategias de marketing para promocionar los paquetes turísticos
		2 Práctica de turismo sostenible y sustentable en la asociación.	2 Inexistencia de estrategias para preservar y transmitir el patrimonio cultural inmaterial. Limitada capacitación en gestión empresarial y administrativa entre los miembros de la asociación.
		3 Fácil acceso a los recursos	3 Infraestructura básica limitada para la planta turística y la asociación.
		4 Experiencia de conocimiento ancestral de los miembros de la asociación.	4 Inexistencia de programas y planes de acción para mitigar el impacto ambiental ocasionado por el turismo.
		5 Manejo y operación dentro del marco legal	5
<b>Oportunidades</b>		<b>Estrategias FO</b>	
1 Demanda creciente en el mercado	F Diseñar estrategias para la creación de experiencias turísticas exclusivas y diversificadas	<b>Estrategias DO</b>	
2 Diversificación de paquetes turísticos	O Elaborar planes de turismo sostenible para el desarrollo de actividades turísticas de forma sostenible y sustentable.	D Invertir en la actualización de herramientas y software de diseño para mejorar la eficiencia y ofrecer servicios más avanzados.	
3 Apoyo gubernamental y de organizaciones no gubernamentales	F Desarrollar programas de manejo donde se involucre los sectores gubernamentales y no gubernamentales con el objetivo de crear alianzas estratégicas.	O Diferenciarse a través de una estrategia de precios competitivos y campañas de marketing que destaquen la calidad y la singularidad de los diseños.	
4 Internacionalización de conocimientos y saberes a través de medios digitales	O Diseñar programas de participación en campañas de promoción nacional e internacional con el fin de crear posicionamiento de los saberes nacionales	D Acceder a programas de capacitación y fortalecimiento de conocimientos a través de entidades gubernamentales y no gubernamentales.	
		D Acceder a oportunidades de crédito con el objetivo de mejorar la infraestructura turística y mejorar la calidad de servicio.	

5	Centro de operaciones y apoyo a las demás organizaciones en base a la experiencia obtenida	FO5	Diseñar a largo plazo un manual de operaciones de las actividades de turismo ecológico en base a la experiencia y buenas prácticas sostenibles.	DO5	Implementar las buenas prácticas en el turismo y acceder a un programa de certificación de la calidad a nivel nacional e internacional.
<b>Amenazas</b>		<b>Estrategias FA</b>		<b>Estrategias DA</b>	
1	Pérdida de visibilidad frente a destinos turísticos más conocidos	FA1	Diversificar la cartera de servicios para incluir opciones de diseño más asequibles sin comprometer la calidad y la creatividad.	DA1	Ofrecer programas de capacitación para el equipo para garantizar una transición efectiva a nuevas tecnologías.
2	Competencia de otras organizaciones de turismo con una mejor estructura empresarial.	FA2	Destacar la experiencia y el historial exitoso del equipo en campañas de marketing para diferenciarse en un mercado competitivo.	DA2	Desarrollar estrategias de marketing que resalten las fortalezas únicas de la empresa y la calidad superior de sus servicios.
3	Existencia de una posible dilución cultural causado por la influencia externa y cambios en las tradiciones locales.	FA3	Implementar un plan de salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial de la organización para preservar sus tradiciones	DA3	Implementar un programa de fortalecimiento de los conocimientos ancestrales de forma periódica a través de actividades recreativas.
4	Conflictos sociales y políticos causado por la falta de regulación de normativas para su funcionamiento.	FA4	Regirse a los reglamentos y leyes que regulen las actividades de turismo con el objetivo de no tener problemas legales a mediano y largo plazo.	DA4	Diseñar un programa de capacitación periódica para los guías, administradores y personal de servicio con el objetivo de mejorar la calidad y fortalecer los conocimientos de la organización.
5	Impacto ambiental y perdida del ecosistema por un manejo inadecuado de las actividades de turismo.	FA5	Implementar programas de actualización de conocimientos de prácticas ambientales.		

Nota. Elaboración propia

### 4.3.3. Factores externos

Tabla 9

*Ponderación Factores Externos de la asociación de turismo Guayusa Runa.*

	Factores externos clave	Importancia	Ponderación	Evaluación	Valor
		<b>Oportunidades</b>			
1	Demanda creciente en el mercado	Medio	10%	3	0.30

2	Diversificación de paquetes turísticos	Medio	15%	3	0.45
3	Apoyo gubernamental y de organizaciones no gubernamentales	Medio	10%	2	0.20
4	Internacionalización de conocimientos y saberes a través de medios digitales	Alto	15%	4	0.60
5	Centro de operaciones y apoyo a las demás organizaciones en base a la experiencia obtenida	Medio	10%	3	0.30
<b>Subtotal</b>			<b>60%</b>	<b>15</b>	<b>1.85</b>
<b>Amenazas</b>					
1	Pérdida de visibilidad frente a destinos turísticos más conocidos	Medio	10%	3	0.30
2	Competencia de otras organizaciones de turismo con una mejor estructura empresarial	Medio	10%	3	0.30
3	Existencia de una posible dilución cultural causada por la influencia externa y cambios en las tradiciones locales	Medio	10%	2	0.20
4	Conflictos sociales y políticos causados por la falta de regulación de normativas para su funcionamiento	Bajo	5%	3	0.15
5	Impacto ambiental y pérdida del ecosistema por un manejo inadecuado de las actividades de turismo	Bajo	5%	3	0.15
<b>Subtotal</b>			<b>40%</b>	<b>14</b>	<b>1.10</b>
<b>Total</b>			<b>100%</b>		<b>2.95</b>

*Nota.* Elaboración propia

Según el análisis EFE de la organización, con un valor total ponderado de 2.95, la empresa se encuentra en una posición favorable para seguir innovando y creando paquetes turísticos. Esto beneficiará especialmente a la demanda en

constante crecimiento y abrirá oportunidades para la internacionalización de los conocimientos ancestrales a través de plataformas digitales.

Sin embargo, se debe tener en cuenta que existen variables que influyen indirectamente en estas oportunidades, como la competencia de organizaciones que ofrecen servicios similares con una mejor organización y dirección del negocio. Además, los factores políticos pueden tener un impacto significativo tanto en la demanda como en la aplicación de normativas relevantes. Por lo tanto, es importante que la empresa siga monitoreando y adaptándose a estos factores externos para maximizar sus oportunidades y mitigar posibles amenazas en el entorno operativo.

#### 4.3.4. Factores internos

**Tabla 10**

*Ponderación Factores Internos de la asociación de turismo Guayusa Runa.*

	<b>Factores internos clave</b>	<b>Importancia Fortalezas</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Evaluación</b>	<b>Valor</b>
1	Diversidad de recursos naturales y culturales en el territorio	Alto	20%	4	0.8
2	Practica de turismo sostenible y sustentable en la asociación.	Alto	10%	3	0.3
3	Fácil acceso a los recursos	Medio	10%	3	0.3
4	Experiencia de conocimiento ancestral de los miembros de la asociación	Alto	10%	3	0.3
5	Manejo y operación dentro del marco legal	Medio	10%	1	0.1
<b>Subtotal</b>			<b>60%</b>		<b>1.80</b>
<b>Debilidades</b>					
1	Insuficientes estrategias de marketing para promocionar los paquetes turísticos	Medio	10%	4	0.4
2	Inexistencia de estrategias para preservar y transmitir el patrimonio cultural inmaterial.	Bajo	5%	3	0.15



3	Limitada capacitación en gestión empresarial y administrativa entre los miembros de la asociación.	Medio	10%	4	0.4
4	Infraestructura básica limitada para la planta turística y la asociación.	Medio	10%	2	0.2
5	Inexistencia de programas y planes de acción para mitigar el impacto ambiental ocasionado por el turismo.	Bajo	5%	2	0.1
<b>Subtotal</b>			<b>40%</b>		<b>1.25</b>
<b>Total</b>			<b>100%</b>		<b>3.05</b>

*Nota.* Elaboración propia

De acuerdo con el análisis EFI de la organización, con un valor total ponderado de 3.05, la asociación se destaca como uno de los centros de turismo que ofrece servicios sostenibles. Los recursos naturales y culturales desempeñan un papel crucial en el posicionamiento de la marca en el mercado. Sin embargo, se identifican deficiencias en las estrategias de marketing para la promoción de los productos turísticos, lo que limita el alcance y la visibilidad de la asociación. Además, es imperativo implementar planes y programas para mitigar el impacto ambiental causado por la actividad turística, asegurando así la sostenibilidad a largo plazo de las operaciones y el entorno en el que opera la asociación.

#### **4.3.5. Análisis PORTER**

El análisis de Porter, conocido como el análisis de las cinco fuerzas, es una herramienta estratégica que permite evaluar la competitividad de una empresa en un sector determinado y comprender las dinámicas de su entorno. Las cinco fuerzas identificadas por Porter son la rivalidad entre competidores existentes, la amenaza de nuevos entrantes, el poder de negociación de los proveedores, el poder de negociación de los compradores y la amenaza de productos o servicios sustitutos.

A continuación, se presenta un análisis de estas fuerzas aplicado a la infraestructura turística de la provincia de Pastaza (Figura 15).

**Figura 15**

*Las 5 fuerzas de PORTER*



*Nota.* Elaboración propia a partir de la información de la empresa

### **1. Rivalidad entre Competidores Existentes**

#### **Procedimiento:**

- Se realizó un inventario de las empresas competidoras en el sector turístico local.
- Se evaluó la diversidad de servicios y la especialización en nichos como el ecoturismo.

#### **Factores:**

- Cantidad de competidores en la región.
- Diversidad de servicios ofrecidos.
- Grado de diferenciación y calidad de la experiencia.

**Calificación:** Moderada

La rivalidad entre competidores es activa, impulsada por la presencia de múltiples operadores que ofrecen servicios similares, como alojamiento, tours y actividades de aventura. A pesar de la saturación del mercado, la especialización en ecoturismo y la atención al cliente permiten a las empresas destacar. La competencia se centra en la innovación y la calidad del servicio, lo que crea un entorno donde las empresas pueden diferenciarse. No obstante, la presión sobre los precios puede ser un desafío, ya que los turistas tienden a comparar costos y beneficios antes de tomar decisiones.

**Estrategias:**

- Crear experiencias personalizadas que resalten la cultura y biodiversidad local.
- Implementar programas de fidelización para atraer a turistas recurrentes.
- Colaborar con otras empresas del sector para ofrecer paquetes turísticos integrados.

**2. Amenaza de Nuevos Entrantes****Procedimiento:**

- Se analizaron las barreras de entrada existentes en el sector turístico de Pastaza.

**Factores:**

- Inversiones iniciales necesarias.
- Conocimiento del entorno amazónico.
- Regulaciones medioambientales y políticas de sostenibilidad.

**Calificación:** Alta

La creciente popularidad de Pastaza como destino de ecoturismo atrae nuevos inversionistas, aunque las inversiones iniciales significativas en infraestructura y el conocimiento especializado actúan como barreras. Las regulaciones ambientales y las políticas locales limitan la entrada de nuevos competidores, lo que beneficia a las empresas ya establecidas que cuentan con un mejor entendimiento del mercado y relaciones consolidadas.

**Estrategias:**

- Optimizar la cadena de suministro y las prácticas agrícolas para mantener costos competitivos.
- Fomentar relaciones sólidas con clientes basadas en la calidad y sostenibilidad.
- Fortalecer alianzas con comunidades locales para aprovechar el conocimiento local y las redes establecidas.

**3. Poder de Negociación de los Compradores**

**Procedimiento:**

- Se examinó la disponibilidad de opciones para los turistas y el acceso a información.

**Factores:**

- Número de alternativas disponibles.
- Acceso a información sobre precios y servicios.
- Conciencia sobre la sostenibilidad.

**Calificación:** Alta

Los turistas en Pastaza disfrutan de un amplio abanico de opciones y tienen fácil acceso a información que les permite comparar precios y servicios. Este poder de negociación elevado se ve reforzado por una mayor conciencia sobre la

sostenibilidad. Como resultado, los operadores turísticos deben esforzarse por ofrecer experiencias únicas y de alta calidad para atraer y retener a los visitantes.

