



Análisis de la Situación Actual del Turismo Comunitario en La Moya

Cabrera Brito Jessica Pamela

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio

Carrera de Licenciatura en Turismo

Trabajo de integración curricular, previo a la obtención del título de Licenciatura en Turismo

Ing. Palomino Siza, Luis Benigno

26 de agosto del 2022

Latacunga

Reporte de verificación de contenidos



CABRERA JESSICA_PROYECTO DE GRADO.pdf

Scanned on: 19:44 August 26, 2022 UTC



Overall Similarity Score



Results Found



Total Words in Text

| | |
|--------------------------|-----|
| Identical Words | 980 |
| Words with Minor Changes | 331 |
| Paraphrased Words | 947 |
| Omitted Words | 0 |



ING. LUIS PALOMINO SIZA
1716550676
DIRECTOR



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Licenciatura en Turismo

Certificación

Certifico que el trabajo de integración curricular: "Análisis de la Situación Actual del Turismo Comunitario en La Moya" fue realizado por la señorita **Cabrera Brito, Jessica Pamela**, el mismo que cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE sede Latacunga, además fue revisado y analizada en su totalidad por la herramienta de prevención y/o verificación de similitud de contenidos; razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que se lo sustente públicamente.

Latacunga, 26 de agosto del 2022



Ing. Palomina Siza Luis Benigno
C. C. 1716550676



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Licenciatura en Turismo

Responsabilidad de Autoría

Yo, **Cabrera Brito, Jessica Pamela**, con cédula de ciudadanía n° 1750784272, declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de integración curricular: **Análisis de la Situación Actual del Turismo Comunitario en La Moya** es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos, y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE sede Latacunga, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Latacunga, 26 de agosto del 2022

Cabrera Brito, Jessica Pamela

C.C.: 1750784272



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Licenciatura en Turismo

Autorización de Publicación

Yo, **Cabrera Brito, Jessica Pamela**, con cédula de ciudadanía n°1750784272, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE sede Latacunga publicar el trabajo de integración curricular: **Análisis de la Situación Actual del Turismo Comunitario en La Moya** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi responsabilidad.

Latacunga, 26 de agosto del 2022

.....
Cabrera Brito, Jessica Pamela

C.C.: 1750784272

Dedicatoria

El presente trabajo va dedicado a mi abuelito José, que desde el cielo sé que me está cuidando, siempre está en mi corazón y lo recuerdo a todo momento.

A mis padres, hermanos, abuelitos y familiares, por sus palabras de aliento y consejos que me han servido a lo largo de este proceso académico, por confiar en mí y en mis habilidades para obtener este logro, por el apoyo incondicional de cada uno de ustedes.

Agradecimiento

A mis padres Yesenia y Jerman por ser quienes incentivan día con día mis sueños, con confiar y creer en mí, gracias a mi madre por nunca permitir que me rinda y siempre exigir lo mejor de mí, por todos esos regañones que ayudaron a forjar la persona que hoy en día soy; gracias a mi padre que a pesar de la distancia siempre me ha brindado el apoyo necesario para cumplir cada una de mis metas y sueños.

Gracias a la vida por este nuevo triunfo, gracias a todas las personas amigos y familiares que me apoyaron a lo largo de este proceso.

Jessica Pamela, Cabrera Brito

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | |
|--|----|
| Carátula | 1 |
| Reporte de verificación de contenidos | 2 |
| Certificación | 3 |
| Responsabilidad de autoría | 4 |
| Autorización de Publicación | 5 |
| Dedicatoria | 6 |
| Agradecimiento..... | 6 |
| Índice de contenidos | 7 |
| índice de tablas..... | 10 |
| índice de figuras | 12 |
| Resumen | 14 |
| Abstrac | 15 |
| Capítulo I:Problema y Marco Teórico | 16 |
| Generalidades..... | 16 |
| <i>Introducción</i> | 16 |
| <i>Planteamiento del problema</i> | 19 |
| <i>Formulación del problema</i> | 20 |
| <i>Justificación e importancia</i> | 21 |
| <i>Objetivos de investigación</i> | 21 |
| <i>Idea a defender</i> | 22 |
| <i>Variables</i> | 22 |
| Marco teórico..... | 23 |
| Turismo Comunitario | 23 |
| <i>Fundamentos del Turismo Comunitario</i> | 27 |

| | |
|--|----|
| <i>Organizaciones de Turismo Comunitario</i> | 30 |
| <i>Turismo comunitario en Ecuador</i> | 35 |
| Análisis situacional | 41 |
| <i>Funciones del Análisis Situacional</i> | 41 |
| <i>Importancia del Análisis Situacional</i> | 44 |
| <i>Componentes del Análisis Situacional</i> | 46 |
| <i>Aplicación del Análisis Situacional en el Turismo</i> | 48 |
| Capítulo II:Marco Metodológico | 53 |
| Introducción al marco metodológico | 53 |
| Método de investigación | 54 |
| <i>Cualitativa</i> | 54 |
| <i>Cuantitativa</i> | 54 |
| Tipo de investigación | 55 |
| <i>Descriptiva</i> | 55 |
| <i>Documental</i> | 55 |
| Población y muestra | 56 |
| <i>Población</i> | 56 |
| <i>Muestra</i> | 58 |
| Recolección de información-datos | 60 |
| <i>Observación</i> | 60 |
| <i>Entrevista</i> | 61 |
| <i>Encuesta</i> | 61 |
| Procesamiento de información-datos | 62 |
| Análisis de resultados | 63 |
| <i>Descripción de la Experiencia</i> | 63 |
| <i>Análisis de la Experiencia</i> | 65 |

| | |
|---|------------|
| Capítulo III: Descripción de la Experiencia de Turismo Comunitario | 67 |
| Introducción..... | 67 |
| Descripción de la experiencia | 68 |
| <i>Información general.....</i> | <i>68</i> |
| <i>Definición y composición del producto turístico</i> | <i>70</i> |
| <i>Segmento de mercado atendido.....</i> | <i>78</i> |
| <i>Mercadeo y comercialización.....</i> | <i>82</i> |
| Capítulo IV: Análisis de la Experiencia de Turismo Comunitario..... | 85 |
| Introducción..... | 85 |
| Diagnóstico estratégico | 86 |
| <i>Dimensión Económica.....</i> | <i>86</i> |
| <i>Dimensión Social.....</i> | <i>87</i> |
| <i>Dimensión Turística.....</i> | <i>88</i> |
| <i>Análisis de la encuesta: Comunidad</i> | <i>89</i> |
| <i>Análisis de la encuesta: Turista.....</i> | <i>105</i> |
| <i>Análisis de la entrevista: Expertos</i> | <i>115</i> |
| <i>Análisis FODA.....</i> | <i>124</i> |
| <i>Fundamentación de la Idea a defender</i> | <i>127</i> |
| Direccionamiento estratégico..... | 128 |
| Proyección estratégica | 146 |
| Conclusiones | 159 |
| Recomendaciones | 160 |
| Bibliografía | 161 |
| Anexos..... | 169 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|-----|
| Tabla 1 <i>Organizaciones que fomentan el desarrollo del turismo comunitario en América Latina</i> | 31 |
| Tabla 2 <i>Fases evolutivas del turismo comunitario en Ecuador</i> | 36 |
| Tabla 3 <i>Centros de Turismo Comunitario del Ecuador</i> | 38 |
| Tabla 4 <i>Componentes que debe integrar un Diagnóstico Situacional</i> | 47 |
| Tabla 5 <i>Datos de los expertos entrevistados</i> | 57 |
| Tabla 6 <i>Fórmula de población finita</i> | 59 |
| Tabla 7 <i>Componentes que integran el producto turístico</i> | 70 |
| Tabla 8 <i>Descripción de los atractivos turísticos del centro comunitario La Moya</i> | 71 |
| Tabla 9 <i>Oferta turística del centro turístico La Moya</i> | 79 |
| Tabla 10 <i>Funciones de la comercialización</i> | 83 |
| Tabla 11 <i>Datos generales de los entrevistados</i> | 116 |
| Tabla 12 <i>Entrevistas</i> | 116 |
| Tabla 13 <i>Matriz de resumen – Síntesis FODA</i> | 124 |
| Tabla 14 <i>Matrices de impacto</i> | 129 |
| Tabla 15 <i>Matriz de evaluación interna</i> | 133 |
| Tabla 16 <i>Matriz de evaluación externa</i> | 135 |
| Tabla 17 <i>Matriz de acción FO</i> | 138 |
| Tabla 18 <i>Matriz de acción DA</i> | 139 |
| Tabla 19 <i>Matriz de acción FA</i> | 140 |
| Tabla 20 <i>Matriz de acción DO</i> | 141 |
| Tabla 21 <i>Ratio de balance de fuerza</i> | 142 |
| Tabla 22 <i>Fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relevantes</i> | 143 |
| Tabla 23 <i>Matriz de síntesis estratégica</i> | 145 |

| | |
|--|-----|
| Tabla 24 <i>Planificación de proyectos</i> | 146 |
| Tabla 25 <i>Matriz de priorización de proyectos</i> | 149 |
| Tabla 26 <i>Proyectos priorizados</i> | 150 |
| Tabla 27 <i>Presupuesto Proyecto N°1</i> | 151 |
| Tabla 28 <i>Presupuesto Proyecto N°12</i> | 152 |
| Tabla 29 <i>Presupuesto Proyecto N°5</i> | 153 |
| Tabla 30 <i>Presupuesto Proyecto N°10</i> | 154 |
| Tabla 31 <i>Presupuesto Proyecto N°3</i> | 155 |
| Tabla 32 <i>Presupuesto Proyecto N°17</i> | 156 |
| Tabla 33 <i>Presupuesto Proyecto N°2</i> | 157 |
| Tabla 34 <i>Presupuesto Proyecto N°15</i> | 158 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | | |
|------------------|--|-----|
| Figura 1 | <i>Llegada de turistas internacionales</i> | 27 |
| Figura 2 | <i>Fases evolutivas del turismo comunitario en Ecuador</i> | 37 |
| Figura 3 | <i>Cuadro Sinóptico de parte del Análisis Situacional</i> | 43 |
| Figura 4 | <i>Estructura de la metodología</i> | 53 |
| Figura 5 | <i>Instalaciones de hospedaje en el CTC La Moya</i> | 76 |
| Figura 6 | <i>Servicio de alimentación que ofrece la comunidad</i> | 77 |
| Figura 7 | <i>Género</i> | 89 |
| Figura 8 | <i>Rango de edad</i> | 90 |
| Figura 9 | <i>Nivel de instrucción académica</i> | 91 |
| Figura 10 | <i>Ocupación del encuestado</i> | 92 |
| Figura 11 | <i>Pregunta 1. ¿Qué tipo de organización tiene la comunidad?</i> | 93 |
| Figura 12 | <i>Pregunta 2. Seleccione los servicios básicos con los que cuenta la comunidad</i> | 93 |
| Figura 13 | <i>Pregunta 3. ¿Existen centros de educación cercanos a la comunidad?</i> | 94 |
| Figura 14 | <i>Pregunta 4. ¿Cuenta con un empleo fijo? Si su respuesta es afirmativa especifique su principal fuente de ingreso</i> | 95 |
| Figura 15 | <i>Pregunta 5. ¿Existe emprendimientos dentro de la comunidad? Si su respuesta es afirmativa seleccione el tipo de emprendimiento</i> | 96 |
| Figura 16 | <i>Pregunta 6. ¿Dentro de comunidad existe migración? En el caso de ser afirmativa su respuesta, seleccione el motivo por el cual deciden migrar</i> | 97 |
| Figura 17 | <i>Pregunta 7. ¿La comunidad tiene acceso a la tecnología?</i> | 98 |
| Figura 18 | <i>Pregunta 8. ¿En la comunidad existe un centro de salud?</i> | 98 |
| Figura 19 | <i>Pregunta 9. ¿Si no hay establecimientos de salud en la comunidad a qué lugar asiste para atender su salud?</i> | 99 |
| Figura 20 | <i>Pregunta 10. Seleccione las principales vías de acceso que posee la comunidad</i> . | 100 |

| | |
|--|-----|
| Figura 21 <i>Pregunta 11. ¿Cree usted que el centro comunitario de la Comuna La Moya cuenta con la planta turística adecuada para satisfacer las necesidades de los visitantes?.....</i> | 101 |
| Figura 22 <i>Pregunta 12. Considera usted importante que la implementación de actividades de ocio y recreación mejoran las experiencias del turismo comunitario de la Comuna La Moya.....</i> | 102 |
| Figura 23 <i>Pregunta 13. ¿Qué valoración le da usted a la gestión realizada por las autoridades del centro de turismo comunitario de la Comuna La Moya?.....</i> | 103 |
| Figura 24 <i>Pregunta 14. ¿Cree usted que la actividad turística en el centro comunitario de la Comuna La Moya ha marcado un cambio social tras la pandemia COVID -19?.....</i> | 104 |
| Figura 25 <i>Pregunta 15. ¿Usted estaría de acuerdo que se implementen estrategias para el fortalecimiento del turismo comunitario en la Comuna La Moya?.....</i> | 105 |
| Figura 26 <i>Pregunta 1. Características del visitante</i> | 106 |
| Figura 27 <i>Pregunta 2. Motivo de viaje</i> | 107 |
| Figura 28 <i>Pregunta 3. Duración de la estadía</i> | 108 |
| Figura 29 <i>Pregunta 4. Número de personas que realizan el viaje</i> | 109 |
| Figura 30 <i>Pregunta 5. Ha visitado otro CTC.....</i> | 109 |
| Figura 31 <i>Pregunta 6. Alojamiento</i> | 110 |
| Figura 32 <i>Pregunta 7. Transporte.....</i> | 111 |
| Figura 33 <i>Pregunta 8. Gastos</i> | 112 |
| Figura 34 <i>Pregunta 9. Actividades.....</i> | 113 |
| Figura 35 <i>Pregunta 10. Intereses y expectativas.....</i> | 114 |
| Figura 36 <i>Pregunta 11. Promoción y propaganda</i> | 115 |

Resumen

La presente investigación se desarrolló para conocer cuál es la situación actual del centro de turismo comunitario, para lo cual se tomó en cuenta la metodología de Bernal y Maldonado, por tanto, en el primer capítulo dentro de las generalidades se detallan datos generales del CTC, planteamiento, formulación y justificación del problema, así como también se definen los objetivos generales y específicos, seguidamente para el desarrollo del marco teórico se emplean las variables de turismo comunitario y análisis situacional, por otra parte se hace uso de una estructura metodológica de investigación en la que se detallan los métodos de investigación cualitativo y cuantitativo, por otro lado, se emplea una investigación descriptiva y documental, de la misma manera se hace uso de herramientas de recolección de datos como la observación, entrevista y encuesta, para de esta manera procesar la información pro medio de herramientas estadísticas, y así posteriormente determinar las estrategias que se van a implementar en el centro de turismo comunitario, con el fin de mejorar la calidad de vida de los visitantes y a la vez generar nuevas experiencias en los turistas, quienes buscan una interacción directa con la comunidad para de esta manera poder conocer costumbres y tradiciones de la localidad.

Palabras clave: Turismo comunitario, sostenibilidad económica, experiencia rural, comunidad La Moya, turistas.

Abstrac

The present investigation was developed to know what the current situation of the community tourism center is, for which the methodology of Bernal and Maldonado was taken into account, therefore, in the first chapter within the generalities, general data of the CTC is detailed, approach, formulation and justification of the problem, as well as the general and specific objectives are defined, then for the development of the theoretical framework the variables of community tourism and situational analysis are used, on the other hand a methodological structure of research is used in which qualitative and quantitative research methods are detailed, on the other hand, descriptive and documentary research is used, in the same way data collection tools such as observation, interview and survey are used, in order to process the information by means of statistical tools, and thus later determine the strategies that that will be implemented in the community tourism center, in order to improve the quality of life of visitors and at the same time generate new experiences in tourists, who seek direct interaction with the community in order to learn customs and local traditions.

Keywords: Community tourism, economic sustainability, rural experience, La Moya community, tourists

Capítulo I

Problema y Marco Teórico

Generalidades

Introducción

El turismo comunitario es una tipología de turismo que se está desarrollando en diferentes partes del mundo como alternativa al turismo tradicional. Esta nueva forma de turismo favorece el contacto entre la comunidad local y los visitantes, los cuáles obtienen nuevas experiencias. Es por esto que el turismo comunitario representa una oportunidad de desarrollo para las comunidades, fortaleciendo los valores de conservación de la naturaleza e incrementando la integración sociocultural de la comunidad. Por tanto, este tipo de turismo se basa en la idea de una participación activa de todos quienes conforman dicha comunidad.

El turismo comunitario es un tipo de turismo que está creciendo en diferentes partes del mundo como una alternativa al turismo tradicional. Esta nueva forma de turismo potencia el contacto entre la comunidad local y los visitantes que adquieren nuevas experiencias. Es por ello que el turismo comunitario representa una oportunidad de desarrollo para la comunidad, potencia los valores de conservación de la naturaleza y aumenta la integración social y cultural de la comunidad. Por lo tanto, este tipo de turismo se basa en la idea de participación activa de todos los que integran la mencionada comunidad.

En cuanto a las operaciones de turismo comunitario en Ecuador surgieron de forma espontánea desde los años 80 estrechamente vinculadas al ecoturismo, y sólo desde al año 2000 se plantea la necesidad de reconocerlas oficialmente (legalizarlas), tanto para su regulación como para acallar las voces críticas que las denunciaban como competencia desleal (Capuz, 2016 cómo se citó en Estrella, 2007), en otra palabras la legalización de dichas actividades busca mantener un orden dentro del sector turístico con el fin de generar ingresos que beneficien a dichas personas y al país.

Teniendo en cuenta que el Ecuador, es el primer país que formalizó una red de turismo comunitario conocida como Federación Plurinacional de Turismo comunitario del Ecuador, y con base en lo dispuesto en la constitución en la que propone dar un Buen Vivir a la población ecuatoriana, en especial a las más vulnerables, con ayuda de los sectores público y privados (Rojas, 2020 cómo se citó en Toctaguano,2018), por tanto el Estado al generar este tipo de proyectos busca obtener un bienestar colectivo para quienes conforman las comunidades participantes con el objetivo de mejorar la calidad de vida.

Además de dinamizar y vigorizar el mercado interno y externo, el turismo comunitario ha podido aportar en la construcción de relaciones más equitativas y respetuosas, generadas a partir de la revalorización de prácticas, costumbres y saberes tradicionales, propios de los pueblos y nacionalidades del Ecuador. Además, el turismo comunitario actúa de manera indirecta como un factor de reafirmación del carácter pluricultural del Estado ecuatoriano (Capuz, 2016 como se citó en Estrella, 2007).

En otras palabras, la práctica de turismo comunitario, se desarrolla en todo el país, en este caso se analiza la provincia de Chimborazo, donde se establecen cuatro centros de turismo comunitario debidamente registrados en el Ministerio de Turismo de acuerdo al Catastro Turístico, siendo objeto de estudio La Moya. Se debe tener en cuenta que esta actividad es una nueva forma en la que los turistas tienen un contacto con las comunidades, de esta manera los visitantes pueden conocer más a fondo la cultura y a la vez se fomenta la conservación de medio en el que se desenvuelven.

La comunidad La Moya localizada en la parroquia rural Calpi, a 22 Kilómetros de Riobamba, capital de la provincia de Chimborazo, se encuentra a 3.250 metros de altura sobre el nivel del mar, con una temperatura que oscila entre 3° C en las noches y 19° C en el día. La comunidad tiene una población de 280 habitantes aproximadamente constituida en 45-65 familias. (Rojas, 2020 como se citó en GADM, 2016), esta comunidad ha logrado consolidarse como CTC, gracias a las diferentes actividades que realizan entorno al turismo.

El nombre de La Moya proviene del valle en el que la comunidad se encuentra asentada, donde solían habitar las familias Romero y Moyano, tomando de esta última el nombre de la Moya. Hasta los años 80, los pobladores de esta comunidad fueron Hieleros del Chimborazo, a partir de 2015 se organizan para emprender la actividad de Turismo Comunitario, contando con senderos interpretativos, sala de artesanías donde las mujeres de la comunidad participan en la fabricación de las piezas, infraestructura para brindar los servicios de hospedaje y alimentación. (Rojas, 2020 como se citó en GADM, 2016)

El proyecto de turismo comunitario en "La Moya" cuenta con áreas recreativas, el Museo Urkukunapak Wasi con exposiciones sobre saberes ancestrales, leyendas de la zona, "Los Hieleros del Chimborazo", la casa de alojamiento y el restaurante. Además, ofrece visitas guiadas al Chimborazo, alimentos ancestrales y convivencias con la comunidad, (GAD Municipal de Riobamba, s.f.), esta variedad de actividades le permite a la comunidad contar con un desarrollo igualitario, y a la vez generar un incremento en los niveles de calidad de vida de quienes participan en el proyecto.

Sin embargo, "El Centro de Turismo Comunitario La Moya, a partir de su creación en el año 2016 ha limitado su accionar a la prestación de servicios de alimentación, hospedaje, guianza y venta de artesanías" (Samaniego, 2019, p.5), con la organización que ha tenido el CTC, se ha logrado un desarrollo económico para todos quienes participan en el proyecto, sin embargo es importante tener en cuenta la innovación y la creación de nuevos productos o servicios que logren captar la atención de los visitantes.

Por otro lado, la pandemia por COVID-19 generó un sin número de impactos negativos en los diferentes centros de turismo comunitario, es así que La Moya no fue la excepción, de acuerdo al gran número de restricciones sanitarias que se establecieron en el país, el turismo fue uno de los sectores más afectados, por tanto, las personas quienes realizan esta labor se vieron obligados a sustituir las actividades turísticas por otras con el fin de sobrellevar la economía de la comuna.

Finalmente, la investigación está estructurada en cuatro capítulos. El primer capítulo comprende el planteamiento y la formulación del problema, desarrollo de la justificación y de los objetivos de investigación, así como de la fundamentación teórica. El segundo capítulo está compuesto de la metodología de la investigación. El tercer capítulo comprende al desarrollo del diagnóstico del lugar investigado mediante las encuestas e investigación del campo, y el cuarto capítulo la propuesta de investigación a través de estrategias de reactivación turística de las distintas actividades que se desarrollan en el turismo comunitario.

Planteamiento del problema

En la actualidad el Turismo Comunitario en el Ecuador “ha tenido un rápido crecimiento, no solo en número, sino también en cobertura geográfica” (Cabanilla & Chontasi, 2017), siendo así “muy popular y apetecido entre los turistas extranjeros y que han logrado que se posicione en un buen puesto en el mercado” (Montenegro, 2017 cómo se citó en Kekutt, 2014, p.56), es por esto que el Estado ha ido impulsando a las comunidades a emplear este tipo de turismo, con el fin de generar un desarrollo, y así las comunidades puedan tener un mejor estilo y calidad de vida.

Bajo este contexto, las comunidades deben tener una buena organización con el fin de que dichas asociaciones puedan llevar a cabo esta actividad de turismo comunitario para beneficio de todos, es así que se deben tomar en cuenta varios puntos importantes como son la capacitación en otro idioma para facilitar la comunicación con los turistas, inversión en capacitaciones en cuanto a la prestación de servicios, esto con el objetivo de brindar un servicio de calidad.