**Estrategias:**

- Informar sobre los beneficios de la guayusa para la salud y el medio ambiente.
- Implementar estrategias de marketing que resalten los aspectos éticos y sostenibles del producto.
- Desarrollar nuevos productos que se alineen con las demandas cambiantes del mercado.

**4. Amenaza de Productos Sustitutos**

**Procedimiento:**

- Se identificaron alternativas a los servicios turísticos ofrecidos en Pastaza.
- Se evaluaron los factores que podrían influir en la elección de los turistas.

**Factores:**

- Disponibilidad de destinos alternativos en la Amazonía y otras selvas tropicales.
- Singularidad de la experiencia en Pastaza.

**Calificación:** Moderada

Aunque existen alternativas en el mercado, la singularidad de la experiencia en Pastaza, que combina biodiversidad, cultura indígena y aventuras en la naturaleza, hace que sea difícil de sustituir. Los operadores deben prestar atención a las tendencias del mercado y mantenerse competitivos, destacando las características únicas de la región para mantener la lealtad de los turistas.

**Estrategias:**

- Resaltar los beneficios únicos de la guayusa, como sus propiedades antioxidantes y energizantes.
- Invertir en investigación para explorar nuevas aplicaciones y usos de la guayusa.
- Expandir la presencia en mercados donde los consumidores valoran la sostenibilidad y autenticidad.

## **5. Poder de Negociación de los Proveedores**

### **Procedimiento:**

- Se analizaron las relaciones entre los operadores turísticos y sus proveedores.

### **Factores:**

- Número de proveedores disponibles.
- Competencia entre proveedores.
- Calidad y sostenibilidad de los servicios ofrecidos.

### **Calificación:** Moderada

Los proveedores en el sector turístico, como transportistas y guías, tienen un poder de negociación moderado debido a su especialización. Sin embargo, la competencia en el sector limita su influencia. La colaboración con comunidades locales es esencial para ofrecer experiencias auténticas. Aun así, los proveedores especializados pueden influir en los precios y condiciones.

### **Estrategias:**

- Establecer relaciones a largo plazo con agricultores y cooperativas locales.
- Invertir en programas de capacitación para mejorar la calidad y sostenibilidad de la producción.

- Diversificar fuentes de suministro y asegurar la estabilidad en la cadena de suministro.

En resumen, el análisis de las cinco fuerzas de Porter para la infraestructura turística de la provincia de Pastaza revela un sector caracterizado por una competencia moderada, altas amenazas de nuevos entrantes y un poder significativo por parte de los compradores. No obstante, existe un notable potencial para diferenciarse a través de experiencias únicas y sostenibles.

Además, las oportunidades de desarrollo sostenible y ecoturismo son claves para enfrentar los desafíos relacionados con la mejora de infraestructura y accesibilidad, así como para mantener la competitividad en este dinámico sector. La implementación de estrategias adecuadas permitirá a los operadores turísticos no solo enfrentar estos desafíos, sino también prosperar en un mercado cada vez más competitivo y consciente de la sostenibilidad.

#### **4.4. Propuesta de lineamientos de direccionamiento estratégico para la Asociación Guayusa Runa**

El análisis interno y externo realizado ha permitido tener un panorama más claro acerca de las problemáticas y potencialidades del territorio de estudio. En este contexto se presentan las distintas estrategias para el direccionamiento estratégico de la asociación Guayusa Runa.

Las capacidades turísticas de la provincia de Pastaza brindan un panorama claro de los diferentes factores turísticos que son claves para la investigación hacia el posicionamiento de la organización. Las principales problemáticas son la falta de conocimiento técnico de manejo y direccionamiento de las organizaciones.

La asociación Guayusa Runa, presenta múltiples oportunidades para el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales. Estos recursos requieren un manejo técnico para lograr el posicionamiento aplicando estándares de calidad. En este contexto se presenta una propuesta de

direccionamiento empresarial aplicada al manejo de la asociación Guayusa Runa.

#### **4.4.1. Justificación**

Las estrategias de direccionamiento estratégico son fundamentales para cualquier organización, incluida la Asociación Guayusa Runa de la provincia de Pastaza, por varias razones cruciales, por lo que se proporciona un marco claro y coherente para alinear las acciones de la organización con sus objetivos a largo plazo esto significa que cada decisión y acción se toma con un propósito específico, asegurando que cada paso contribuya directamente a la misión y visión de la asociación.

La asociación Guayusa Runa debe adaptarse de manera proactiva a los cambios en su entorno, donde factores externos como políticas gubernamentales, tendencias de mercado y cambios sociales pueden impactar significativamente, tener estrategias claras y flexibles permite responder de manera eficaz y aprovechar oportunidades emergentes mientras se mitigan posibles amenazas.

Además, las estrategias de direccionamiento estratégico fomentan la cohesión y la colaboración dentro de la organización establecer objetivos comunes y claros, se fortalece el sentido de pertenencia y el compromiso de todos los miembros hacia el mismo fin, promoviendo así un ambiente de trabajo colaborativo donde cada persona comprende su rol y contribución al logro de metas compartidas, lo que potencia el trabajo en equipo y la eficiencia organizacional.

Finalmente, al establecer indicadores clave de rendimiento (KPIs) y metas alcanzables, la asociación puede monitorear su progreso y ajustar sus acciones según sea necesario, lo que no solo permite mantener el rumbo hacia los objetivos establecidos, sino que también facilita la mejora continua y el aprendizaje organizacional, garantizando así la sostenibilidad y el crecimiento a largo plazo de la Asociación Guayusa Runa en la provincia de Pastaza



#### **4.4.2. Objetivos**

- **Objetivo general**

Fortalecer el posicionamiento y la sostenibilidad de la Asociación Guayusa Runa en la provincia de Pastaza, consolidando su identidad cultural, adoptando prácticas agrícolas sostenibles, mejorando la gobernanza y gestión interna, e innovando en sus productos y procesos, contribuyendo al desarrollo económico local y respondiendo a las tendencias globales de consumo ético y responsable.

- **Objetivo específico**

1. Incrementar en un 30% la capacitación del talento humano en servicio al cliente y administración turística en un período de dos años.
2. Lograr un posicionamiento del 20% en el mercado turístico de la provincia de Pastaza, medido a través de encuestas de satisfacción y reconocimiento de marca, dentro de un plazo de dos años.
3. Estandarizar el 100% de los procesos de servicio turístico en un plazo de seis meses, asegurando la implementación de protocolos de calidad que faciliten una experiencia uniforme y satisfactoria para los clientes.

#### **4.4.3. Elementos orientadores de la organización**

- **Misión**

Nuestra misión es ofrecer productos turísticos de alta calidad y personalizados que enriquezcan la experiencia y el confort de nuestros visitantes. Nos comprometemos a operar de manera eficiente y sostenible, promoviendo la conservación del medio ambiente y el patrimonio cultural inmaterial de nuestra comunidad.

- **Visión**

En 5 años aspiramos a ser líderes reconocidos en el turismo sostenible en Pastaza, destacándonos por la excelencia en nuestros productos turísticos y nuestro compromiso con la conservación ambiental y la preservación del

patrimonio cultural. Queremos ser un referente en la industria, inspirando prácticas responsables y sostenibles en toda la región.

#### **4.4.4. Principios y valores institucionales**

**Respeto:** La asociación se caracteriza por mantener un profundo respeto hacia sus colaboradores y clientes, fortaleciendo las relaciones y ayudando al posicionamiento en el mercado.

**Honestidad:** La honestidad es un pilar fundamental para la asociación, generando confianza entre los colaboradores, el personal administrativo y los clientes.

**Lealtad:** La asociación se compromete a ofrecer innovación y calidad en todos sus servicios, fortaleciendo la lealtad de sus clientes. No solo se ofrecen servicios, sino experiencias inolvidables.

**Responsabilidad:** La asociación se compromete a brindar las mejores experiencias a sus clientes, contribuir al crecimiento de su personal y cuidar el medio ambiente mediante prácticas sostenibles.

#### **4.4.5. Marca turística de la asociación Guayusa Runa**

##### **Figura 16**

*Logotipo de la organización*



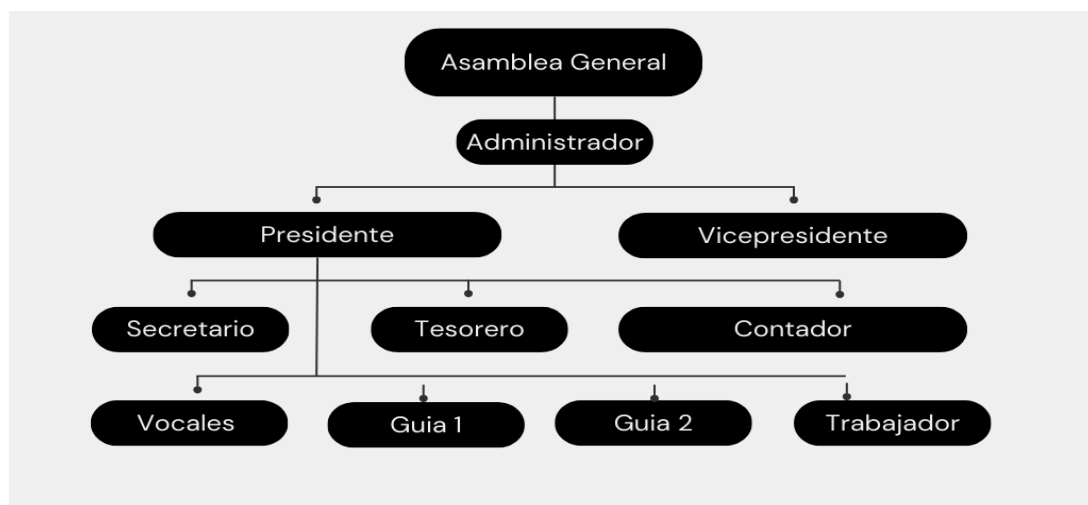
*Nota.* Logotipo original de la asociación Guayusa Runa

El diseño de la marca fue diseñado por el Sr. Hugo Guatatuca, quien utilizó su amplio conocimiento en la naturaleza y su conexión espiritual con ella, inspirándose en los sueños. La figura central representa a un hombre *kichwa* de la Amazonía, cubierto por hojas de guayusa y con el rostro pintado con símbolos característicos de su cultura. Los símbolos circundantes, como el sol, los rayos y las estrellas, representan los astros y reflejan el profundo respeto hacia la naturaleza y los ciclos de vida regidos por estos elementos. Las hojas representan el cabello y la de esta forma fueron tomadas característicamente de la hoja de guayusa y de esta forma vitalidad y fortaleza ya que a guayusa es una planta considerada como energizante y benéfica para la salud física y mental. El color dominante es el blanco característico de la comunidad que sobresale por la nobleza de todos los miembros de la asociación.

#### 4.4.6. Organigrama Estructural

La estructura organizacional de la asociación de turismo Guayusa Runa es un componente esencial para su éxito y la eficiencia de esta. Esto permitirá una mejor coordinación de actividades de turismo entre diferentes departamentos de la asociación y generar alianzas y estrategias. Está constituida por la asamblea general, presidente, vicepresidente, administrador, secretario, contadora, tesorero, vocales (Figura 17).

**Figura 17**  
*Organigrama estructural*



Nota. Organigrama estructural

#### 4.4.7. Estructura funcional de la organización

A continuación, se presenta las distintas funciones del personal tanto de administración y de la parte operativa de la organización.

**Tabla 11**  
*Estructura funcional de la organización*

N°	Cargo	Requerimiento	Funciones y obligaciones
1	Asamblea General	Ser socio de la organización	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar convocatorias ordinarias y extraordinarias para las juntas.</li> <li>Aprobar el ingreso y salida de socios.</li> <li>Generar nuevos reglamentos en base a la necesidad.</li> <li>Actualizar el reglamento interno de la asociación.</li> </ul>
2	Administrador	Ing. Administración	<ul style="list-style-type: none"> <li>Llevar la estructura de la organización de acuerdo con los estatutos y reglamentos legales.</li> <li>Generar planes de mejoras para el sector económico de la organización.</li> <li>Direccionar al personal de la empresa.</li> <li>Coordinar el sector operativo de la asociación.</li> <li>Realizar los informes financieros de la asociación</li> </ul>
3	Presidente	Fundador de la organización	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar planificación de eventos en la asociación.</li> <li>Convocar y presidir las reuniones con la asamblea.</li> <li>Realizar convenios con organizaciones con interés común.</li> <li>Presentar proyectos para la participación en ferias.</li> <li>Ser el soporte del personal de administración en caso de ausencia.</li> </ul>
4	Vicepresidente	Ser socio de la organización y ser elegido por la asamblea.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Suplir las actividades y funciones de la presidencia en caso de que este se ve ausentado.</li> <li>Cumplir con los requerimientos realizados por la asamblea y presidencia.</li> </ul>
5	Secretario	Bachiller	<ul style="list-style-type: none"> <li>Llevar documentación de los procesos de la organización.</li> <li>Redactar las actas de todas las reuniones que tenga la asamblea general.</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar la base de datos de los ingresos de los turistas.</li> </ul>
6	Tesorero	Bachiller o Tecnología en contabilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar la contabilidad y obligaciones tributarias de la organización.</li> <li>• Administrar los recursos económicos de la asociación.</li> <li>• Realizar presupuestos para la participación en eventos y ferias.</li> </ul>
7	Vocales	Ser socio de la organización.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistir a todas las convocatorias y reuniones programadas por la asamblea.</li> <li>• Coordinar y supervisar los proyectos encargados por presidencia.</li> </ul>
8	Trabajadores	Ser socio o ser contratado por parte de la organización.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar las actividades de limpieza y organización de todas las áreas de la asociación.</li> <li>• Asistir a capacitaciones designadas por parte de la asamblea.</li> <li>• Ayudar a promoción de buenas prácticas ambientales.</li> </ul>
9	Guías	Título de guía local	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistir a las capacitaciones y actualización de conocimientos de turismo.</li> <li>• Gestionar la obtención de la licencia de guía local.</li> <li>• Brindar una experiencia memorable en todos los recorridos a los turistas.</li> </ul>

#### **4.4.8. Diseño de estrategias de direccionamiento**

Para desarrollar el enfoque productivo y las estrategias ofensivas en tu investigación, se presentan las estrategias que se adaptaran al contexto de la Asociación Guayusa Runa y su posicionamiento con un enfoque de un turismo sostenible.

#### **Estrategias de Enfoque en el Ecoturismo**

En base a la revisión de investigaciones previas donde se encuentra el inventario de los recursos tanto naturales y culturales se debe diseñar experiencias sostenibles que aprovechen de manera eficiente estos recursos. El enfoque de cliente es para el sector del turismo sostenible y cultural.

Otro de los puntos es establecer estándares de calidad específicos en servicios de alojamiento, guianza y alimentación, alineados con las expectativas del turismo ecológico y sostenible. Desarrollar un programa de capacitación enfocado en la atención al cliente, promoviendo prácticas que aseguren la satisfacción de los visitantes.

Las estrategias de direccionamiento deben estar adaptadas al medioambiente es decir en desarrollo e implementación de políticas de sostenibilidad ambiental dentro de la asociación, como prácticas de manejo de residuos, uso eficiente del agua y la energía, y promoción del reciclaje. Comunicar estas prácticas a los visitantes para fortalecer la imagen de la asociación como promotora del ecoturismo.

### **Estrategias Ofensivas**

Las estrategias ofensivas fueron diseñadas para aprovechar las oportunidades del mercado, mejorando la posición competitiva de la asociación y buscando ganar participación de mercado y asegurar su liderazgo en su sector turístico de la provincia de Pastaza.

1. Diseñar paquetes turísticos dirigidos a segmentos específicos, como turismo de aventura, educación ambiental y turismo comunitario. El enfoque estará en el Ecoturismo y se deben buscar paquetes como el turismo para la observación de aves y turismo cultural.
2. Establecer convenios con operadores turísticos y agencias que se especialicen en ecoturismo y turismo sostenible. Estas alianzas pueden generar un flujo constante de visitantes y abrir oportunidades para promover la marca en mercados más amplios.
3. Participar activamente en eventos y ferias internacionales de turismo sostenible para captar la atención de operadores y visitantes interesados en experiencias de turismo comunitario y ecológico. Ofrecer incentivos especiales a quienes reserven durante estos eventos.

4. Crear una plataforma digital que permita reservas en línea, ofrezca recorridos virtuales y presente contenido multimedia sobre la historia y la cultura de la comunidad.

5. Obtener certificaciones reconocidas en ecoturismo y calidad (como ISO 14001) para fortalecer la imagen de la asociación y mejorar su competitividad. Estas certificaciones ayudarán a consolidar la reputación de Guayusa Runa como un destino comprometido con el medio ambiente y con un alto estándar de servicio.

El periodo de cumplimiento de las estrategias de direccionamiento se plantea en un periodo de 20 semanas. Es importante tomar en consideración de la propuesta en base a la aceptación de los miembros de la asociación Guayusa Runa. Es importante que el diseño e implementación de las estrategias sean verificadas por la asociación y sus representantes.

**Tabla 12**

*Estrategias propuestas*

Estrategia	Acción	Detalles	SEMANA																				Seguimiento				
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	√	o	x		
Fortalecimiento del Talento Humano	Capacitación Continua	Desarrollo de un programa de formación continua.	X			X				X			X				X				X						
	Programas de Certificación	Programas de certificación en turismo y servicios al cliente.			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X					







**Tabla 13***Presupuesto*

<b>Estrategia</b>	<b>Acción</b>	<b>Detalles</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Presupuesto (USD)</b>
<b>Fortalecimiento del Talento Humano</b>	Capacitación Continua	Desarrollo de un programa de formación continua para mejorar las habilidades del personal basado en las necesidades del mercado turístico y de la comunidad.	1	300	300
	Programas de Certificación	Programas de certificación en turismo, ecoturismo, guianza local, manejo de recursos naturales y de servicios al cliente.	3	300	900
	Sistema de Evaluación del Desempeño	Implementar un sistema basado en indicadores de desempeño vinculados a la satisfacción del cliente y el cumplimiento de estándares de calidad.	1	500	500
<b>Posicionamiento en el Mercado Turístico</b>	Marketing Digital	Diseñar una estrategia integral de marketing digital que potencie las plataformas digitales y resalte la cultura e identidad de la comunidad.	2	500	1000
	Participación en Ferias y Eventos	Planificar la participación en ferias y eventos estratégicos de turismo para el posicionamiento de la marca.	6	250	1500
<b>Estandarización de Procesos</b>	Alianzas Estratégicas	Fomentar convenios con empresas de turismo sostenible, ONGs, y universidades del país.	1	400	400
	Desarrollo de Manuales de Procedimientos	Creación de plataformas digitales para la emisión y gestión operacional y administrativa.	1	500	500

Capacitación Procedimientos	en	Formación del personal en los nuevos procedimientos.	6	300	1800
Implementación de Sistema de Gestión Calidad	un de	Adopción de un sistema de gestión de calidad (ISO 9001).	1	800	800
Auditorías Externas	Internas y	Realización de auditorías internas y externas para validar el cumplimiento.	1	900	900
<b>Total</b>					<b>8600</b>

*Nota.* Elaboración propia

#### **4.4.9. Indicadores**

A continuación, se enlistan algunos indicadores clave de rendimiento (KPIs) para cada estrategia, que son fáciles de entender y pueden ayudar a la asociación a medir su progreso.

- **Estrategia 1: Fortalecimiento del Talento Humano**

1. Índice de Participación en Programas de Capacitación Continua: Este indicador mide la cantidad de empleados que participan en el programa de formación continua en comparación con el total de empleados elegibles.

La fórmula para emplear es:

$$(\text{Número de empleados participantes} / \text{Total de empleados elegibles}) \times 100$$

La meta que se propone es que al menos el 80% de los empleados elegibles participan en el programa de formación continua.

2. Porcentaje de Empleados Certificados: Este indicador mide el porcentaje de empleados que completan con éxito los programas de certificación en turismo y servicios al cliente.

La fórmula para emplear es:

$$(\text{Número de empleados certificados} / \text{Total de empleados capacitados}) \times 100$$

La meta que se propone es que al menos el 70% de los empleados capacitados obtienen la certificación.

3. Índice de Satisfacción del Personal con el Sistema de Evaluación del Desempeño: Este indicador mide la satisfacción general de los empleados con el sistema de evaluación del desempeño.

La fórmula para emplear es:

## Promedio de calificaciones de satisfacción de los empleados

La meta que se propone es mantener una calificación de satisfacción del personal por encima del 8 (en una escala del 1 al 10).

### • **Estrategia 2: Posicionamiento en el Mercado Turístico**

1. Alcance de la Estrategia de Marketing Digital: Este indicador mide el alcance de la estrategia de marketing digital en términos de audiencia alcanzada en línea.

La métrica para emplear es:

Número total de impresiones, interacciones o visitas en línea.

La meta que se propone es aumentar el alcance en un 20% con respecto al trimestre anterior.

2. Impacto de Participación en Ferias y Eventos: Este indicador mide el impacto de la participación en ferias y eventos en términos de generación de contactos o leads.

La métrica para emplear es:

Número de contactos generados en ferias y eventos.

La meta que se propone es obtener al menos 50 contactos calificados por evento.

3. Efectividad de las Alianzas Estratégicas: Este indicador mide la efectividad de las alianzas estratégicas en términos de beneficios comerciales o promocionales.

La métrica para emplear es:

Incremento en el número de clientes o ingresos atribuibles a las alianzas.

La meta que se propone es Aumentar los ingresos derivados de las alianzas en un 15% con respecto al año anterior.

- **Estrategia 3: Estandarización de Procesos**

1. Cumplimiento de Manuales de Procedimientos: Este indicador mide el nivel de cumplimiento de los procedimientos establecidos en los manuales.

La métrica a emplear es:

Porcentaje de conformidad con los procedimientos documentados.

La meta que se propone es mantener un nivel de cumplimiento del 90% o superior.

2. Eficacia del Sistema de Gestión de Calidad (ISO 9001): Este indicador mide la eficacia del sistema de gestión de calidad en términos de cumplimiento de estándares y mejora continua.

La métrica a emplear es:

Resultados de auditorías internas y externas, tasas de no conformidad.

La meta que se propone es mantener un índice de no conformidad por debajo del 5% en cada auditoría.

3. Implementación de Recomendaciones de Auditoría: Este indicador mide la rapidez y eficacia en la implementación de recomendaciones de auditoría.

La métrica a emplear es:

Porcentaje de recomendaciones implementadas dentro del plazo establecido.

La meta que se propone es implementar el 100% de las recomendaciones dentro de las fechas límite acordadas.

- **Estrategia 4: Administrativa**

- **Cumplimiento de Manuales de Procedimientos**

**Indicador:** Porcentaje de conformidad con los procedimientos documentados.

**Métrica:** Medir el nivel de cumplimiento de los procedimientos establecidos en los manuales.

**Meta:** Mantener un nivel de cumplimiento del 90% o superior.

- **Eficacia del Sistema de Gestión de Calidad (ISO 9001)**

**Indicador:** Resultados de auditorías internas y externas, tasas de no conformidad.

**Métrica:** Evaluar la eficacia del sistema de gestión de calidad en términos de cumplimiento de estándares y mejora continua.

**Meta:** Mantener un índice de no conformidad por debajo del 5% en cada auditoría.

- **Implementación de Recomendaciones de Auditoría**

**Indicador:** Porcentaje de recomendaciones implementadas dentro del plazo establecido.

**Métrica:** Medir la rapidez y eficacia en la implementación de recomendaciones de auditoría.

**Meta:** Implementar el 100% de las recomendaciones dentro de las fechas límite acordadas.

Estas estrategias permitirán asegurar el cumplimiento de los procedimientos establecidos, mantener altos estándares de calidad reconocidos por ISO 9001,



y mejorar continuamente a través de la implementación oportuna de recomendaciones de auditoría.