Cabe considerar que en la actualidad el país y el mundo se ha enfrentado a una pandemia que generó un desbalance en las actividades comerciales que se desarrollan, tal como plantea Martínez Sala (2020), “la moratoria concedida por esta pandemia debe servir para transformar finalmente el modelo turístico bajo la premisa de un crecimiento sostenible y responsable” (p.5-6)., bajo esta premisa se considera que el desarrollo de nuevas actividades

como lo es el turismo comunitario puede traer efectos positivos para quienes lleven a cabo estas actividades.

En el caso específico del centro de turismo comunitario La Moya la pandemia ha afectado el desarrollo normal de las actividades turísticas, esto debido al gran número de restricciones que se implementaron en el país en general, por tal motivo se realiza esta investigación para determinar cuál es la situación actual del CTC ya que al momento no existe información sobre su realidad, a la vez se busca generar estrategias para el buen desarrollo de las actividades turísticas en la zona.

Además, como el resto de actividades el turismo en la actualidad ha empezado un proceso de reactivación, por tanto, se pretende conocer cuáles han sido las actividades que se han llevado a cabo durante este proceso en La Moya, teniendo en cuenta que en este periodo post pandemia las actividades turísticas con relación a la naturaleza han tenido una gran acogida por parte de los turistas, ya que es un sector que tiene en cuenta las conservación del medio ambiente y el crecimiento de la localidad.

Así mismo, el cierre de las actividades no solamente por la pandemia sino por la compleja situación por la que atraviesa el país, ha generado una disminución en los ingresos por actividades turísticas, es así que los diferentes centros de turismo comunitario también se han visto afectados, por esta razón quienes los conforman han tenido que recurrir a otro tipo de actividades como la agricultura, con el fin de mantener su economía.

Bajo este contexto, se realiza esta investigación con el fin de conocer la situación actual de la comunidad teniendo en cuenta como ha venido desarrollando las actividades turísticas y a la vez los efectos que dejó la pandemia por COVID-19, para posteriormente generar estrategias que ayuden a la comunidad a desenvolverse en el ámbito del turismo comunitario de una mejor manera y así lograr un desarrollo de la comunidad.

Formulación del problema

¿Cuál es la situación actual del turismo comunitario en la comunidad La Moya?

Justificación e importancia

El turismo es el tercer ingreso directo al PIB del país, convirtiéndose así en un sector clave para el crecimiento económico, social y cultural, por tal motivo es importante estudiar el desarrollo turístico de los CTC de la provincia de Chimborazo, en tal sentido se analiza la situación actual de la comunidad La Moya, para conocer las diferentes causas que han limitado la ejecución de las actividades turísticas y a la vez generar estrategias que permitan el desarrollo de la misma.

En este sentido, es importante analizar la situación de la comunidad en un campo post pandemia, ya que debido al gran número de restricciones sanitarias a las que los turistas se tuvieron que sujetar por la pandemia COVID-19, las actividades en general se vieron afectadas, sin embargo, con la reactivación de las mismas las comunidades deben organizarse y generar nuevas estrategias que les permitan captar la atención de los turistas.

De esta manera, se considera primordial el trabajar en proyectos que generen soluciones a dichos problemas, para de esta manera lograr un desarrollo de la comunidad la Moya, teniendo en cuenta que se debe contar con una participación activa de todos quienes conforman la comunidad, con el fin de conservar y promover la identidad cultural y cosmovisión de la comunidad.

Finalmente, se realiza este análisis con el fin de generar estrategias que ayuden a la comunidad la Moya a desarrollar las actividades de turismo comunitario de una manera correcta para obtener beneficios, y así generar un incremento en el nivel de calidad de vida de los habitantes, a la vez se busca dar a conocer la riqueza histórica y cultural tanto a nivel nacional como internacional por medio de la práctica del turismo comunitario.

Objetivos de investigación

a) Objetivo general:

Realizar un análisis de la situación actual del turismo comunitario en La Moya.

b) Objetivos específicos:

- ✓ Determinar la fundamentación teórica que sustente la investigación.
- ✓ Analizar la situación actual del turismo comunitario en La Moya.
- ✓ Formular estrategias de desarrollo local para el fortalecimiento del Turismo

comunitario en La Moya.

Idea a defender

El análisis de la situación actual permitirá establecer estrategias de desarrollo para el centro de turismo comunitario la Moya.

Variables

- **Variable dependiente:** Turismo Comunitario
- **Variable independiente:** Análisis Situacional

La investigación sustenta dos variables de estudio como es el análisis situacional y turismo comunitario a través de la fundamentación teórica, con el fin de establecer las bases teóricas a la problemática y al desarrollo del proyecto.

Marco teórico

Turismo Comunitario

El turismo comunitario plantea un uso diferente del territorio y sus recursos, tanto por quienes proporcionan el servicio, como por parte de los usuarios, pues implica prácticas de valoración ambiental in situ, el reconocimiento del patrimonio cultural de las comunidades y su interacción con las mismas. En este sentido, se trata de un turismo relativamente más consciente e integrado y con posibilidades de generar beneficios económicos y sociales principalmente en el nivel local. (Universidad Autónoma del Estado de México, 2016)

El turismo comunitario representa una opción económica y social para las zonas rurales de un determinado sitio geográfico, haciendo énfasis en la participación activa de una o varias comunidades involucradas dentro de la gestión turística de la zona y los beneficios que se generan a través de la práctica de dicho tipo de turismo en su contexto local.

Evolución del turismo comunitario

El turismo es una actividad que con el paso del tiempo ha tenido que irse adaptando a nuevas tendencias y preferencias, en la actualidad estas actividades se han visto vinculadas con el cuidado y la preservación de los ecosistemas en los que se desenvuelven, y a la vez se toma en cuenta la conservación del estilo de vida de las diferentes comunidades tradicionales, (Ullauri, Arévalo & Romero, 2018 cómo se citó en Skewes, 2012), de la misma forma, se puede señalar que el turismo comunitario busca brindar nuevas experiencias a los turistas que les permita estar en contacto directo con las personas que conforman las comunidades. Cabe recalcar que el involucramiento comunitario dio a la luz su propia cosmovisión partiendo del concepto real donde:

“Es la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural, en el contexto de los viajes organizados, el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades

y pueblos para la distribución equitativa de los beneficios generados". (Vargas, y otros, 2017 como se citó en Hutchins, 2007).

Además, "el turismo comunitario se plantea como: un sector de impacto directo sobre las familias de la población local, el desarrollo de la región y los estilos de vida" (Bravo & Zambrano, 2017 como se citó en Manyara, 2006, p.4); por tal motivo se debe incentivar y brindar apoyo a las comunidades para que puedan llevar a cabo los diferentes proyectos entorno al turismo comunitario que se presentan.

De este modo el surgimiento del turismo comunitario se relaciona con aspectos como el deterioro de la calidad de vida debido a la crisis del sector agropecuario y las limitaciones que presentan las políticas públicas para atender e impulsar adecuadamente la difícil situación por la que transitan, por lo cual se hizo evidente la necesidad de explorar actividades alternativas a las convencionales y de esta manera identificar nichos para complementar el ingreso y empleo de la población rural (Palomino, Gasca & López Gustavo, 2015)

Por consiguiente, el turismo comunitario es percibido como una actividad que se desarrolla directamente con la población y se basa en la gestión del territorio, en la participación activa de la comunidad local en las actividades turísticas, y tiene como repercusión la obtención de réditos económicos. Las comunidades locales consideran esta oportunidad para mejorar su calidad de vida mediante el uso de su cultura, recursos patrimoniales y naturales. Además, hay que considerar tres conceptos que se vinculan con el turismo comunitario: comunidad, convivencialidad y cotidianidad (Ullauri, Arévalo & Romero, 2018 como se citó en Henríquez, 2010).

Dentro de este marco surge el turismo comunitario referido principalmente a una actividad sustentada en emprendimientos productivos donde la propiedad y gestión de los recursos patrimoniales se llevan a cabo por la comunidad, con arreglo a prácticas de participación social colectiva y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados por la

prestación de servicios, con miras a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes (Palomino, Gasca & López Gustavo , 2015 como se citó en Maldonado, 2005).

De igual manera, para Cabanilla & Garrido (2018) el turismo comunitario ha tenido una evolución en los últimos tiempos, donde indican que:

A finales de la década de 1980, emergieron en varios lugares del mundo comunidades de pueblos originarios y campesinos que se involucraron directamente en la planificación, operatividad y beneficios de emprendimientos turísticos. Se los conceptualizó de diversas formas: turismo indígena, étnico, turismo rural comunitario o ecoturismo comunitario. (p.15)

En la década de los noventa, surgieron varias declaraciones a nivel mundial que influenciaron de manera directa al desarrollo del turismo dentro de una base local. Algunas de estas declaraciones fueron emitidas por Lanzarote (1995), Montreal (1996) y Berlín (1997) que dieron fortaleza al concepto de sostenibilidad, pues cada una de ellas se aproximó a la relación entre turismo y medioambiente, y evidenciaron una actividad turística causante de muchos impactos ambientales, en algunos casos irreversibles.

Para el año 2008, hay más aportes sobre experiencias de emprendimientos de turismo comunitario auspiciados por fundaciones extranjeras en varios lugares, como por ejemplo de la REST, auspiciada por Fundación Solidaridad, de la cual se generó el informe final de la primera etapa junto con algunos resultados. Sin embargo, lo más importante fue recoger la opinión de las comunidades que manifestaron estar conformes con la primera etapa, pero que además sentían que debían continuar recibiendo asistencia en temas como comercialización, convenios con otros actores, líneas de financiamiento para otras comunidades, capacitación especializada, entre otros. (Cabanilla & Garrido, 2018)

Los avances en la construcción del turismo comunitario han generado un impacto de alta importancia en la conservación de la opinión de comunidades y sus actores directos, tomando en cuenta su desarrollo dentro de un mundo total y constantemente cambiante, siendo

así que, las comunidades prevalecen en su idea de sostenibilidad en lo que cultura y ubicación geográfica respecta.

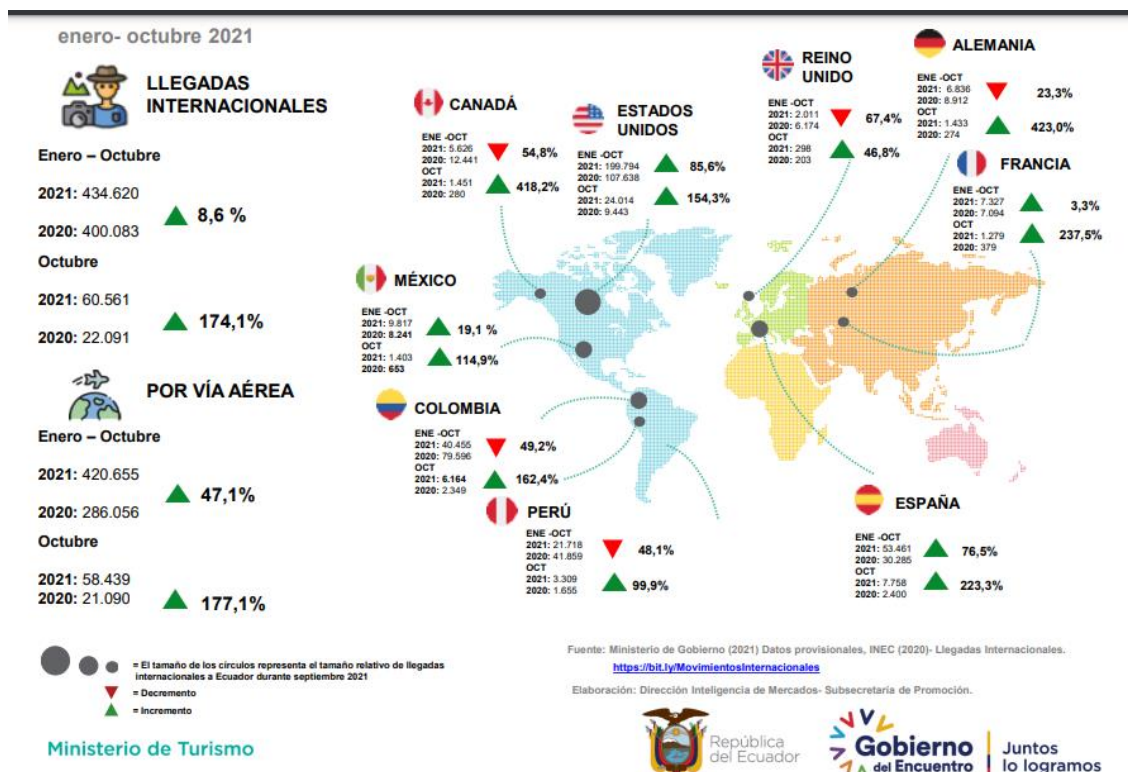
Desde la perspectiva de los usuarios, el turismo comunitario fomenta valores de conservación de la naturaleza y el medio ambiente al tiempo que promueve la integración sociocultural con la comunidad local mientras que, desde la perspectiva de la comunidad anfitriona, los actores tienen un control importante en su desarrollo y manejo; adquieren mayor conciencia sobre la conservación y una proporción sustancial de los beneficios se quedan en la propia comunidad. (Universidad Autónoma del Estado de México, 2016)