- **Tablero de control**

**Tabla 14**

*Método de medir las estrategias fortalecimiento del Talento Humano*

Indicador	Fórmula	Meta	Resultado Actual	Tendencia	Análisis
Participación en Programas de Capacitación	(Empleados participantes / Empleados elegibles) x 100	>= 80%			
Porcentaje de Empleados Certificados	(Empleados certificados / Empleados capacitados) x 100	>= 70%			
Satisfacción del Personal con Evaluación	Promedio de calificaciones de satisfacción	> 8 (escala 1-10)			
<b>Interpretación Tendencia</b>					
	↑				Favorable
	→				Moderado
	↓				Desfavorable

Nota. Elaboración propia

**Tabla 15**

*Método de medir las estrategias el posicionamiento en el Mercado Turístico*

Indicador	Métrica	Meta	Resultado Actual	Tendencia	Análisis
Alcance de Estrategia de Marketing Digital	Total, de impresiones, interacciones o visitas	+20% respecto al trimestre anterior			
Impacto de Participación	Número de contactos	>= 50 por evento			

en Ferias y Eventos	generados en eventos				
Efectividad de Alianzas Estratégicas	Incremento en número de clientes o ingresos	+15%	respecto al año anterior		
<b>Interpretación Tendencia</b>					
	↑				Favorable
	→				Moderado
	↓				Desfavorable

Nota. Elaboración propia

**Tabla 16**

*Método de medir las estrategias de Estandarización de Procesos*

Indicador	Métrica	Meta	Resultado Actual	Tendencia	Análisis
Cumplimiento de Manuales de Procedimientos	Porcentaje de conformidad con procedimientos	>= 90%			
Eficacia del Sistema de Gestión de Calidad	Índice de no conformidad en auditorías	< 5%			
Implementación de Recomendaciones de Auditoría	Porcentaje de recomendaciones implementadas	100%			
<b>Interpretación Tendencia</b>					
	↑				Favorable
	→				Moderado
	↓				Desfavorable

Nota. Elaboración propia

- **Beneficiarios del diseño de estrategias de direccionamiento estratégico.**

Los beneficiarios del diseño de estrategias para el direccionamiento estratégico de la asociación Guayusa Runa son diversos y pueden incluir:

1. La Asociación Guayusa Runa en su Totalidad: La implementación exitosa de las estrategias diseñadas ayudará a la asociación en su conjunto a alcanzar sus objetivos y a cumplir su misión y visión establecidas.

2. Empleados y Miembros de la Asociación: Los empleados y miembros de la asociación se beneficiarán al recibir una mayor capacitación y desarrollo profesional, así como al participar en la mejora de los procesos internos y en la implementación de las estrategias para el crecimiento y la excelencia organizativa.
3. Clientes y Turistas: Los clientes y turistas que utilizan los servicios de la asociación se beneficiarán de una mejor experiencia y calidad en los servicios ofrecidos, lo que resulta en una mayor satisfacción del cliente y en una reputación más positiva para la asociación.
4. Comunidades Locales: Se podrían beneficiar de programas de desarrollo sostenible, creación de empleo y preservación cultural.
5. Socios y Aliados: Las estrategias bien diseñadas podrían fortalecer las relaciones con socios y aliados estratégicos, lo que resulta en colaboraciones más sólidas, intercambio de conocimientos y recursos, y oportunidades de crecimiento mutuo.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1. Conclusiones

Una vez concluido el desarrollo de la investigación se determinan las siguientes conclusiones:

- Tras analizar las capacidades turísticas de las asociaciones de turismo en la provincia de Pastaza, la investigación destaca que el turismo emerge como una herramienta clave para la recuperación de la identidad cultural de las comunidades amazónicas. Las asociaciones de turismo, al promover sus tradiciones y costumbres, no solo fomentan el orgullo local, sino que también contribuyen de manera significativa a la prevención de la deforestación, generando empleo y mejorando la calidad de vida de los habitantes. Así, se concluye que las capacidades turísticas de estas asociaciones deben ser valoradas y fortalecidas, promoviendo un desarrollo que respete y conserve el entorno natural y cultural de la región.
- El análisis realizado mediante la metodología de las 5 estrellas revela que la Asociación Guayusa Runa cuenta con fortalezas significativas que le permiten destacarse en el sector turístico. Entre estas fortalezas se encuentran la diversidad de recursos naturales y culturales, la práctica de turismo sostenible, el fácil acceso a los recursos, la experiencia ancestral de sus miembros y el cumplimiento de normativas legales. Tales características posicionan a Guayusa Runa como una entidad con el potencial necesario para ofrecer servicios turísticos de calidad, lo que refuerza la importancia de aprovechar y promover estas fortalezas para un desarrollo sostenible.
- El análisis integral de la Asociación Guayusa Runa, que incluye metodologías PESTEL, FODA y el modelo de las cinco fuerzas de Porter, revela un potencial significativo para su posicionamiento en el mercado turístico de Pastaza. Se identificaron fortalezas, como la diversidad de recursos naturales

y culturales y la experiencia ancestral de sus miembros, junto con debilidades como la falta de visibilidad y la necesidad de capacitar al personal. Además, el análisis PESTEL destacó la importancia de adaptarse a factores políticos y ambientales, mientras que el FODA identificó oportunidades en la creciente demanda de turismo responsable y amenazas en la competencia y el impacto ambiental del turismo. Por último, el modelo de Porter evidenció la intensa competencia y la necesidad de diferenciación a través de la calidad de servicios, lo que resalta la importancia de innovar y establecer alianzas estratégicas.

- El diseño de estrategias de direccionamiento estratégico para la Asociación Guayusa Runa se fundamenta en potenciar el talento humano, asegurar un posicionamiento destacado en el mercado turístico de Pastaza y estandarizar procesos que garanticen la calidad en sus servicios, siendo estrategias esenciales para fortalecer la asociación, aprovechando al máximo sus recursos y capacidades identificadas, y abordando las áreas de mejora del análisis del entorno. Al implementar estas directrices, se busca no solo el crecimiento de la asociación, sino también su consolidación como un referente en turismo sostenible en la región.

## 5.2. Recomendaciones

A continuación, se presentan recomendaciones basadas en cada una de las conclusiones previamente mencionadas:

- Para potenciar el papel del turismo en la recuperación de la identidad cultural y el desarrollo sostenible en las comunidades amazónicas de Pastaza, Se sugiere implementar programas de capacitación y sensibilización sobre la importancia del turismo sostenible, involucrando a las comunidades locales en la gestión y promoción de sus tradiciones y recursos, así como fomentar alianzas con entidades gubernamentales y ONG para fortalecer sus capacidades.
- Para consolidar y potenciar las fortalezas identificadas en Guayusa Runa, Se recomienda desarrollar campañas de marketing que resalten las fortalezas de la Asociación Guayusa Runa, orientadas a atraer a un público objetivo interesado en experiencias de turismo sostenible y cultural, así como buscar certificaciones que avalen la calidad de sus servicios.
- Para gestionar de manera efectiva todos los factores internos y externos que impactan a Guayusa Runa, se sugiere realizar un plan de monitoreo continuo del entorno, que permita a la Asociación Guayusa Runa adaptarse proactivamente a los cambios en las tendencias del mercado y en el marco regulatorio, así como fomentar la formación continua del personal para mejorar la atención al cliente y la gestión operativa.
- Para lograr los objetivos de potenciar el talento humano, alcanzar un posicionamiento destacado en el mercado turístico y estandarizar procesos en Guayusa Runa, se recomienda llevar a cabo cada una de las acciones propuestas por estrategia, como implementar programas de formación y capacitación específicos para el personal, desarrollar estrategias de marketing y promoción efectivas, establecer indicadores de desempeño y calidad para evaluar la satisfacción de los clientes, y fomentar una cultura organizacional orientada a la mejora continua y la excelencia en el servicio.

## CAPÍTULO VI

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amador-Mercado, C. Y. (2022a). El análisis PESTEL. En *Publicación semestral* (Vol. 4, Número 8).  
<https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/prepa1/issue/archive>
- Amador-Mercado, C. Y. (2022b). El análisis PESTEL. *Uno Sapiens Boletín Científico de la Escuela Preparatoria No. 1, 4(8)*, 1-2.  
<https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/prepa1/article/view/8263>
- Armijos-Robles, L., Campos-Carrillo, A., & Hidalgo-Luzuriaga, Y. (2020a). Estudio del Direccionamiento Estratégico en el Desarrollo Organizacional en Latinoamérica: Una Revisión de Literatura (2009-2018). *Economía y Negocios*, 11(1), 104-117. <https://doi.org/10.29019/eyn.v11i1.695>
- Armijos-Robles, L., Campos-Carrillo, A., & Hidalgo-Luzuriaga, Y. (2020b). Estudio del Direccionamiento Estratégico en el Desarrollo Organizacional en Latinoamérica: Una Revisión de Literatura (2009-2018). *Economía y Negocios*, 11(1), 104-117. <https://doi.org/10.29019/EYN.V11I1.695>
- Banco de desarrollo del Ecuador. (2023). *Banco de desarrollo del Ecuador*.  
<https://bde.fin.ec/turismo-2/>
- Barkin, D., & Sánchez, A. (2020). The communitarian revolutionary subject: new forms of social transformation. *Third World Quarterly*, 41(8), 1421-1441.  
<https://doi.org/10.1080/01436597.2019.1636370>
- Castillo-Reina, M. Á., & Vásquez, J. L. C. (2022). TOURIST SECTOR INNOVATION: AN APPROACH TO THE SERVICES AND THE CO-CREATION OF EXPERIENCES. *Turismo y Sociedad*, 30, 25-49.  
<https://doi.org/10.18601/01207555.n30.02>
- Constitución del Ecuador. (2008). *Constitución de la república del Ecuador 2008*.  
[www.lexis.com.ec](http://www.lexis.com.ec)

- Coraggio, J. L. (2011). *Economía social y solidaria: el trabajo antes que el capital*.
- Cornejo, J. (2022). *Proyecto de aprovechamiento aviturístico en la asociación guayusa runa, comunidad San Jacinto, parroquia Tarqui, cantón Pastaza, provincia de Pastaza* [Escuela Superior Politécnica de Chimborazo]. <http://dspace.esepoch.edu.ec/handle/123456789/17887>
- Domínguez, R., León, M., Samaniego, J., Sunkel, O., & Sánchez, J. (2019). *Desarrollo Sostenible Recursos naturales, medio ambiente y sostenibilidad 70 años de pensamiento de la CEPAL* (Cepal, Ed.; Vol. 1). Naciones Unidas. [www.cepal.org/apps](http://www.cepal.org/apps)
- Duran, L. (2022, febrero 7). *5 Metodologías de planificación estratégica*. <https://lauraduran.es/metodologias-de-planificacion-estrategica/#:~:text=Es%20un%20documento%2C%20integrado%20en,alcantar%20su%20misi%C3%B3n%20de%20futuro>.
- FEPTCE. (2007). *Manual-FEPTCE*.
- Gobierno Autónomo de la provincia de Pastaza. (2019). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la provincia de Pastaza al año 2025*.
- Gobierno Autónomo Descentralizado de Tarqui. (2018). *Actualización de plan de desarrollo y ordenamiento territorial de Tarqui 2014-2019*. [http://www.gadprtarqui.gob.ec/wp-content/uploads/2020/08/pdyot\\_tarqui\\_2018.pdf](http://www.gadprtarqui.gob.ec/wp-content/uploads/2020/08/pdyot_tarqui_2018.pdf)
- Gobierno Autónomo Descentralizado de Tarqui. (2020). *Diagnóstico del plan de desarrollo y ordenamiento territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Tarqui*.
- Guaman, J. (2022). *Diagnóstico situacional para la implementación de espacios interpretativos en el territorio de la Asociación Guayusa Runa, parroquia Tarqui, cantón Pastaza, provincia de Pastaza*. [Escuela Superior Politecnica de Chimborazo]. <http://dspace.esepoch.edu.ec/bitstream/123456789/17861/1/23T00956.pdf>
- Guevara, Lady. (2014). *Plan estratégico 2015 – 2020 para la Empresa Sociedad Suizo Peruana de Embutidos S.A. (SUPEMSA) sucursal Chiclayo* [Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo ].