Dicho de otra forma, pese a la evolución histórica en la formación del turismo comunitario, prevalecen las concepciones iniciales desde su creación siendo así que el principio de sostenibilidad se mantiene vigente, desde el pensamiento de la idea hasta la estrategia de conservación de cultura y ambiente, se ha apreciado la búsqueda de nuevas formas de aprovechar el desarrollo de la comunidad visitada sin afectar sus tradiciones vigentes y medio ecológico ocupado.

En relación con este tema, según la OMT (2016), el turismo comunitario es una industria de unos 16 mil millones de dólares. Estas cifras, ya bastante importantes, se prevé que habrán crecido un 35% en 2020, según The World Travel & Tourism Council (WTTC), esta tendencia puede encontrar continuidad si se encauza correctamente y se mejora la comercialización, ya que según los datos de Eventbrite y PGAV Destinations un 70% de los viajeros de todo el mundo estarían interesados en experiencias de turismo cultural y de contacto real con la población local (Travé, 2021 como se citó en Procolombia, 2018, p. 6). En este sentido, en la Figura 1 se puede observar el porcentaje de llegada de turistas internacionales, conforme la situación del turismo comunitario en Ecuador.

Figura 1

Llegada de turistas internacionales



Nota. Tomado de Ministerio de Turismo (2022)

Toda la información presentada propone el potencial de desarrollo turístico dentro del territorio nacional, tomando en cuenta que los turistas llegan con la demanda de un turismo urbano y finalmente deciden ser partícipes de la interacción entre culturas, siendo un espacio de compartir y conocer el desarrollo de una comunidad frente a la visita de un turista local o extranjero, no obstante, cada día el turismo comunitario se vuelve de forma clara un nuevo medio de desarrollo económico incluido en la elaboración de paquetes turísticos en agencias distribuidas a nivel nacional e internacional.

Fundamentos del Turismo Comunitario.

El término turismo comunitario está en auge, sin embargo, muchos autores concuerdan en que, al momento, este modelo de gestión carece aún de bases conceptuales fuertes

y con amplia discusión en el ámbito académico, generando una brecha de propuestas que podrían nutrir al turismo comunitario en varios aspectos, que le ayudarían a neutralizar los procesos fatales producto de un turismo no planificado. (Cabanilla, 2018, p.122)

El constante auge del turismo comunitario ha sido evidenciable a causa de su demanda turística a nivel mundial, tomando en cuenta los recientes acontecimientos, siendo la pandemia el principal de ellos, la motivación principal por la cual el turista busca de cierto modo tomar distancia de las zonas urbanas y acercarse a un entorno natural sin perder la conexión social, de ahí parte la idea de turismo comunitario. Es así que Santana & Atiencia (2014) proponen los siguientes principios de sostenibilidad del turismo comunitario:

- Los seres humanos constituyen la principal de tantas preocupaciones relacionadas con el desarrollo sostenible. Tienen derecho a una vida saludable y productiva en armonía con el medio ambiente.
- La protección del medio ambiente deberá formar parte protagónica del proceso de desarrollo y no debe considerarse en forma lejana.
- El derecho al desarrollo debe ser ejecutado en la forma más equitativa posible, respondiendo a las necesidades ambientales y de desarrollo de las generaciones presentes asegurando a las generaciones futuras.
- La erradicación de la pobreza es parte esencial que incumbe a todos los países y personas; reducir las disparidades de los niveles de vida en todo el mundo.
- Los pueblos indígenas y sus comunidades conservarán la diversidad biológica y ambiental y el desarrollo en general, debido a sus conocimientos y prácticas tradicionales por ello los países deben reconocer y reforzar su identidad, cultura e intereses promoviendo su participación en el desarrollo sostenible. (p.73)

La idea de conservar dichos principios parte desde el preservar al ambiente y la cultura de cada estado o zona geográfica, aceptando la importancia de la diversidad ecológica y

cultural que posee cada comunidad visitada, y los individuos que la visitan con el propósito incluirse y aprender sobre los vestigios y actividades aun presentes en dichas comunidades. En este sentido, existen componentes importantes para el desarrollo de turismo comunitario, siendo estas tres que se mencionan a continuación:

1) Competitividad Turística: Según Garcés, Sarmiento & Paneca (2018) definen a la competitividad turística como un fenómeno complejo, dinámico, multidimensional, no observable directamente y difícil de medir. Es así que, puede notarse una evolución desde un enfoque puramente economicista, a un enfoque más amplio que integra las variables sociedad y sostenibilidad. (p.4)

De este modo, se comprende que la competitividad turística, se relaciona con la mejora constante de la oferta y demanda del destino u atractivo turístico, tomando en cuenta su posición geográfica, servicios, productos y calidad o expectativas del turista, partiendo desde el mapeo de la oferta turística hasta la presentación de estrategias de oferta de atractivo, se puede identificar el potencial y alcance del destino o en este caso comunidad al momento de realizar actividades turísticas.

2) Comercialización Sostenible: “El comercio sustentable se define como un comercio que genera valor económico, reduce la pobreza y la desigualdad, y regenera recursos ambientales.” (Carrillo & Zequeira, 2007, p.105). Por muy buenos que logren ser los productos o servicios que se desarrollen, si el turista no los conoce o se interesa por ellos, no se puede directamente ayudar a las comunidades. Es fundamental conseguir atraer los flujos turísticos a las comunidades para que puedan conocerse y disfrutar de este tipo de turismo, a través del intercambio de información y actividades.

3) Alianzas Público-Privadas-Comunitarias: La Fundación CODESPA (2015) expone su plan de alianzas en pro del desarrollo del turismo comunitario, donde se involucra a los actores locales en el proyecto de desarrollo de estas comunidades, trabajando de cerca con los gobiernos locales, consejos provinciales, juntas parroquiales y otros actores

privados involucrados en el sector del turismo, a través de talleres destinados a estos actores con el fin de sensibilizar sobre el turismo rural comunitario.

Bajo este contexto, la Universidad Autónoma del Estado de México (2016) establece que la gestión de recursos naturales y turísticos, la distribución de diversos papeles y beneficios, así como las capacidades de gestión, tienen como eje de referencia los arreglos institucionales. Las instituciones resultan elementos transversales porque generan un marco que regula hábitos, rutinas y prácticas del conjunto social. (p.22)

Organizaciones de Turismo Comunitario

Hoy en día, el turismo comunitario sigue en constante evolución, no solo en el Gran Caribe, sino también en África, Asia y América Latina, generando una participación más activa del turista dentro de los hábitos y costumbres de un grupo social o localidad en particular. (Soliz, 2007). Existe toda una serie de organismos e instituciones, gubernamentales o no, con intereses en el terreno turístico, de entre estas organizaciones, algunas prestan especial dedicación al turismo comunitario y sus modalidades por ser considerado éste como un claro ejemplo de turismo sostenible.

En este sentido, Cabanilla & Cornejo (2017), mencionan que los diferentes organismos e instituciones que operan en materia de turismo comunitario son:

- Organización de Naciones Unidas – ONU
- Organización Mundial de Turismo - OMT
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico- OECD
- Banco Mundial - BM
- Unión Mundial para la Naturaleza - UCIN
- Instituto Internacional para la Paz a través del Turismo – IIPT

Bajo este contexto, con la apropiación del turismo comunitario también han surgido nuevos retos, en donde la competitividad, la estandarización de los servicios, la calidad, la

mejora de las estrategias de comercialización, la distribución equitativa de los ingresos y sobre todo la sostenibilidad marcarán la agenda de los próximos años.

Pese a sus múltiples beneficios el turismo comunitario ha sido fuertemente criticado como modelo de desarrollo, pues, como ya se ha mencionado; debido a su bajo impacto en materia de empleo e ingresos, a la excesiva dependencia de la financiación y asesoría externa, a la monopolización de beneficios por parte de las élites locales, las desigualdades dentro de las comunidades o la limitada capacidad de gestión relacionada con el funcionamiento de los emprendimientos de forma operativa. (Gascón & Zapata, 2011, p.12)

Es por ello que, como parte de los procesos de fortalecimiento, se ha desarrollado a lo largo de América Latina varias redes de colaboración o articulación entorno al turismo comunitario, de las cuales se puede destacar las siguientes:

Tabla 1

Organizaciones que fomentan el desarrollo del turismo comunitario en América Latina

| Nombre | Descripción |
|--------------------|---|
| REDTURS | La Red de Turismo Comunitario de América Latina, es la alianza de redes nacionales de turismo comunitario que existe en Latinoamérica. Una red de Desarrollo Sostenible que en la actualidad abarca 15 países: Bolivia, Brasil, Colombia, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Perú, Panamá, Argentina, Ecuador, Costa Rica, Venezuela, El Salvador y Chile. (Red de Turismo Comunitario de América Latina, 2007). |
| TRAVOLUTION | Es una organización sin fines de lucro que apoya la promoción y comercialización de los productos y servicios turísticos de las comunidades, fomenta la participación e interacción de los |

| Nombre | Descripción |
|---|---|
| | miembros de a través de la plataforma virtual y encuentros reales (Trabolution, 2017). |
| Red de Turismo Indígena de México | Formada por 32 empresas indígenas dedicadas al turismo en el ámbito comunitario. En la actualidad, la red tiene su base en la ciudad de México y se asienta en 15 estados del país (Red de Turismo Indígena de México, 2014) |
| Red Cearense de Turismo Comunitario | En el caso de Brasil, la Red Cearense de Turismo Comunitario nace en el año 2006 como un proyecto piloto en el estado de Ceará, poniendo a la población autóctona al alcance del control efectivo de su propio desarrollo (Red Cearense de Turismo Comunitario, 2012). |
| Red Nicaragüense de Turismo Rural Comunitario. | Cuenta con 22 organizaciones fundadoras. En la actualidad asocia a más de 55 iniciativas turísticas (Red Nicaragüense de Turismo Rural Comunitario, 2018). |
| Red Boliviana de Turismo Solidario Comunitario en Bolivia (TUSOCO) | Reúne a organizaciones comunitarias campesinas e indígenas de Cochabamba, La Paz, Oruro, Potosí, Santa Cruz, Tarija, Pando, Chuquisaca y Beni. Esta asociación que se inició con solo ocho proyectos hoy lleva el control de más de 26 emprendimientos. Esta red a través de sus agencias TUSOCO Viajes ubicadas en la ciudad de Cochabamba y sucursal en la ciudad de La Paz comercializan sus rutas y productos turísticos a nivel nacional e internacional, generando un mayor |

| Nombre | Descripción |
|---|---|
| | desarrollo económico en las comunidades rurales (Pangea Sostenible, 2012). |
| Federación Nacional de Turismo Comunitario de Guatemala (FENATUCGUA) | <p>En la actualidad, la Federación está integrada por 28 proyectos comunitarios y se ha convertido en el interlocutor principal del gobierno y la empresa privada en el desarrollo del turismo comunitario (Red de Turismo Comunitario de América Latina, 2009).</p> |
| Alianza Ecoturística La Ruta Mosquita (LARUMO) | <p>Conformada por seis comunidades indígenas que han desarrollado productos de ecoturismo y servicios dentro de la Reserva de la Biósfera del Río Plátano. Cada negocio está gestionado por un “grupo empresarial ecoturístico,” integrado por 10 a 20 miembros debidamente capacitados en sus tareas (Red de Turismo Comunitario de América Latina, 2009).</p> |
| Red de Parques Comunitarios MAPU LAHUAL | <p>Está ubicada en la Cordillera de la Costa, Provincia de Osorno y es producto de las iniciativas de un conjunto de comunidades mapuche “huilliche,” que decidieron unirse en torno a una estrategia común de desarrollo económico regional. Además, se trabaja en la producción de artesanías y la realización de otras actividades productivas compatibles con la conservación de los recursos naturales. Las principales áreas de turismo que se desarrollan son el ecoturismo, agroturismo y etnoturismo (Red de Turismo Comunitario de América Latina, 2009).</p> |

| Nombre | Descripción |
|---|--|
| Asociación Costarricense de Turismo Comunitario (ACTUAR) | Surgió en 2001 durante el 1er. Encuentro de Ecoturismo, organizado por el Programa de Pequeñas Donaciones (PPD) de Naciones Unidas, quienes han apoyado a más de 50 iniciativas de turismo rural comunitario, como un medio para promover el desarrollo sostenible (Red de Turismo Comunitario de América Latina, 2009). |
| Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) | Reconocida en septiembre de 2001, forman parte de sus bases alrededor de 90 emprendimientos, tiene sus filiales a redes regionales, provinciales y cantonales. Esta organización tiene gran incidencia política tanto a nivel del Ministerio de Turismo como en los gobiernos Autónomos Descentralizados (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, 2018) |

Nota. Tomado de Tierra, Ocaña & Saquicela (2018, p.10-11)

En relación a la idea anterior y de acuerdo a Solís (2010):

El turismo comunitario en América Latina es un fenómeno que data de las dos últimas décadas y surge en un contexto de grandes cambios económicos, sociales y políticos: la liberalización de los flujos comerciales y financieros; la vigencia de los nuevos paradigmas del desarrollo sostenible y la responsabilidad social de la empresa. El fenómeno ha conocido una relativa bonanza en zonas de excepcional belleza paisajística, dotadas de atractivos culturales y vida silvestre, ya sea en territorios comunales o en áreas públicas aledañas. (p.8)

Bajo esta línea de ideas, el turismo comunitario en América Latina ha logrado tener un consenso en reuniones internacionales, sobre la capacidad que esta actividad ha tenido para contribuir al desarrollo y más concretamente al alivio de la pobreza, es por ello que en varios

países de la región ha sido propuesto como modelo de gestión estratégico local que tiene grandes posibilidades para convertirse en líder de la cooperación turística internacional; pues es considerado como una herramienta que bien gestionada, pudiera contribuir a la mejora de la calidad de vida de las poblaciones locales y a la reducción de la pobreza, fomentando la creación de empleos locales y la conservación del patrimonio natural y cultural.

Para ello es necesario recordar que el turismo comunitario, es un fenómeno social muy dinámico tanto en su crecimiento como en los vínculos con nuevas expresiones y formas de hacer turismo, por tal motivo, Maldonado (2008) menciona que:

Existen varios lugares en donde el Turismo Comunitario se originaría, sin embargo, Ecuador, Sudáfrica y Zimbabue, son considerados como el punto de partida de esta modalidad turística. De la misma manera, en las últimas décadas ha existido un creciente desarrollo de nuevas iniciativas turísticas, que si bien, no han logrado consolidarse a lo largo del tiempo, estas pueden verse reflejadas en los aportes desarrollados desde la academia. (p.115)

Turismo comunitario en Ecuador

Según Azevedo (2007) señala que el concepto de turismo comunitario se alimenta permanentemente de nuevos aportes de investigaciones realizadas tanto a nivel nacional como internacional, la finalidad principal no es el rendimiento económico de los accionistas, sino la generación de impactos positivos distribuidos entre todos los miembros de una comunidad.

En la década de los años setenta, Ecuador, como varios países latinoamericanos, vivió una época de dictaduras que desaceleraron el crecimiento de los procesos turísticos. En esta época, el boom petrolero marcó una ruptura de los procesos de desarrollo encaminados hasta el momento, dejando en pausa a varias actividades productivas, hasta descubrir la real dimensión del llamado oro negro. Por esta causa, al período de los años setenta se le observa sellado por grandes impactos negativos en el ambiente natural, debido a la explotación del petróleo a gran escala. (Ayala Mora, 2008), como los grandes procesos organizativos de

carácter político, social y cultural, que iniciaron un reclamo sobre su protagonismo en varios sectores como el turismo (FEPTCE, 2002). “A inicios de los años sesenta, la protesta social se intensificó bajo condiciones de influencia internacional del triunfo de la Revolución cubana y el ascenso de la lucha antiimperialista continental” (Ayala, 2008, p.51).

Durante esta década de 1970, en varios territorios locales y regionales se observaron indicios fundacionales de procesos de acción colectiva que buscaban intervenir de forma directa en los procesos de desarrollo y redefinir los sistemas de actores que tomaban parte en estos, contribuyendo a recentrar las relaciones sociales a nivel local (Klein, 2005). En este sentido, Caiza & Molina (2012) afirman que el eje ordenador de los principales acontecimientos y relaciones entre los actores que contribuyeron al proceso de reconocimiento, implementación y fortalecimiento del turismo comunitario en el territorio conlleva a tres fases (Ver figura 2), como se muestran en la siguiente tabla. son:

Tabla 2

Fases evolutivas del turismo comunitario en Ecuador

| Fase | Descripción |
|---|--|
| Fase preoperativa | Se la denomina preoperativa considerando que la formalidad fue importante para darle institucionalidad, cabe anotar que varios proyectos llamados comunitarios, que operaban de igual forma bajo otros registros y normativas. |
| Fase de institucionalización y fortalecimiento | Abarca desde la Declaración de Otavalo en 2001 hasta el primer Reglamento para el Registro de Centros Turísticos Comunitarios, expedido el 28 de marzo de 2006. |
| Fase de crecimiento y normalización | Inicia a partir de 2006 hasta 2014 en que aparecen las últimas actualizaciones y noticias sobre el turismo comunitario en Ecuador, |

| Fase | Descripción |
|------|---|
| | este período abarca la aparición de varios actores locales y el inicio de un proceso normativo de este modelo de gestión. |

Nota. Descripción de las fases evolutivas del turismo comunitario en el Ecuador según Cabanilla & Garrido (2018, p.57)

Figura 2

Fases evolutivas del turismo comunitario en Ecuador



Nota. El gráfico representa las fases de la evolución de Turismo Comunitario en Ecuador.

Tomado de Cabanilla & Garrido (2018, p.57)

The Ecotourism Society ha posicionado al Ecuador como “líder mundial en ecoturismo comunitario” (Ruiz, 2008). Las razones apuntan a ser uno de los países pioneros en este tipo de turismo, la política pública que lo apoya, su característica de país plurinacional y multiétnico, los altos niveles de pobreza en los habitantes de zonas rurales, que ha llevado a considerar el turismo como un medio para que comunidades campesinas, indígenas y afro ecuatorianas obtengan ingresos adicionales, de modo que se considera al turismo comunitario como una estrategia para el desarrollo local.

Dentro de este marco el Ecuador cuenta con un centenar de experiencias comunitarias que continúan formándose cada vez más, las comunidades que ofrecen estas experiencias

están extendidas a lo largo y ancho de todo el territorio especialmente a nivel andino, estos emprendimientos desarrollados por las comunidades han nacido en la gran mayoría de la propia autogestión. Además, los Centros de Turismo Comunitario en el Ecuador se han desarrollado en el país de sobremanera, tal como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 3

Centros de Turismo Comunitario del Ecuador

| CTC | Descripción |
|--|--|
| Turismo comunitario Shuyuntsachila | En el corazón cultural de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, la comunidad de El Poste te espera para compartir su gastronomía, danza, cultura y sus rituales de sanación. |
| Turismo comunitario en las cascadas de Cumbatza | La comunidad shuar de Cumbatza te espera en el cantón Sucua, provincia de Morona Santiago, para compartir su cultura, danza, senderismo para conocer sus plantas medicinales, gastronomía y trekking hacia la hermosa cascada de Cumbatza. |
| Paz Yaku Turismo comunitario | La majestuosidad de los paisajes del río Pastaza, te esperan en el cantón Mera en la provincia de Pastaza. |
| Turismo Comunitario Kuri Warmi | Un rinconcito escondido en el corazón de la Amazonia en la provincia de Pastaza, una experiencia inolvidable que te fortalecerá el alma te espera para disfrutar de danza, artesanías, rituales con un auténtico Yachak que te guiará en la experiencia de la toma de Ayawaska |
| Cascadas y Cavernas Yanayaku | En menos de 3 kilómetros, el turista de aventura puede admirar y refrescarse en 8 cascadas. Esta maravilla se llama “Las cascadas de Yanayaku” y están a lo largo del Río Llushian en Archidona. |

| CTC | Descripción |
|--|---|
| Turismo comunitario La Esperanza | La comunidad indígena Puruhá del cantón Colta en la provincia del Chimborazo, te ofrece una experiencia de turismo comunitario dentro de un fabuloso paisaje que parece sacado de un cuento de hadas. 2 chozas para tu hospedaje, paseos en caballo y rica gastronomía andina. |
| Pukara Tambo, turismo comunitario | En el centro de servicios turísticos brinda productos consolidados como: hospedaje, alimentación, museo, artesanías y guianza por atractivos naturales y culturales del sector. Está ubicado a 11km de Riobamba, en la parroquia rural de Cacha. |
| La Moya, centro de servicio turístico comunitario | El turista podrá disfrutar de recorridos por senderos que antaño utilizaban los comuneros para llegar a las minas de hielo, en la parte alta del coloso de los Andes, el Chimborazo. Está ubicada a 18 km de Riobamba. |
| Palacio Real | El Centro de Turismo Comunitario Palacio Real se encuentra localizado en la comunidad denominada con el mismo nombre en la parroquia Calpi de Riobamba. a compartir experiencias con una comunidad andina. |
| Quilla Pacari | El Centro de Turismo Comunitario está situada en la comunidad San Francisco de Cunuguachay de la parroquia Calpi a 10 kilómetros desde la ciudad de Riobamba; su nombre en castellano significa "LUNA DEL AMANECER". |
| Centro de Turismo Comunitario Pondoá | Aquí podrá recorrer este hermoso lugar en el cual es posible realizar varias actividades al aire libre, recorridos por senderos, observar diversidad en flora y fauna, además compartir actividades cotidianas con la comunidad ubicada en la ruralidad de Baños de Agua Santa. |

| CTC | Descripción |
|---|---|
| Centro Comunitario San Luis De Guachalá: | a comunidad está ubicada en la Mitad del Mundo, tradicionalmente conocida como “La Bola del Mundo”, que consiste en una esfera de piedra con un diámetro de 1.80 m., asentada sobre una gran plancha, rodeada por una circunferencia de piedra labrada. |

Nota. Tomado de Ortega (2019).