- <https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/5991/BC-TES-1814%20GUEVARA%20SANCHEZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Herrera, C., Johanna, M., & Johanna, M. (2020). *Universidad Andina Simón Bolívar Análisis de las políticas públicas de turismo en Ecuador*.
- Ivars, J., & Vera, J. (2020). Planificación turística en España. De los paradigmas tradicionales a los nuevos enfoques. *Dialnet*, 1. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7042659>
- Largo Morocho Gladys Esperanza, & Posligua San Martín Marco Antonio. (2022). *Análisis de afectación económica en el sector turístico por la COVID-19 en el mirador de Turi en Cuenca-Ecuador, en el período 01 de enero al 31 de diciembre del año 2020*. 10i1.4198.
- LEY DE TURISMO. (s. f.). [www.lexis.com.ec](http://www.lexis.com.ec)
- Lucero López, D. M., Torres García, A. F., Lucero López, D. M., & Torres García, A. F. (2020). Componentes de la asociatividad empresarial y gobernanza en Áreas Naturales Protegidas con capacidades turísticas. *Economía, sociedad y territorio*, 20(64), 843-864. <https://doi.org/10.22136/EST20201597>
- Maldonado-Erazo, C. P., del Río-Rama, M. de la C., Noboa-Viñan, P., & Álvarez-García, J. (2020). Community-based tourism in Ecuador: Community ventures of the provincial and cantonal networks. *Sustainability (Switzerland)*, 12(15). <https://doi.org/10.3390/SU12156256>
- Ministerio de Inclusión Económica y Social. (2017). *Registro de Directiva de las Organizaciones Sociales sin fines de lucro. | Ecuador - Guía Oficial de Trámites y Servicios*. <https://www.gob.ec/mies/tramites/registro-directiva-organizaciones-sociales-fines-lucro>
- Ministerio de Turismo. (2010). *Reglamento para los centros turísticos comunitarios*. [www.lexis.com.ec](http://www.lexis.com.ec)
- Ministerio de Turismo. (2014). *Ley de turismo*. [www.lexis.com.ec](http://www.lexis.com.ec)
- MINTUR. (2024a). *Entradas y Salidas Internacionales - Portal de servicios*. <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/entradas-y-salidas-internacionales/>
- MINTUR. (2024b). *Feriatos Nacionales - Portal de servicios*. <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/feriatos-nacionales/>

- Navarro, C. P., Alí, D., Capdevilla, G., & Rojas, E. E. M. (s. f.). ESTRATEGIAS DE MARKETING VERDE PARA EL ECOTURISMO SUSTENTABLE EN EL CAÑÓN DEL RÍO COMBEIMA (COLOMBIA) GREEN MARKETING STRATEGIES FOR SUSTAINABLE ECOTOURISM IN THE COMBEIMA RIVER CANYON (COLOMBIA). En *Julio-Diciembre* (Vol. 12). <https://orcid.org/0000-0002-4258-4601>.
- Noboa, P. (2018). *ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO*.
- Parkin, I. (2020). *La planificación es esencial para una interpretación de calidad*. 21-23.
- Perez, F. (2020). Asociatividad empresarial: estrategia para la competitividad de las PYMES en el Ecuador. *Revista Eruditus* , 1(e-ISSN: 2697-3413), 10-94. <https://revista.uisrael.edu.ec/index.php/re/article/view/308>
- Pinargote-Montenegro, K. G., Blázquez Resino, J. J., & Martínez Ruiz, M. P. (2022). Consumption preferences and tourism sustainability in Ecuador since the post-pandemic. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(7), 537-555. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.7.36>
- Quiroa, M. (2020, agosto 1). *Análisis interno de una empresa*. <https://economipedia.com/definiciones/analisis-interno-de-una-empresa.html>
- Roux, F. (2013). *Turismo comunitario ecuatoriano, conservación ambiental y defensa de los territorios*. <http://www.feptce.org>
- Salazar, Shakira; Tierra , Nancy; Salas, M. (2020). *Diagnóstico situacional de la comunidad Capirona , parroquia Puerto Napo , cantón Tena , provincia de Napo , previo a la elaboración del inventario de atractivos turísticos Napo province , prior to preparation the of inventory of tourist attractions*. 4, 355-377. <https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/CienciaDigital/articulo/view/1360>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). *Plan nacional para el Buen Vivir 2017-2021*. <https://lauraduran.es/metodologias-de-planificacion-estrategica/#:~:text=Es%20un%20documento%2C%20integrado%20en,alcantar%20su%20misi%C3%B3n%20de%20futuro>.

Senplades. (2015). *Guía metodológica para la elaboración de Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de los Gobiernos Autónomos Descentralizados*.

UNWTO. (2019). Tourism Definitions. En *UNWTO Tourism Definitions | Définitions du tourisme de l'OMT | Definiciones de turismo de la OMT*. World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284420858>

Vinicio, A., Montoya, G., Castillo, D., Parra, F. E., Renato Chávez Velásquez, C., Montoya, A. G., Castillo Vizueté, D., Chávez Velásquez, R., Jácome, E. M., Pozo, F. Q., Santamaría, G. R., & Doi, /. (2024). *Current situation of tourism in Ecuador: challenges and opportunities*. <https://www.greenworldjournal.com/doi-030-gwj-2020>

## ANEXOS

### Anexo 1

#### Ficha de análisis de contenido

**Autor:** Jaime Orlando Guaman Naula

**Objetivo de la ficha:** Analizar las características más importantes del plan de desarrollo y ordenamiento territorial de Pastaza.

---

#### Descripción del documento

---

- |                         |  |
|-------------------------|--|
| 1. Nombre del documento | Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la provincia de Pastaza |
| 2. Número de paginas    | 377  |
| 3. Autor/es             | Gobierno Provincial de Pastaza   |

#### Indicadores

- |                             |  |
|-----------------------------|--|
| 1. Origen de la provincia   | El origen de Pastaza nace en Canelos, que con el paso del tiempo fue perdiendo su calidad de provincia, dando paso, el 13 de noviembre de 1911, al establecimiento del Cantón Pastaza y finalmente el 22 de octubre de 1959 se crea la Provincia de Pastaza con su capital Puyo, en la presidencia del Dr. Camilo Ponce Enríquez. Tiene cuatro (4) cantones, diecisiete (17) parroquias rurales y siete (7) nacionalidades indígenas. (Achuar, Shiwiar, Kichwa, Waodani, Shuar, Zapara y Andoas) |
| 2. Registro de la provincia | 22 de octubre de 1959  |
| 3. Pueblos y nacionalidades | A nivel Provincial se cuenta con la presencia de las Nacionalidades: Awá, Pastos, Otavalo y Kichwa Amazonia con una gran presencia del 45% en el Cantón Tulcán y 3% en Mira con respecto al total de la Población, seguidos por los Pastos con el 12% en el Cantón Tulcán y 1% en el   |
-

Cantón Montúfar, respecto al total poblacional, en menor escala la nacionalidad Kichwa Amazonia presenta en su totalidad un 5% en el Cantón Tulcán, el mayoría de diversidad y representatividad de pueblos y nacionalidades indígenas se encuentra concentrada en el Cantón Tulcán con el 82% de la población mientras que un 7% y 6% se encuentra el Cantón Montúfar y Mira respectivamente.

NACIONALIDADES O PUEBLOS INDIGENAS	TULCÁN	BOLIVAR	ESPEJO	MIRA	MONTUFAR	SAN PEDRO DE HUACA	TOTAL
Awa	2528	0	7	161	1	0	2697
Pastos	662	9	6	0	57	16	750
Otavalo	241	11	42	6	32	8	340
Kichwa Amazonia	264	3	10	6	1	5	289
Otra nacionalidad o pueblo	913	80	67	151	285	77	348
<b>TOTAL</b>	<b>4608</b>	<b>103</b>	<b>132</b>	<b>324</b>	<b>376</b>	<b>106</b>	<b>4424</b>

#### 4. Población y actividad económica

Actividades Económica	VAB POR CANTÓN					
	Pastaza	Mera	Santa Clara	Arajuno	TOTAL PROVINCIAL	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	15,799	893	4,315	8,656	29,663	4.9
Explotación de minas y canteras	270,700	0	0	0	270,700	44.7
Manufactura	13,390	1,042	329.5542756	224.7500046	14,986	2.5
Suministro de electricidad y de agua	5011.12665	363.0267553	110.9323567	202.3462802	5,687	0.9
Construcción	38,932	1,289	524.0758193	659.0133647	41,404	6.8
Comercio	29,667	1,513	657.7017791	397.1023612	32,235	5.3
Actividades de alojamiento y de comidas	11,043	2,002	286.153632	0	13,331	2.2
Transporte, información y comunicaciones	34,179	4,074	3,124	1,135	42,512	7.0
Actividades financieras	11,424	509.9195834	0	0	11,934	2.0
Actividades profesionales e inmobiliarias	20,342	2,992	600.7623526	191	24,125	4.0
Administración Pública	45,289	3,194	2,311	5,276	56,071	9.2
Enseñanza	28,145	3,666	1,439	4,064	37,314	6.2
Salud	17,236	2,797	2,198	41.92474433	22,273	3.7
Otros Servicios	3589.6344	263.4241209	70.43875097	51.57773979	3,975	0.7
<b>ECONOMÍA TOTAL CANTONAL</b>	<b>544,747</b>	<b>24,599</b>	<b>15,966</b>	<b>20,898</b>	<b>606,211</b>	<b>100.0</b>

#### 5. Limitaciones

Norte: Provincias de Napo y Orellana

Sur: Provincia de Morona Santiago

Este: República del Perú

Oeste: Provincia de Tungurahua

6. Patrimonio natural y cultural

Provincia	Bienes Culturales Provinciales			
	Inmueble	Inmaterial	Arqueológico	Documental
Pastaza	475	386	354	15

Fuente: (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2012)

### Caracterización geográfica y biológica

1. Superficie

3749,60 km<sup>2</sup>

2. Factores climáticos

Clima	Altura (msnm)	Temperatura (°C)	Precipitación Anual (mm)	Área (Ha)	Área (%)
Tropical Húmedo	200 - 700	22 - 26	2000 - 4000	2.736.403,95	92,70
Sub Tropical Lluvioso	700 - 900	22 - 24	4000 - 5000	78.053,53	2,64
Sub Tropical Muy Húmedo	900 - 1200	16 - 20	2000 - 4000	112.807,28	3,82
Tropical Muy Húmedo Templado Cálido	1500	14 - 18	2500 - 3000	24.635,89	0,83
TOTAL				2.951.900,65	100,00

Fuente: MAE, 2013

3. Relieve

Corresponde al área comprendida entre los 200 a 1400 m.s.n.m., que constituye la zona de contacto entre la Cordillera de los Andes y la Cuenca Sedimentaria Amazónica.

4. Rango altitudinal

100-1600 cuenca baja, pie de monte y 2600-4729(chiles) relieve montañoso

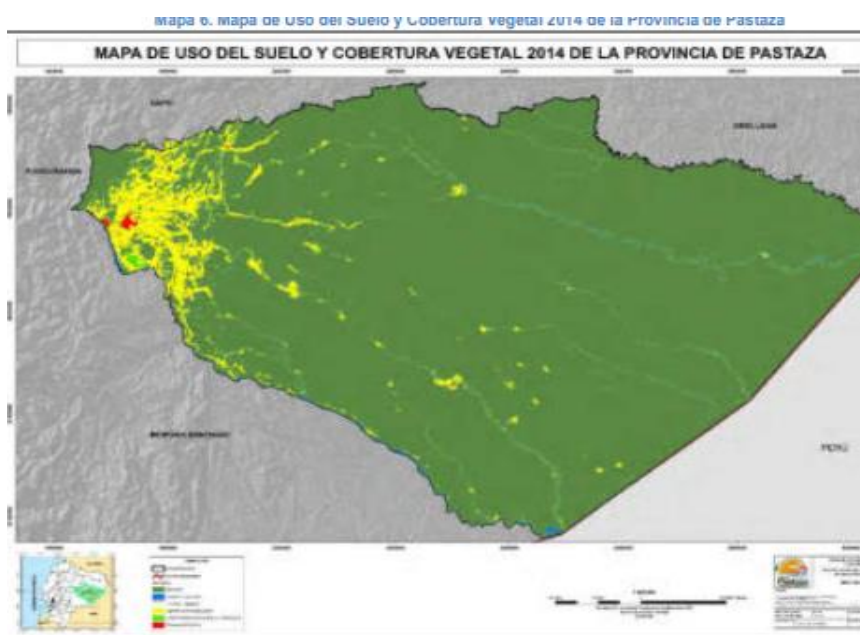
5. Formaciones geológicas

Se han determinado cuatro grandes paisajes que están directamente relacionados con los procesos geológicos y tipos de formaciones estratigráfica y estructural que definen 18 tipos de paisaje

6. Tipos de suelo

Espacios naturales: bosque nativo, tierras agropecuarias

7. Cobertura y uso del suelo



Según la cartografía base de límites internos CONALI 2016, la provincia de Pastaza tiene una superficie de

2'964.333,33 hectáreas aproximadamente; y al encontrarse en la Amazonia Ecuatoriana, la mayor parte de la cobertura del suelo es bosque.