Los proyectos de turismo comunitario financian acciones de salud, educación, servicios básicos, microcréditos, capacitación entre otros, además el turismo comunitario brinda a las comunidades un estímulo económico para mantener sus tradiciones culturales, fortalecer su autoestima e identidad.

De acuerdo a Mullo & Vera (2019) indican que:

El país cuenta con políticas de gobierno enmarcadas en el Plan Nacional del Buen Vivir y sobre todo en la nueva Constitución de la República del Ecuador, en donde se refleja un interés en la inclusión, en la participación y en la inversión social, así como en el fomento a la igualdad de género, protección de la pluriculturalidad, es decir en la integración de todos los elementos que confluyen en la actividad turística. Por lo cual resulta necesario reflexionar sobre las oportunidades que tiene el turismo comunitario en el marco de la nueva forma de hacer economía en el país, basados en la inclusión social promoviendo el fomento de redes productivas entre pequeños, medianos y grandes empresarios (p.12-14)

Según Reyes, Manjarrez & Ortega (2014), para Ecuador el turismo comunitario constituye uno de los rubros de generación de divisas más significativas, presentándose como un sector estratégico para el desarrollo del país, y el desarrollo sostenible del país. En este punto, la gestión pública representa un aspecto relevante al tener atributos relacionados con el desempeño de los gobiernos en términos del diseño, la hechura, la implementación y la evaluación de las políticas públicas, por eso, al relacionar a las autoridades con los espacios

privados y públicos, adquiere una connotación fundamental que la sitúa en el horizonte de la gobernabilidad y la estabilidad de las sociedades abiertas (Uvalle, 2004).

Es así que, la administración de la actividad turística es fundamental para el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales existentes e implementar estrategias guiadas bajo un modelo de gestión eficaz es esencial dentro de los procesos de gobernación en las actividades que benefician a la localidad en general, por otra parte, Robbins & Coulter (2010), mencionan que la administración es a lo que se dedican los gerentes, la administración involucra la coordinación de las actividades de otros, de tal forma que estas se lleven a cabo de forma eficiente y eficaz. Además, la administración implica garantizar que la gente responsable de realizar actividades laborales las realice de forma eficiente y eficaz” (p.6).

Análisis situacional

Con respecto a la temática Valle & González (2004) mencionan lo siguiente:

El Análisis Situacional es un método que lleva a la aplicación del procedimiento más adecuado para analizar lo que está ocurriendo cuando una organización se enfrenta con diferentes asuntos (asunto o cuestión: dificultad, falla, oportunidad, amenaza o riesgo que nos obliga a actuar). Este método ayuda a saber por dónde comenzar a desenredar los asuntos traslapados y confusos. a establecer prioridades y a establecer la secuencia de actividades que darán respuestas a las preocupaciones de las organizaciones. (p.14)

Por lo tanto, el análisis situacional pretende analizar la vinculación entre la organización con su contexto y la competencia, este método permite aclarar los temas confusos y generarlas como prioridades para la toma de decisiones en las empresas.

Funciones del Análisis Situacional

El Análisis Situacional es un método que permite analizar dificultades, fallas, oportunidades y riesgos, para definirlos, clasificarlos, desglosarlos, Jerarquizarlos y ponderarlos, permitiendo así actuar eficientemente con base en criterios y/o planes

establecidos. Adicionalmente, el método permite reconocer, analizar y resolver problemas; permite determinar la mejor opción cuando se puede elegir entre varias; permite identificar problemas futuros y diseñar acciones preventivas y/o contingentes. (Hanel & Martha, 2004)

De acuerdo con Sulser (2004) un “Análisis situacional es un estudio a profundidad de la organización en el que se logran identificar elementos internos como las Fuerzas y las Debilidades y elementos externos como los Riegos (amenazas) y Oportunidades.” (p. 23)

Además, es importante reconocer que el Análisis Situacional es una herramienta esencial dentro del proceso de planificación estratégica que, en conjunto con los objetivos, misión y visión de una entidad, permite formular estrategias para la toma de decisiones por parte de la dirección para mejorar el destino de la organización. Entonces, el análisis situacional bajo las fortalezas, amenazas, fortalezas y oportunidades permiten identificar, analizar y determinar problemas para así diseñar algún plan de contingencia, además, forma parte la ciencia de planificación estratégica para así generar estrategias en la toma de decisiones que encaminan la correcta dirección de la empresa.

Según Faga (2006) el análisis situacional es el “Fundamento de la definición del planteamiento, dado que mediante el mismo se produce la vinculación de la empresa con su contexto y su competencia.” (p.178), conocido como análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), donde Faga (2006) menciona que el diagnóstico radica en el estudio de:

- La empresa y su operación, determinando los factores positivos, que se denominan fortalezas, y los negativos y,
- El contexto, identificando los factores positivos y negativos, denominados respectivamente oportunidades y amenazas. (p. 178)

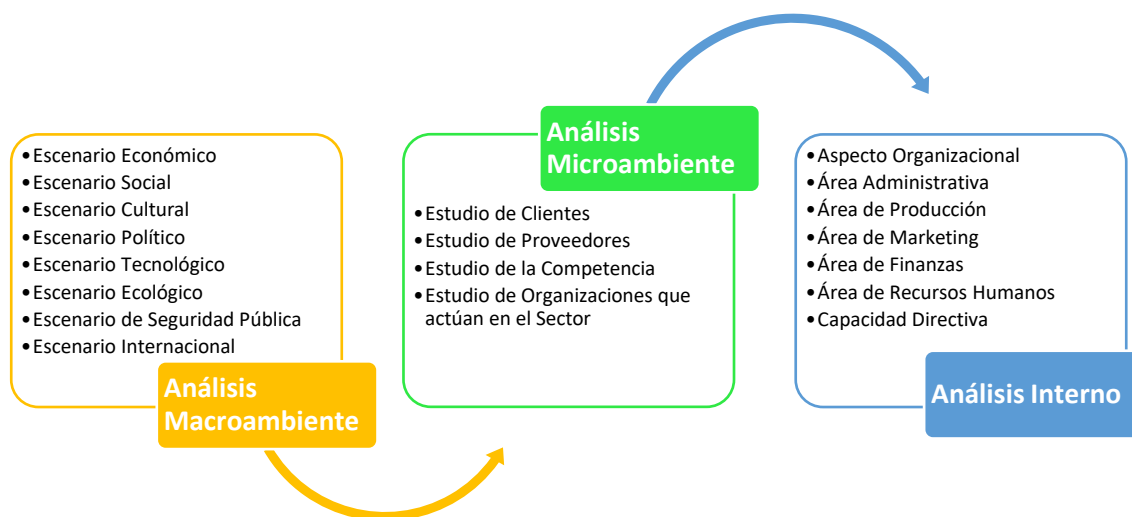
La importancia del análisis situacional reúne definir los procesos con los que visiona la empresa, además de pronosticar los efectos, generar el cuadro situacional de la empresa, aporta al diagnóstico que sirve para la toma de decisiones y aplicarlas ante la competencia.

Cabe resaltar que dentro del desarrollo del análisis situacional este se comprende de las siguientes partes o escenarios de acción dentro de una empresa:

- Macro ambiente o entorno general.
- Microambiente o entorno específico.
- Ambiente interno o empresa. (Salgado, 2007)

Figura 3

Cuadro Sinóptico de parte del Análisis Situacional



Nota. Tomado de Curso taller de Grado, ESPE (2008)

Como menciona el autor el análisis situacional permite conocer cómo se encuentra la empresa en el momento actual del funcionamiento por medio de varios factores que intervienen tanto internamente como externa, evidenciando su comportamiento en casos específicos y evaluando su capacidad de respuesta en diversos entornos empresariales.

Además, para Hanel (2005) el análisis situacional es un método que lleva a la aplicación del procedimiento más adecuado para analizar lo que está ocurriendo cuando una organización se enfrenta con diferentes asuntos (asunto o cuestión: dificultad, falla,

oportunidad, amenaza o riesgo que nos obliga a actuar). Este método ayuda a saber por dónde comenzar a desenredar los asuntos traslapados y confusos, a establecer prioridades y a establecer la secuencia de actividades que darán respuestas a las preocupaciones de las organizaciones. (p.16)

Importancia del Análisis Situacional

La importancia del análisis situacional es que define los procesos futuros de la empresa por medio de la recopilación de datos sobre el ambiente interno y externo se permite analizar y posteriormente pronosticar las tendencias en la industria o ambiente empresarial. Esta información obtenida por medio del análisis permite crear un cuadro sobre la situación actual de la empresa, lo que nos ayuda para obtener un diagnóstico preciso que nos permitirá tomar decisiones para tener en control las debilidades, enfrentar las amenazas y aprovechar las oportunidades haciendo uso de las fortalezas. (Báez, 2017).

A la vez se indica la relación que existe entre la empresa con sus clientes, proveedores, intermediarios y la competencia. En palabras resumidas, este análisis es de suma importancia para la empresa ya que nos permite saber que tenemos y que nos hace falta para lograr nuestros objetivos y a su vez nos permite evaluar cuan efectivos serán nuestros métodos o estrategias en relación al entorno de en el que se encuentra la comunidad.

El análisis situacional es conocido un complemento informativo de suma importancia ya que informa en gran medida sobre el contexto psicológico en el que identifica el objeto de análisis, asimismo, de acuerdo con Caldwell (1973) se utiliza una codificación para analizar la relación que existe entre individuos y demás individuos con su ambiente, obteniendo un resultado exhaustivo que refleja las interacciones entre el sujeto y su entorno para determinar las respuestas de los individuos se condicionan mutuamente (Rodríguez & Párraga, 1982), por otra parte para Salgado (2007) el análisis situacional establece algunos aspectos tales como:

- Punto de partida de la planificación estratégica, es decir define los procesos futuros de las empresas.

- Reúne información sobre el ambiente externo e interno de la organización para su análisis, y posterior pronóstico del efecto de tendencias en la industria o ambiente empresarial.
- Conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones para controlar las debilidades, enfrentar las amenazas y aprovechar las oportunidades utilizando las fortalezas de la compañía.
- Establece la relación que existe entre la empresa con sus clientes, proveedores, intermediarios y la competencia. (p.15)

El análisis situacional permite desenvolver los factores externos e internos que se inmiscuyen en el planteamiento del ambiente de una empresa, mediante el análisis permite clasificar a posibilitar en base a los criterios de las dificultades, riesgos, oportunidades y fallas.

Es por esta razón que Huilcapi & Gallegos (2020) consideran que:

El análisis situacional que se realiza a una organización empresarial, es una valiosa estrategia que se debe efectuar cada cierto tiempo a una empresa sea ésta de carácter social o capitalista, por cuanto se puede conocer los problemas existentes de carácter administrativo, financiero, productivo o comercial; y de esta manera, efectuar los cambios que permita corregir sus deficiencias y mejorar su desarrollo, con el propósito de incrementar su rentabilidad, que es el propósito de todo negocio. (p.22)

Finalmente, se considera importante la ejecución del análisis situacional en las empresas con el objetivo de conocer en gran medida cual es estado en el que se encuentra, para a partir de los resultados que se obtengan generar estrategias que ayuden a superar los diferentes problemas por los que la empresa u organización este pasando. Fundamentar con cita su análisis...

Componentes del Análisis Situacional

El análisis situacional o también llamado método antropológico tiene su origen en la metodología de campo propuesta por Bronislaw Malinowski en Argonautsofthe Western Pacific, este autor enfatizó el registro detallado de las cosas más insignificantes de la vida cotidiana los “imponderables”, así como el conocimiento empático que el etnógrafo debe lograr de los sujetos que estudia, analizando minuciosamente acontecimientos cotidianos, el investigador descubrirá “hechos culturales” de influencia determinante en el comportamiento social: puntos de vista sobre moralidad, normas positivas y negativas, sanciones, ideas religiosas, etc. (Malinowski, 1922, p.47)

Es interesante lo que menciona el autor en este párrafo ya que señala el estudio de varios casos, las cuales pueden ser de tipo imaginario, o mejor aún, un acontecimiento real en el cual se puede tomar en cuenta hechos que ayuden con algún tipo de investigación, y a la vez estimulará al entrevistado a externar su opinión con la finalidad de iniciar una discusión y evocar expresiones de indignación o aprobación de algún tema en específico, ya que será más fácil interactuar y mencionar casos similares que se discutan en todos sus aspectos e implicaciones correspondientes, con el fin de generar mayor número de aportaciones al tema en discusión.

Según Valle & González (2004) mencionan lo siguiente:

El Análisis Situacional es un método que lleva a la aplicación del procedimiento más adecuado para analizar lo que está ocurriendo cuando una organización se enfrenta con diferentes asuntos (asunto o cuestión: dificultad, falla, oportunidad, amenaza o riesgo que nos obliga a actuar). Este método ayuda a saber por dónde comenzar a desenredar los asuntos traslapados y confusos, a establecer prioridades y a establecer la secuencia de actividades que darán respuestas a las preocupaciones de las organizaciones. (p.16)

Por tanto, para llevar a cabo el análisis de situaciones primero es importante reconocer todos los asuntos que se tengan actuales o futuros, enumerando las desviaciones, las

oportunidades o las amenazas y anticipar los problemas que puedan surgir, posteriormente aclarar los asuntos ambiguos y desglosar los complejos para lograr asuntos independientes y del mismo nivel de generalidad y una vez definido, se decide la prioridad de cada asunto con base en la urgencia, la gravedad y la probabilidad de su crecimiento. Con base en una o en todas estas características, se puede juzgar que un asunto es relativamente menos importante y debe ser considerado después y, por último, se selecciona el proceso apropiado para resolver cada asunto, planeando cómo pueden resolverse, quién se hará cargo de ellos y qué clase de respuestas se necesitan. (Valle & González, 2004, p.16)

Como tal el autor menciona que el análisis situacional es un estudio que se realiza con la finalidad de conocer en qué estado se encuentra la empresa en un momento determinado, para ello se debe analizar aspectos tales como el entorno interno y externo en el que se desenvuelve la empresa y es importante contar con datos tanto del pasado y la actualidad al igual que las metas que se esperan a futuro, estos datos son muy importantes, puesto que pueden servir de base para poder seguir con el desarrollo del proceso correspondiente ya que la empresa será la encargada de indicar qué acciones se deberán seguir. Es así que de acuerdo con el Gobierno de la República de México (2016) los componentes mínimos que debe integrar un Diagnóstico Situacional son (ver tabla 4):

Tabla 4

Componentes que debe integrar un Diagnóstico Situacional

| Componentes | Orden de los componentes |
|---|---|
| Recursos e infraestructura | Descripción general del tema. |
| Servicios y capacidad instalada de producción | Información actualizada agrupada en tablas y/o graficada de ser necesario, con un comparativo de cuando menos los últimos 3 años. |
| Desempeño de procesos | Resultado del análisis de datos |

| Componentes | Orden de los componentes |
|---|---|
| Situación financiera | Interpretación |
| Calidad y Seguridad en la prestación del servicio | Conclusiones donde se comentará de forma general la planeación que se requiere para mejorar, reducir, conservar o cambiar los resultados. |

Nota. Guía técnica para la elaboración del diagnóstico situacional. Adaptado del Gobierno de la República de México (2016).

Es importante al momento de realizar un análisis situacional, conocer cuáles son sus componentes y el orden cronológico que estos deben seguir para llevarse a cabo este tipo de investigaciones, puesto que esto le permitirá al investigador y a los lectores comprender acerca del tema, de manera clara y concisa. En esta línea de ideas, Salgado (2007) señala que “El análisis situacional es el estudio del medio en que se desenvuelve la empresa en un determinado momento, tomando en cuenta los factores internos y externos mismos que influyen en cómo se proyecta la empresa en su entorno.” (p.15)

Como menciona el autor el análisis situacional permite conocer cómo se encuentra la empresa en el momento actual del funcionamiento por medio de varios factores que intervienen tanto internamente como externa, evidenciando su comportamiento en casos específicos y evaluando su capacidad de respuesta en diversos entornos empresariales. Con el fin de conocer qué acciones se deberían tomar para seguir creciendo en el mercado y determinar qué estrategias se deben poner en práctica.

Aplicación del Análisis Situacional en el Turismo

Para la aplicación de un análisis situacional en el turismo se debe tomar en cuenta varios aspectos para su desarrollo dentro de las cuales se colocan referencias de entidades que ayudan a la realización de las actividades turísticas como una de ellas es la Dirección de Gestión Turística del Gobierno Autónomo Descentralizado que tienen como objetivo principal

realizar un análisis situacional del turismo de un determinado lugar, a fin de identificar cómo los actores sociales, públicos y privados han contribuido en el desarrollo socio económico de la ciudad involucrada en dicho análisis, se puede tomar en cuenta los datos estipulados en el PLANDETUR 2020 o a su vez los ejes estratégicos que se dividen en 5 de ellos como son seguridad, calidad, destinos y productos, conectividad y producción. (Palacios et al., 2020, p. 2)

Es importante recalcar que el análisis situacional indaga en varios subtemas como datos referentes a la oferta turística en general, considerando para ello la composición de la población, los datos de economía y empleo de los mismos, además de la gestión de marca realizada por el GAD, así como los actores intervinientes en los procesos turísticos en el mencionado lugar, luego de lo cual se relacionan hechos aparentemente aislados (población, gestión de marca y actores), para formular una teoría que unifique dichos elementos.

De igual manera partiendo del mismo principio se debe analizar de forma integrada e interrelacionada todos los elementos del sistema con la finalidad de determinar la potencialidad turística del lugar, calcular las limitaciones de crecimiento, segmentar el mercado objetivo, identificar los productos potenciales y obtener resultados que permitan el direccionamiento del análisis y la toma de decisiones, teniendo como resultado un diagnóstico en el que se identifican las principales oportunidades y limitaciones para el desarrollo, tanto de los elementos del sistema turístico, como de los aspectos sociales, económicos, políticos y ambientales externos al sistema.

Como tal el diagnóstico turístico de manera general, es entendido como la búsqueda y sistematización de información relativa a la oferta y la demanda turísticas en el destino según lo señalado por Vera (1997), partiendo desde un enfoque físico territorial indica que el diagnóstico consiste en el análisis de los componentes básicos de la estructura turística oferta y demanda del uso y estructura del territorio, así como del medio ambiente del sitio a planificar.

Específicamente en el proceso de planificación turística propuesto por la OMT al diagnóstico se lo conoce también como línea base o estado de situación actual y lo que busca

específicamente es definir la situación del destino turístico en el presente, es decir, antes de que se ejecute la planificación (Quijano, 2000, p.11). Desde este punto de vista, se ha identificado que el diagnóstico sirve para tres propósitos muy concretos:

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

Dependiendo del tipo de datos que se tienen se deberá tomar en cuenta los objetivos de desarrollo los cuales deberán hacerse previamente de igual manera se establece los aspectos del turismo o del entorno que van a ser priorizados en los estudios y análisis. Por ejemplo, si la planificación tiene orientación físico territorial, el diagnóstico se enfocaría en la caracterización geográfica, la identificación de los usos de suelo, la determinación del potencial turístico del territorio y la definición de unidades regionales de análisis, por otra parte, si el enfoque de planificación es económico, se estudiaría a la demanda con su capacidad de gasto, empleos directos e indirectos generados por la actividad, la capacidad del destino para atraer inversión, entre otros. Bajo este contexto, el autor Ricaurte (2009) afirma que:

La finalidad del análisis es definir la situación de los recursos y atractivos en tiempo real, analizando las oportunidades y limitaciones del territorio que se está analizando, fundamentando la toma de decisiones y las tácticas de desarrollo con datos cuantitativos y cualitativos restablecidos, finalmente establecer una línea base que nos permita elaborar una comparación entre la situación de los recursos antes y cuáles fueron los resultados obtenidos después de haber seleccionado las tácticas adecuadas de planificación turística. (p.380)

La elaboración de una metodología de diagnóstico implica elaborar varias etapas que permitirán el estudio de una manifestación determinada, ofreciendo elementos y recursos para evaluar la situación actual y a partir de ese análisis implementar tácticas que ayuden a mejorar los problemas encontrados, mejorando de esta manera su funcionamiento y contribución al logro de los objetivos de la comunidad (Vargas, 2010). El diagnóstico turístico es un proceso técnico de investigación que engloba 3 etapas fundamentales para concluir con éxito la investigación, que se detallan a continuación:

- 1. Etapa del diseño de diagnóstico:** En esta etapa se define la manera en que va a ser recopilada la información de campo, incluyendo tres actividades que ayudaran en la planificación, determinando el enfoque y el tipo del diagnóstico que permitirá definir la metodología, recursos humanos, recursos económicos, tiempo y materiales necesarios para la recolección de la información pertinente en un proceso que se elabora dentro de la realidad del entorno y basado en los objetivos planteados, además se identifica la localización del sistema turístico a ser evaluado con la finalidad de determinar un espacio físico fácil de identificar en los mapas y sus coordenadas, así mismo se busca información adecuada del lugar que se está trabajando, esto se lo realiza antes de la recolección de información de campo para evitar contextualizarla información que se recogerá después.
- 2. Etapa de recolección de información de campo:** Una vez terminada la primera fase de diagnóstico, se comienza a recolectar información de campo, a través de 3 fichas diseñadas para caracterizar los 6 elementos del sistema turístico local. Los pasos a seguir en la etapa de recolección de información de campo son:
 - Aplicación de la ficha de Caracterización Turística de la parroquia
 - Aplicación de la ficha de Caracterización de Demanda
 - Aplicación de la ficha de Caracterización de Recursos y Atractivos.

3. Etapa de análisis y sistematización de resultados: En esta fase se elabora el análisis de los tratamientos realizados en las diferentes fichas de diagnóstico que se desarrollaron para la parroquia de Ricaurte en la recolección de información. La fase de análisis consiste en primero sistematizar todos los resultados obtenidos para posteriormente convertirlos en una base confiable para la posterior toma de decisiones basadas en diferentes herramientas (Ricaurte, 2009).

Es por tal motivo, que mediante el uso del análisis situacional se pueden determinar un sin número de factores que permitirán conocer cuál es el estado real de la industria en este caso específico el turismo, para posteriormente, ejecutar medidas que le permitan al sector tener un crecimiento favorable, obteniendo beneficios para todos. Al mismo tiempo, se hace referencia a un último aspecto importante para considerar dentro del ámbito turístico, este se presenta dentro del análisis del diagnóstico, que según el autor Alcocer (2013) es:

La competitividad turística dentro del ámbito de la investigación turística se dice que es la capacidad que tiene un destino para crear productos o servicios con un valor añadido, en el que se puedan sostener los recursos locales y así conservar su posición de mercado con respecto a los consumidores.

Por tal motivo, el análisis de la competitividad de un destino es una manera de conocer la manera en la que se va a ofrecer los bienes y servicios, buscando siempre captar la atención de los visitantes, satisfaciéndolos en sus necesidades y cumpliendo expectativas, consiguiendo con esto, que los turistas sean embajadores del destino.