Según el análisis de uso del suelo y cobertura vegetal (2014) el MAE, ha definido 6 categorías de uso del suelo

8. Cobertura vegetal

a nivel de todo el país (Nivel 1) (MAE & MAGAP, 2015).

1. Bosque

2. Cuerpo de Agua

3. Otras Tierras

4. Tierra Agropecuaria

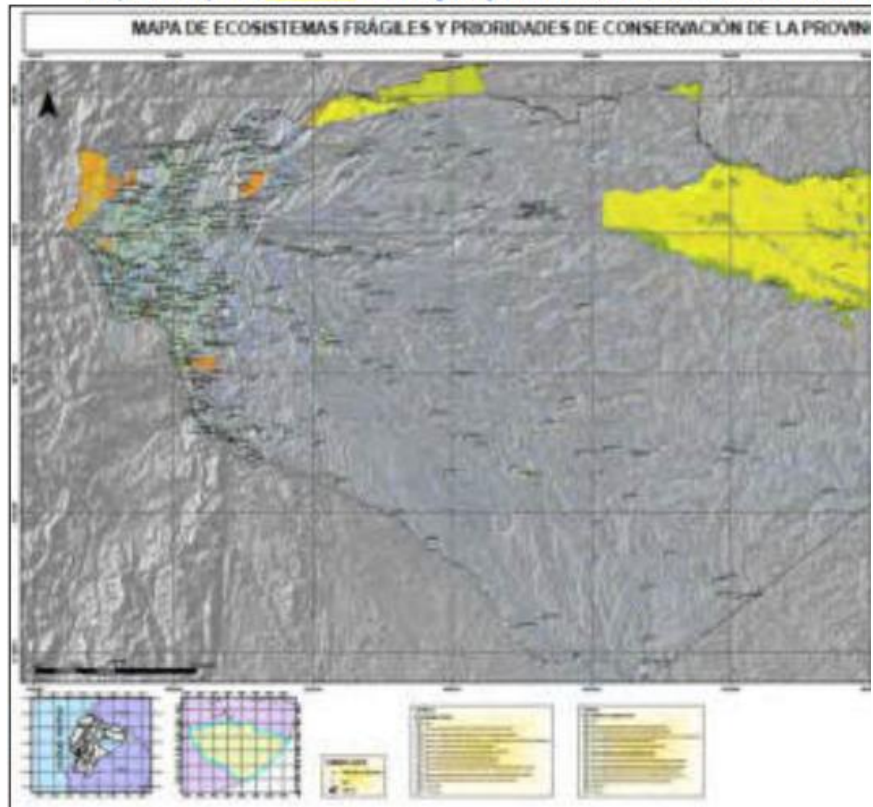
5. Vegetación Arbustiva y Herbácea

6. Zona Antrópica

9. Ecosistemas

13 con 123.481,52 ha

Mapa 11. Mapa de Ecosistemas Frágiles y Prioridades de Conservación de la P



10. Biodiversidad

11. Espacios rurales

12. Espacios urbanos

21 parroquias

4 cantones



## Anexo 2

### Ficha de análisis de contenido

**Autor:** Jaime Orlando Guaman Naula

**Objetivo de la ficha:** Analizar las características más importantes del plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia Tarqui.

---

#### Descripción del documento

---

- |                         |  |
|-------------------------|--|
| 4. Nombre del documento | Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia Tarqui |
| 5. Número de paginas    | 269  |
| 6. Autor/es             | Gobierno parroquial de la parroquia Tarqui                           |

#### Indicadores

- |                             |   |
|-----------------------------|---|
| 7. Origen de la provincia   | Corría el año de 1940 y en la espesura de la Selva Oriental, a la margen derecha del río Pindo, vivían en la actual parroquia Tarqui los indígenas. El día 27 de febrero de 1948 los militares del Batallón deciden denominar a la parroquia como Tarqui, en honor a la batalla librada a pocos kilómetros de Cuenca, en el llamado Portete de Tarqui entre tropas de la Gran Colombia comandadas por Antonio José de Sucre y Juan José Flores y las tropas peruanas comandadas por José de La Mar, en el año 1829. |
| 8. Registro de la provincia | Tarqui, logra su parroquialización con la publicación del Registro Oficial No. 800, publicado el 25 de abril de 1955  |
| 9. Pueblos y nacionalidades | En la parroquia de Tarqui la mayoría de la población se auto identifica según su cultura y costumbres como mestizo con el 52,46 % del total de la población, seguido del 41,89% de la población que se auto identifica como indígena, apenas el 2,69% de la población parroquial se considera blanco.   |
-

Auto identificación según su cultura y costumbres /Grupo Étnico	Proyección censo 2020	
	Casos	Porcentaje %
Indígena	2181	41,84
Afro ecuatoriano	35	0,68
Negro	3	0,05
Mulato	61	1,17
Montubio	52	0,99
Mestizo	2736	52,49
Blanco	140	2,69
Otro	5	0,08
<b>Total</b>	<b>5212</b>	<b>100</b>

10. Población y actividad económica

Según la proyección poblacional con el Censo INEC 2020, el 51,00% del total de la población de la

parroquia Tarqui corresponde al género masculino, mientras que el 49,00 % corresponde al género

femenino. La relación entre población masculina y femenina muestra una mínima diferencia que no

es determinante ni significativa.

Hombres 2658 Mujeres 2554

Al Norte: Con los Cantones Arajuno y Santa Clara

Al Sur: con la provincia de Morona Santiago

11. Limitaciones

Al este: con el Perú

Al oeste: con el cantón Mera y la provincia de

Morona Santiago.

12. Patrimonio natural y cultural

De acuerdo a la información de cobertura vegetal del Mapeo 2020, el 49,42% del territorio parroquial

presenta bosque natural con 4595,94 ha de la superficie parroquial, que se localiza en la zona centro

sur de la parroquia, bosques que son amenazados con la deforestación.

De acuerdo a la información de cobertura vegetal del Mapeo 2020, el 49,42% del territorio parroquial

---

	<p>presenta bosque natural con 4595,94 ha de la superficie parroquial, que se localiza en la zona centro</p> <p>sur de la parroquia, bosques que son amenazados con la deforestación.</p> <p>Caracterización geográfica y biológica</p>
13. Superficie	29.521.4633 km <sup>2</sup>
14. Factores climáticos	<p>Clima mega térmico lluvioso</p> <p>Temperatura ambiente promedio es de 25 °C.</p> <p>La geomorfología se centra en las diversas formas de relieve que presenta la corteza terrestre y los factores que contribuyen a definir las, como son los elementos climatológicos, hidrográficos, geológicos, antrópicos, etc.</p> <p>Destrucción de cultivos Pérdidas Económicas Sequia de las captaciones de agua.</p>
15. Relieve	<p>De acuerdo a la información del MAG – IEE2027, en la parroquia predomina el relieve colinado medio con el 31,85% de la superficie parroquial, seguido de la superficie de cono de esparcimiento disectado con el 20.10% de la superficie parroquial y el relieve testigo de cono de esparcimiento que corresponde al 12,53% de la superficie parroquial.</p>
16. Rango altitudinal	840 a 1100 msnm
17. Formaciones geológicas	Dentro del contexto geológico, en la mayor parte del territorio parroquial predomina las formaciones

---

---

Mera y Arajuno con el 57,24 % y 31,85% del territorio parroquial respectivamente:

18. Tipos de suelo

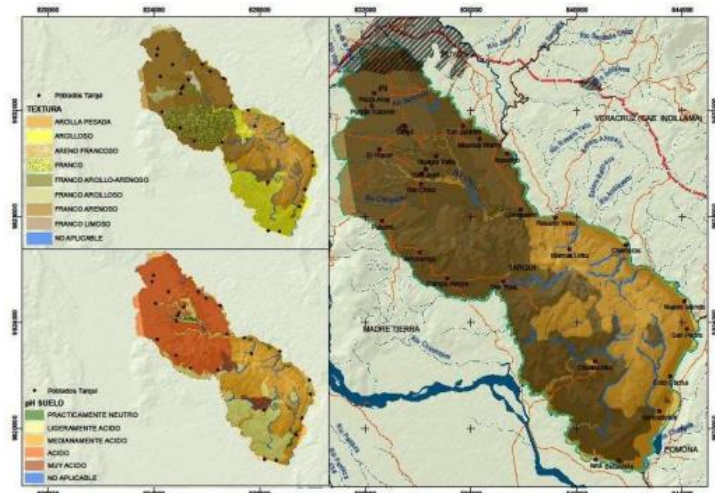
De acuerdo a la información Cartográfica del CLIRSEN-MAG 2002, la taxonomía de los suelos según

la clasificación del Suelo – Soil Taxonomy (USDA), en el territorio de la parroquia se identifica el

orden de suelo andisol e inceptisol que corresponde el 67,63% y 29,67% de la superficie parroquial

respectivamente.

19. Cobertura y uso del suelo



De acuerdo a la información de cobertura vegetal del MAE 3 2018, validada con el mapeo participativo

2020 en cuanto al uso actual del suelo, en la parroquia existen 9.2900,85 hectáreas, de donde 3969,70

20. Cobertura vegetal

has son destinadas a actividades agrícolas que corresponde al 42,69% de la superficie parroquial,

también existes 4.595,94 ha de bosques nativos que corresponde al 49,42 % de la superficie parroquial

y existen 707,25 ha en asentamientos humanos que corresponde al 7,61 % de la superficie parroquial.



21. Ecosistemas

22. Biodiversidad

23. Espacios rurales

37 comunidades

24. Espacios urbanos

1 cabecera parroquial

### Anexo 3

#### Ficha de análisis de contenido

**Autor:** Jaime Orlando Guaman Naula

**Objetivo de la ficha:** Analizar las características más importantes del plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Pastaza.

---

#### Descripción del documento

---

- |                         |  |
|-------------------------|--|
| 7. Nombre del documento | Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del Cantón Pastaza |
| 8. Número de paginas    | 950  |
| 9. Autor/es             | Gobierno Cantonal de Pastaza                                     |

#### Indicadores

- |                              |  |
|------------------------------|--|
| 13. Origen del cantón        | La provincia del Carchi presenta suelos coluviales y sedimentarios, caracterizados por ser suelos sueltos y superficiales en los cuales predominan areniscas, brechas, tobas, limonitas volcánicas, lavas en almohadillas, arcillas negras, argilitas grises, turbitas, lutitas negras, areniscas grises verdosa, incluye la presencia de calizas y grauvacas, la mayoría de ellas son sedimentos de origen volcánico. |
| 14. Registro del cantón      | 13 de noviembre de 1911 (Aparece como entidad Política autónoma) 5 de enero de 1921 (según nueva división territorial)   |
| 15. Pueblos y nacionalidades | En el territorio del cantón Pastaza habitan 6 nacionalidades (Kichwa, Shuar, Achuar, Shiwiar, Andwa, Zápara). Considerando la información del Censo de Población y Vivienda 2010, estos representarían aproximadamente el 32% de la población total de cantón. Además, existe la presencia de otros pueblos y grupos   |
-

étnicos minoritarios provenientes principalmente de la serranía centro del país.

La agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, como principal actividad económica, se encuentra situada mayoritariamente en la zona rural. En efecto, de acuerdo a datos de las provincias de la Amazonía, se conoce que cerca del 56% de estas actividades se realizan en la zona rural, versus el 9% que se realizarían en el sector urbano

**Tabla 30: Población ocupada por rama de actividad**

ITEM	RAMA	Nº HAB.	%
1	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	6229	26.15%
2	Comercio al por mayor y menor	3196	13.42%
3	Administración pública y defensa	2142	8.99%
4	Enseñanza	2031	8.53%
5	Construcción	2015	8.46%
6	Industrias manufactureras	1546	6.49%
7	Transporte y almacenamiento	1164	4.89%
8	Actividades de alojamiento y servicio de comidas	1113	4.67%
9	No declarado	917	3.85%
10	Actividades de los hogares como empleadores	712	2.99%
11	Actividades de la atención de la salud humana	650	2.73%
12	Otras actividades de servicios	573	2.41%
13	Actividades profesionales, científicas y técnicas	455	1.91%
14	Información y comunicación	288	1.21%
15	Actividades de servicios administrativos y de apoyo	267	1.12%
16	Actividades financieras y de seguros	185	0.78%
17	Artes, entretenimiento y recreación	136	0.57%
18	Explotación de minas y canteras	90	0.38%
19	Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	50	0.21%
20	Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	47	0.20%
21	Actividades inmobiliarias	15	0.06%
	<b>TOTAL</b>	<b>23821</b>	<b>100 %</b>

16. Población y actividad económica

17. Limitaciones

limita al norte con el cantón Arajuno, al sur con la provincia de Morona Santiago, al este con la República de Perú y al oeste con los cantones Mera y Santa Clara.

Caracterización geográfica y biológica

25. Superficie

3749,60 km<sup>2</sup>

---

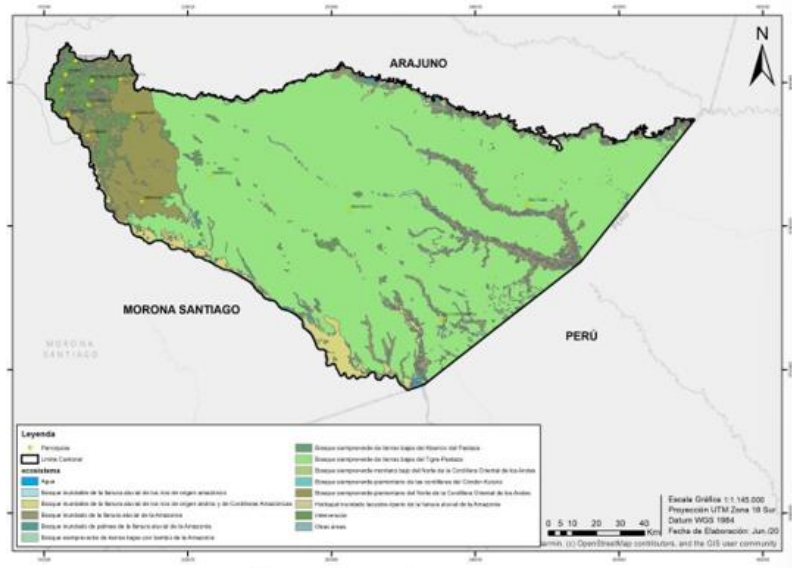
26. Factores climáticos	Pastaza tiene un clima tropical muy húmedo. La temperatura media anual es de 24, 26 °C y la precipitación anual registra un promedio de 3600 mm.
27. Relieve	En el cantón Pastaza existen, 67 formas de relieve, sin embargo, las cinco formas que muestra la Tabla 2 representan el 81.52 % de total del territorio. El resto, aunque no menos importantes, no son muy representativas puesto que ocupan menos del 2% cada una.
28. Rango altitudinal	100-1600 cuenca baja, pie de monte y 2600-4729(chiles) relieve montañoso
29. Tipos de suelo	El 94% del suelo cantonal es bosque nativo, de ello el 38,76% se encuentra bajo algún sistema de conservación o manejo como: Zonas Intangibles, Socio Bosque, Bosques Protectores y Reservas Ecológicas Municipales. Sin embargo, anualmente se deforestan aproximadamente 2000 ha principalmente por actividades agropecuarias como: pastizales, monocultivos (cacao, caña, malanga, otros), apertura de vías, crecimiento de la zona urbana, aprovechamiento de madera, actividades mineras y petroleras, entre otras.
30. Cobertura y uso del suelo	El 96,99% del área de estudio en el cantón, tiene el uso de conservación y protección; son 1.933.899 ha en las que están incluidas las coberturas naturales: bosque húmedo principalmente y, en menor proporción: moretal, vegetación arbustiva y herbácea.
31. Cobertura vegetal	El segundo uso en importancia es el pecuario bovino extensivo con 35.372 ha y corresponde al 1,77% de la superficie del cantón; hacen referencia a las extensiones de pastizales ubicadas sobre todo al noroeste del cantón y su producción es de carne y leche.
	(De acuerdo al mapa de cobertura y uso actual de la tierra, en el cantón existen seis categorías de uso: bosques, vegetación arbustiva y herbácea, tierra agropecuaria, cuerpos de agua, zona antrópica y otras tierras.

---



15 con 18008061,11 ha

32. Ecosistemas



33. Espacios rurales

13 parroquias

34. Espacios urbanos

1 parroquias

## Anexo 4

### Ficha de análisis de contenido

**Autor:** Jaime Orlando Guaman Naula

**Objetivo de la ficha:** Analizar las características más importantes de los estudios en el territorio de la asociación Guayusa Runa.

### Ficha de análisis de contenido

**Autor:** Jaime Orlando Guaman Naula

**Objetivo de la ficha:**

---

#### Descripción del documento

---

- |                         |  |
|-------------------------|--|
| 1. Nombre del documento | Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la parroquia Tarqui |
| 2. Número de paginas    | 272  |
| 3. Autor/es             | Gobierno parroquial de la parroquia Tarqui                           |

- |                          |  |
|--------------------------|--|
| 4. Resumen del documento | El objetivo de la presente investigación fue desarrollar un diagnóstico situacional en la Asociación Guayusa Runa, parroquia Tarqui, cantón Pastaza, provincia de Pastaza para la implementación de espacios interpretativos. A través de metodologías de investigación de carácter exploratoria, descriptiva y prospectiva que se llevó a cabo mediante las técnicas de revisión de la literatura y de campo. |
|--------------------------|--|

#### Indicadores

- |                             |   |
|-----------------------------|---|
| 5. Diagnóstico del problema | el territorio no cuenta con investigaciones que permitan determinar problemáticas y potencialidades del territorio para promover el óptimo desarrollo de las actividades turísticas, y proyectos de desarrollo. |
|-----------------------------|---|
-

---

6. Ubicación del área de estudio	del	El área de estudio se encuentra en la comunidad San Jacinto, parroquia Tarqui en el cantón Pastaza, provincia de Pastaza.
7. Pueblos y nacionalidades	y	El 100% de los pobladores pertenecen a la nacionalidad kiwchua
8. Población y actividad económica	y	14 socios de la asociación Guayusa Runa
9. Limitaciones		<p>La Asociación Guayusa Runa limita al norte con el río Pindo Grande, al sur con Hemilio Guatatuca (Unión Base), al este con Laura Guatatuca, Miguel Guatatuca, Marco Lanza y Calisto Guatatuca (Mushuk Warmi) y al oeste con Telmo Guatatuca, Julio Guatatuca, Carlota Grefa y</p> <p>Jaime Santi</p>
10. Patrimonio natural y cultural		Se presentan los resultados de los atractivos culturales, los 20 atractivos culturales pertenecen al tipo de acervo cultural y popular de los cuales 15 atractivos (75%) tienen categoría II, 5 atractivos (25%) tienen categoría I
11. Universo estudio	de	El universo de acuerdo con la segmentación está formado por los turistas nacionales de las 5 principales ciudades que se movilizaron en los distintos feriados nacionales al cantón Pastaza en el año 2018 siendo un total de 746963 (GEOVIT, 2018).
12. Resultados estudio	de	<p>La evaluación del índice de potencial interpretativo de los recursos concluyó un territorio con rasgos adecuados para ser interpretados, debido a que el promedio del IPI normalizado de los recursos interpretativos analizados es de 0,76. Las principales condiciones interpretativas del territorio son accesibilidad, estacionalidad, facilidad de explicación, pertinencia interpretativa y seguridad.</p> <p>Los requerimientos planteados determinaron la necesidad de adecuación de los espacios, debido a que el territorio no cuenta con todas las facilidades que</p>

---

---

permitan conocer y disfrutar los atractivos del sitio cuando lleguen los visitantes.

### 13. Conclusiones

Se determinó la inexistencia de servicios básicos de luz y agua, lo cual genera complicaciones en la salud. Además, existen problemas económicos por la falta de empleos y deserción estudiantil en la mayoría de los jóvenes. • El componente económico productivo determinó un sector agrícola y productora de especies menores, por cuanto el 85% de las familias se dedican a la agricultura, cultivando productos como caña, plátano, yuca, camote, papa china y maíz. Mientras tanto el 80% de las familias mantienen una crianza de aves, teniendo cantidades significativas de entre 30-50 individuos.

---

**Anexo 5:** Encuesta del diagnóstico situacional del territorio según la metodología SENPLADES.

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DE CARCHI**  
**DIRECCIÓN DE POSTGRADOS**  
**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON MENCIÓN EN INNOVACIÓN**

La presente encuesta se realiza con el fin de obtener información relacionada con los factores sociales y demográficos de la comunidad San Jacinto, parroquia Tarqui, con la finalidad de elaborar un análisis situacional del territorio. Se solicita nos facilite datos reales los cuales serán tratados de forma estrictamente confidencial y con fines investigativos.

<b>UBICACIÓN</b>	<b>INFORMACIÓN GENERAL</b>	<b>DATOS DEL REGISTRO</b>
	<b>Comunidad:</b>	<b>Encuesta N°:</b>
	<b>Barrio:</b>	<b>Fecha:</b>
	<b>Apellido de la familia:</b>	<b>Encuestador:</b>
	<b>Dirección de domicilio:</b>	<b>Supervisor:</b>

<b>DATOS DE LA VIVIENDA</b>	<b>1. TIPO DE VIVIENDA</b>	<b>2. MATERIALES PREDOMINANTES EN LA CONSTRUCCIÓN</b>					
	Casa o villa	<b>TECHO O CUBIERTA</b>		<b>PAREDES EXTERIORES</b>	<b>PISO</b>		
		Losa de hormigón		Adobe o tapia		Entablado	
	Cuarto	Paja o similares		Hormigón, ladrillo, bloque		Cemento	
	Rancho	Zinc		Caña		Caña	
	Choza	Teja		Madera		Tierra	
	Departamento	Acero		Metales		Cerámica	
	Mediagua	Fibra		Otro (especifique)	Otro (especifique)		
Cabaña	Asbestos o similares						
Otro (especifique)	Otro (especifique)						
<b>3. CONDICIÓN DE PROPIEDAD DE VIVIENDA</b>			<b>4. CONDICIONES DE OCUPACIÓN DE LA VIVIENDA</b>			<b>5. LUGAR DE RESIDENCIA HABITUAL</b>	
Propia _____ En anticresis _____			Ocupada con personas presentes _____			Cabecera cantonal _____	
En arriendo _____ Gratuita _____			Ocupada con personas ausente _____			Cabecera parroquial _____	
Por servicio _____ Otro _____			Abandonada _____			En el sector (encuesta) _____	
			En construcción _____			Otro _____	
<b>6. ABASTECIMIENTO DE AGUA</b>							
<b>a) ¿Cómo se obtiene el agua para la vivienda?</b>				<b>b) ¿De dónde proviene el agua que recibe?</b>			
Por tubería dentro de la vivienda _____				De la red pública _____		Del pozo _____	
Por tubería fuera de la vivienda _____				De río, vertiente _____		Acequia, canal _____	
No recibe agua por tubería _____				De camión repartidor _____		Otro _____	
<b>7. ¿UTILIZA ELECTRICIDAD DEL SISTEMA INTERCONECTADO?</b>				<b>8. ¿DISPONE DE SERVICIO TELEFÓNICO FIJO?</b>			
SI _____ NO _____				SI _____ NO _____			
<b>9. ¿DISPONE DE SERVICIO TELEFÓNICO CELULAR?</b>				<b>10. ¿SE DA ALGÚN TIPO DE TRATAMIENTOS A LOS RESIDUOS CASEROS?</b>			
SI _____ NO _____				SI _____ NO _____			

<b>11. ¿DISPONE DEL SERVICIO DE INTERNET?</b> SI _____ NO _____		<b>12. ¿EL SERVICIO HIGIÉNICO DE LA VIVIENDA?</b> Exhumado varios hogares _____ Pozo ciego _____ Exhumado exclusivo del hogar _____ Letrina _____ Pozo séptico _____ Otro _____																							
<b>13. ¿CUÁL ES EL PRINCIPAL COMBUSTIBLE O ENERGÍA QUE SE UTILIZA EN EL HOGAR PARA COCINAR LOS ALIMENTOS?</b> Gas _____ Gasolina _____ Leña o carbón _____ Electricidad _____ Diésel _____ Otro _____		<b>14. ¿CÓMO SE ELIMINAN LAS AGUAS NEGRAS O SERVIDAS DE ESTA VIVIENDA?</b> Por el carro recolector _____ En la calle _____ En terreno baldío o quebrada _____ Entierro _____ Otro _____																							
<b>15. ¿DE QUÉ RAZA, ETNIA O NACIONALIDAD SE CONSIDERA SU FAMILIA?</b> Indígena _____ Negra _____ (afrodescendiente) _____ Mestiza _____ Blanco _____ Mulato _____ Otro _____		<b>16. ¿CUÁNTAS PERSONAS VIVEN EN SU HOGAR?</b> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td rowspan="3" style="width: 15%;"><b>Hombres:</b> _____</td> <td style="width: 10%;">1 Edad</td> <td style="width: 10%;">4 Edad</td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> <tr> <td>2 Edad</td> <td>5 Edad</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>3 Edad</td> <td>6 Edad</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td rowspan="2" style="width: 15%;"><b>Mujeres:</b> _____</td> <td>1 Edad</td> <td>3 Edad</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>2 Edad</td> <td>4 Edad</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>		<b>Hombres:</b> _____	1 Edad	4 Edad			2 Edad	5 Edad			3 Edad	6 Edad			<b>Mujeres:</b> _____	1 Edad	3 Edad			2 Edad	4 Edad		
<b>Hombres:</b> _____	1 Edad	4 Edad																							
	2 Edad	5 Edad																							
	3 Edad	6 Edad																							
<b>Mujeres:</b> _____	1 Edad	3 Edad																							
	2 Edad	4 Edad																							
<b>17. ¿CUÁNTOS MIEMBROS DE SU HOGAR HAN EMIGRADO?</b> Dentro del país _____ Motivo: _____ Fuera del país _____ Motivo: _____		<b>18. ¿CUÁNTOS MIEMBROS DE SU HOGAR NO SABEN LEER NI ESCRIBIR?</b> ---- ----																							
<b>19. ¿CUÁNTOS NIÑOS VIVEN EN SU CASA VIVEN EN SU CASA?</b> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%;"></td> <td style="width: 15%;">¿Cuántos estudian? _____</td> </tr> <tr> <td></td> <td>¿Cuántos estudian? _____</td> </tr> </table>			¿Cuántos estudian? _____		¿Cuántos estudian? _____	<b>20. ¿CUÁNTOS NIÑOS QUE VIVEN EN SU CASA ESTUDIAN?</b> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%;"></td> <td style="width: 15%;">¿Cuántos estudian? _____</td> </tr> <tr> <td></td> <td>¿Cuántos terminan el bachillerato? _____</td> </tr> <tr> <td></td> <td>¿Cuántos trabajan? _____</td> </tr> </table>			¿Cuántos estudian? _____		¿Cuántos terminan el bachillerato? _____		¿Cuántos trabajan? _____												
	¿Cuántos estudian? _____																								
	¿Cuántos estudian? _____																								
	¿Cuántos estudian? _____																								
	¿Cuántos terminan el bachillerato? _____																								
	¿Cuántos trabajan? _____																								
<b>21. ¿CUÁNTOS MIEMBROS DE SU HOGAR HAN TENIDO ACCESO A LA EDUCACIÓN SUPERIOR?</b> Carreras: .....		<b>22. ¿CUÁNTOS MIEMBROS DE SU FAMILIA ACTUALMENTE ESTÁN TRABAJANDO?</b> ---- ----																							
<b>22. ¿NÚMERO DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN EL HOGAR?</b> ---- ----		<b>23. ¿CUÁL ES EL INGRESO MENSUAL FAMILIAR PROMEDIO?</b> 0-200 _____ 500-750 _____ 1000-1500 _____ 200-500 _____ 750-1000 _____ 1500-2000 _____																							
<b>24. ESTADO CIVIL</b> Soltero: _____ Casado: _____ Unido: _____ Divorciado: _____ Viudo: _____ No responde _____		<b>25. ¿CUENTA CON SEGURO SOCIAL? (IESS-Campesino)</b> Si _____ No _____																							
<b>26. ¿ES MIEMBRO DE UNA ORGANIZACIÓN CAMPESINA?</b> Si _____ No _____ ¿Cuál? _____		<b>27. ¿CUÁL ES SU PRINCIPAL OCUPACIÓN O TRABAJO?</b> _____																							
<b>28. ¿A QUE SE DEDICA?</b> Trabaja: _____ Estudia y trabaja: _____ Jubilado: _____ Solo estudia: _____ Quehaceres domésticos _____ Busca trabajo: _____ Impedido de trabajar: _____		<b>29. ¿CUÁL ES LA POSICIÓN O CATEGORÍA EN LA OCUPACIÓN QUE INDICA? (IESS- Campesino)</b> Si _____ No _____																							
<b>30. ¿Cuáles SON LOS PRODUCTOS CULTIVADOS?</b> _____ _____ _____		<b>31. ¿DE LAS TIERRAS DE PRODUCCIÓN BAJO SU CUIDADO UD SE CONSIDERA)</b> Propietario con escritura: _____ Propietario sin escritura: _____ Posesionario: _____ Arrendatario: _____																							
<b>32. PRODUCCIÓN PECUARIA</b> <b>Especie: Unidades:</b> Vacuno: _____ Porcino: _____ Ovino: _____ Caballar: _____ Especies menores: _____ Aves: _____ Piscícola: _____		<b>33. ¿ELABORAN ARTÍCULOS ARTESANALES?</b> Si _____ No _____  <b>TIPO:</b> ..... ..... .....																							

	<b>34. ¿CUÁNTAS PERSONAS RECIBEN EL BONO DEL ESTADO?</b> Hombres: ____ Mujeres: ____ Discapacidad ____ Solidario ____ Vivienda ____ Otro ____	<b>35. ¿LA FAMILIA FUE BENEFICIARIA DE LOS BONOS DEL ESTADO?</b> SI: ____ NO: ____
<b>SALUD</b>	<b>36. ¿CUÁLES SON LAS ENFERMEDADES MÁS COMUNES QUE SE PRESENTAN DE SU HOGAR?</b> Problemas respiratorios ____ Problemas estomacales ____ Problemas de la piel ____ Problemas visuales ____ Problemas auditivos ____ Otros ____	<b>37. ¿DÓNDE ACUDE PARA CURAR SUS ENFERMEDADES?</b> Medico ____ Boticario ____ Sobador ____ Curandero ____ Shamán ____ Enfermera ____

**¡¡GRACIAS!!**

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DE CARCHI**

**DIRECCIÓN DE POSTGRADOS**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON MENCIÓN EN INNOVACIÓN**

La presente entrevista tiene la finalidad de obtener información relacionada las organizaciones de turismo de Pastaza, retos que atraviesan, potencialidades y necesidades de cada una.

1. **¿Cuál es la estructura actual de las asociaciones de turismo en Pastaza Ecuador?**
2. **¿Cómo se han adaptado estas organizaciones a los cambios en el sector turístico en los últimos años?**
3. **¿Qué problemas principales han enfrentado las asociaciones de turismo en Ecuador recientemente?**
4. **¿Cómo han impactado las regulaciones gubernamentales en el funcionamiento y desarrollo de estas asociaciones?**
5. **¿Qué retos específicos presenta el turismo sostenible y cómo están siendo abordados por su asociación?**
6. **¿De qué manera la pandemia de COVID-19 ha afectado al turismo en Pastaza y a sus asociaciones?**
7. **¿Qué estrategias se han implementado para la recuperación del sector turístico postpandemia?**
8. **¿Cómo están promoviendo el turismo en las asociaciones de turismo menos conocidas de Pastaza?**
9. **¿Qué iniciativas de turismo sostenible están promoviendo actualmente?**
10. **¿Cómo se equilibra la promoción del turismo con la conservación de la biodiversidad y la cultura local?**
11. **¿Qué planes tiene su organización para el futuro del de las asociaciones de turismo en Pastaza?**
12. **¿Cómo se fomenta la colaboración entre diferentes actores del sector turístico (gobierno, comunidades locales, sector privado)?**



Anexo 7: Encuesta a los socios de la asociación

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DE CARCHI**  
**DIRECCIÓN DE POSTGRADOS**  
**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON MENCIÓN EN**  
**INNOVACIÓN**

La presente encuesta tiene la finalidad de obtener información relacionada con la información interna y externa de la asociación de Turismo Guayusa Runa. Se solicita nos facilite datos reales los cuales serán tratados de forma estrictamente confidencial y con fines de desarrollo de estrategias de direccionamiento empresarial.

1.- **¿Cuál es su rol en la organización?**

A) Empleado

B) Gerente

C) Stakeholder externo

D) Otro: \_\_\_\_\_

2.- **¿Cuánto tiempo ha trabajado o asociado con la organización?**

A) Menos de un año

B) 1-3 años

C) Más de 3 años

3.- **En una escala del 1 al 5, ¿cómo calificaría el ambiente laboral?**

1  2  3  4  5

4.- **¿Qué procesos internos necesitan mejoras? (Marque todos los que apliquen)**

A Gestión de clientes

B Marketing

C Planificación de tours

D Manejo de recursos

Otro: \_\_\_\_\_

5.- **¿Cómo calificaría la capacitación y habilidades del equipo?**

1  2  3  4  5

6.- **¿Cómo evalúa la capacidad de la organización para adaptarse a nuevas tecnologías y tendencias?**

1  2  3  4  5

7.- **¿Es efectiva la comunicación dentro de la organización?**

1  2  3  4  5

8.- **¿Cómo cree que los clientes perciben nuestra organización?**

Muy positivamente

Positivamente

Neutral

Negativamente

Muy negativamente

**9.- Comparado con competidores, ¿cómo calificaría nuestros servicios?**

Muy superiores

Algo superiores

Iguales

Inferiores

Muy inferiores

**10.- ¿Cómo afectan las políticas gubernamentales a nuestra organización?**

Muy positivamente

Positivamente

Neutral

Negativamente

Muy negativamente

**11.- ¿Cómo evaluaría la relación de la organización con las comunidades locales?**

1 2 3 4 5

**12.- ¿Cómo calificaría el nivel de satisfacción general de sus clientes?**

1 2 3 4 5







**13.- ¿Cuáles son los objetivos a largo plazo de la organización y cómo planea alcanzarlos?**

**14.- ¿Qué estrategias de marketing y promoción considera más efectivas para nuestra organización?**

**15.- ¿Qué acciones está tomando la organización para promover el turismo sostenible y responsable?**

**¡GRACIAS!**

## Anexo 8: Fotografías del proceso de investigación

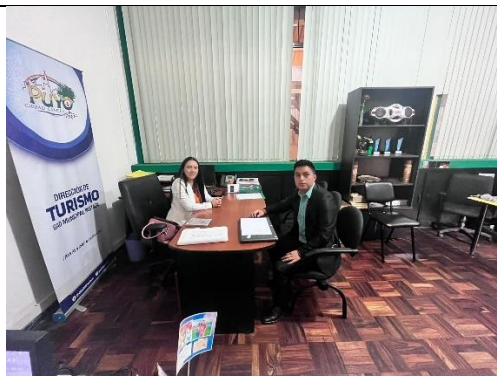
	
<p>Asociación Guayusa Runa</p>	<p>Actividades de turismo</p>
	
<p>Equipo de investigacion</p>	<p>Análisis de la biodiversidad</p>
	
<p>Planteamiento de la propuesta</p>	<p>Trabajo con la comunidad</p>



Noches culturales de la asociación



Diálogos con la asociación



Entrevista a la directora de Turismo de Pastaza



Pre defensa del proyecto de investigación.