Capítulo II

Marco Metodológico

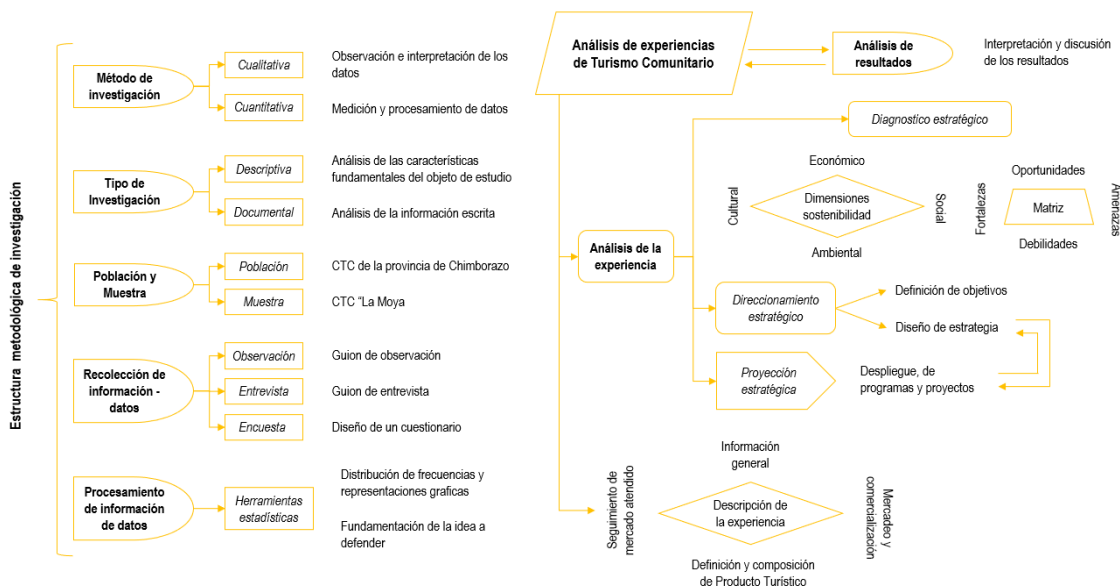
Introducción al marco metodológico

De acuerdo con Bernal (2016), “el proceso de investigación es un sistema constituido por varios componentes que a medida que va desarrollándose cada componente recibe influencia del anterior, pero, a su vez, es seguido e influenciado por otro.” (p.104), por otro lado, para Hernández (2014) “La investigación científica se concibe como un conjunto de procesos sistemáticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno; es dinámica, cambiante y evolutiva. Se puede manifestar de tres formas: cuantitativa, cualitativa y mixta.” (p.25).

Por tanto, para el presente proyecto se toma en consideración la estructura metodológica que propone Bernal, además, se consideró la metodología de análisis de las experiencias de turismo comunitario de Maldonado (2005), en tal sentido, en la figura 4 se presenta el esquema metodológico con los procedimientos a desarrollar en la investigación.

Figura 4

Estructura de la metodología



Nota. Estructura metodológica Bernal (2016) y Hernández (2014).

Método de investigación

Cualitativa

Según Bernal (2016) la investigación cualitativa “se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado una serie de postulados que expresen relaciones entre variables estudiadas de forma deductiva” (p.72), por otro lado, Monje (2011, p.13 como se citó en Bonilla y Rodríguez, 1997) afirma que “la investigación cualitativa se interesa por captar la realidad social a través de los ojos de la gente que está siendo estudiada, es decir, a partir de la percepción que tiene el sujeto de su propio contexto”

En este sentido, en el proyecto se aplicó el método cualitativo debido a que se desarrolló un análisis de la experiencia del centro de turismo comunitario La Moya, por medio de la observación y entrevistas que se realizaron en el trabajo de campo, con el fin recolectar datos de primera fuente de quienes participan directa e indirectamente en los diversos servicios turísticos que brinda la comunidad, para más adelante establecer el direccionamiento y la proyección estratégica correspondiente.

Cuantitativa

Según Bernal (2016, p.72 como se citó en Bonilla y Rodríguez, 2005) el método cuantitativo “se orienta a profundizar en el estudio de casos específicos y no a generalizar (...) pretende conceptuar sobre la realidad, con base en la información obtenida de la población o las personas estudiadas”, es así que Monje (2011) menciona que “la metodología cuantitativa usualmente parte de cuerpos teóricos aceptados por la comunidad científica con base en los cuales fórmula hipótesis sobre la relación desesperadas entrega el variable que hacen parte de problema que se estudia”. (p.13)

Bajo este contexto, el método cuantitativo ayudó a la investigación a obtener datos y cifras reales en cuanto a las actividades turísticas que se ejecutan en la comunidad, con el fin de conocer cuál es la realidad del turismo comunitario en La Moya para la toma de decisiones en base a la información estadística analizada de las encuestas aplicadas tanto a la comunidad aledaña al CTC como a los turistas que lo visitan, datos de vital importancia que ayudaron a formular las estrategias en pro del desarrollo local.

Tipo de investigación

Descriptiva

Según Bernal (2016, p.143 como se citó en Salkind, 1998) la investigación descriptiva es “aquella en la que se reseñan las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio”, además, Nieto (s,f, p.2 como se citó en Gay, 1996) afirma que “la investigación descriptiva, comprende la colección de datos para probar hipótesis o responder a preguntas concernientes a la situación corriente de los sujetos del estudio. Un estudio descriptivo determina e informa los modos de ser de los objetos”

En concordancia con lo mencionado, en el presente proyecto se desarrolla una investigación descriptiva, ya que, una vez aplicadas las herramientas como la observación, encuestas y entrevistas, se procedió a la descripción detallada de las particularidades y características fundamentales del centro de turismo comunitario La Moya, con el fin de obtener información relevante que ayude a determinar la situación actual del CTC, para posteriormente definir la composición del producto turístico que se oferta en la comunidad.

Documental

Según Bernal (2016) “La investigación documental consiste en el análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto del tema objeto de estudio.” (p.146), por otra parte, Reyes & Carmona (2020, p.1 como se citó en Guerrero,2015)

mencionan que “es una de las técnicas de la investigación cualitativa que se encarga de recolectar, recopilar y seleccionar información de las lecturas de documentos, (...) en ella la observación está presente en el análisis de datos, su identificación, selección y articulación con el objeto de estudio”.

Bajo este contexto, el método de investigación documental se aplica en el presente proyecto, ya que, al realizar una recopilación de datos de diferentes fuentes de información, nos permitió fundamentar la problemática, por otro lado, estos datos nos brindaron la posibilidad de conocer cuál es la situación actual del CTC La Moya, mismo que más adelante nos permitirá generar estrategias que ayuden al desarrollo de las diferentes actividades turísticas en la comunidad.

Población y muestra

Población

Según Bernal (2016, p.210 como se citó en Fracica, 1988), la población es “el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo.”, por otra parte, Arias, Villasís & Miranda (2016) afirman que “la población de estudio es un conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que formará el referente para la elección de la muestra, y que cumple con una serie de criterios predeterminados” (p.202).

En este sentido, la población que se consideró dentro del macro proyecto “Análisis situacional del turismo comunitario en la provincia de Chimborazo”, corresponde a una población finita, que de acuerdo al Catastro Turístico del Consolidado Nacional de la Provincia de Chimborazo (2021), son cuatro los centros de turismo comunitario que se encuentran debidamente registrados: Palacio Real, La Moya, Quilla Pacari y La Comuna Tolte; del cual en el presente proyecto se trabajó directamente en la experiencia del centro de turismo comunitario La Moya.

Además, para la aplicación de la encuesta se tomó en consideración la Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquia de Santiago de Calpi (2015-2025), en el cual se establece una población finita de 220 habitantes de la comuna La Moya, esta herramienta ayudó a obtener información relevante sobre el CTC en pro de identificar los diferentes criterios de la población acerca de la práctica de turismo comunitario y cuáles son las actividades que se desarrollan para la reactivación turística después de la pandemia del Covid-19 por la que atravesó el mundo.

Asimismo, se aplicó una encuesta a los turistas que llegan a la comunidad, donde la población finita es de aproximadamente 10 visitantes diarios dando un total de 300 visitantes mensualmente según testimonios de las personas que conforman el CTC, a consecuencia de la pandemia el ingreso de turistas se redujo en un 90%, es decir, solo ingresa 1 turista diario, dando un total de 31 turistas al mes, con el fin de conocer la perspectiva e interés de los turistas que acuden a realizar las diferentes actividades que engloba la cultura, costumbres y tradiciones de La Moya.

Finalmente, la entrevista se desarrolló a las principales autoridades, dirigentes, especialistas y representantes del CTC La Moya (ver tabla 5), con el fin de conocer cuál es el apoyo que han brindado las autoridades a los diferentes proyectos turísticos comunitarios durante y después de la pandemia del Covid-19.

Tabla 5

Datos de los expertos entrevistados

| Nombre | Cargo | Entidad a la representa |
|-----------------------|--------------------|--------------------------------|
| Ing. Diana Guevara | Administradora | CTC La Moya |
| Ing. Andrea Benavides | Técnico de turismo | GADM Riobamba |

| Nombre | Cargo | Entidad a la representa |
|--------------------|-----------|---|
| Ing. Juan Valverde | Encargado | Departamento de Desarrollo comunitario y competitividad turística de Chimborazo |

Nota. Datos de las personas entrevistados para el desarrollo del proyecto.

Muestra

Según Bernal (2016) la muestra es “la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo de la investigación y sobre la cual se efectuarán la medición y la observación de las variables objeto de estudio” (p.211), es así que Arispe, y otros (2020) definen a la muestra como “ese subgrupo de casos de una población en el cual se recolectan los datos. El trabajar con muestra permite: ahorrar tiempo, reduce costos y si está bien seleccionada puede ayudar con la precisión y exactitud de los datos” (p.74).

Bajo este contexto, la muestra es un fragmento que se toma de la población con el fin de adquirir información precisa sobre la comunidad para posteriormente ser analizada. En este sentido, para la aplicación de la encuesta de los 220 habitantes en la comuna La Moya de la parroquia rural Calpi, se realizó el cálculo del muestreo respectivo (ver tabla 6), de acuerdo a la formula establecida por Bernal (2016), a fin de conocer la situación real de turismo comunitario tras la pandemia por covid-19.

Tabla 6*Fórmula de población finita*

| Detalle | Descripción |
|--------------------|--|
| Formula | $n = \frac{S^2}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{S^2}{N}}$ |
| Descripción | <p>n: Tamaño de la muestra</p> <p>N: Número total de personas</p> <p>Z: Nivel de confianza 95% (0,95/2=0,475)</p> <p>Z: 1,96</p> <p>S: Desviación estándar de la población (0,5)</p> <p>E: Error de estimación (5%) 0,05</p> |
| Cálculo | $n = \frac{S^2}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{S^2}{N}}$ $n = \frac{(0,5)^2}{\frac{(0,05)^2}{(1,96)^2} + \frac{(0,5)^2}{220}}$ $n = \frac{0,25}{\frac{0,0025}{3,8416} + \frac{0,25}{220}}$ $n = 139,8887$ |

Nota. Cálculo para el tamaño de la muestra, en cuanto a la comuna.

Por tanto, se aplicaron 100 encuestas a los habitantes de la comuna la Moya, para lo que se hizo uso de un cuestionario, en el que se han colocado preguntas en base a la información que se necesita para el desarrollo de la presente investigación.

Asimismo, para la aplicación de la encuesta a los turistas, se tomó en consideración los 31 visitantes que llegan a al CTC para la muestra, considerando que este es un valor resultado

de la pandemia por covid-19, ya que en un inicio el ingreso de turistas al CTC era mayor, otro de los factores que ha disminuido el número de ingresos de turistas, es el cierre de Tren Ecuador que era un atractivo turístico que lograba captar turistas

Por consiguiente, se aplicaron 31 encuestas a los turistas que visitan el centro de TC la moya para determinar el criterio de los visitantes sobre el CTC, que son importantes en el levantamiento de la línea base que más adelante ayudaron a determinar los objetivos del sector, con el fin de obtener información y datos relevantes para la presente investigación y así generar estrategias que permitan brindar un mejor servicio.

Recolección de información-datos

Observación

Según Bernal (2016) la observación “es un proceso riguroso que permite conocer, de forma directa, el objeto de estudio para luego describir y analizar situaciones sobre la realidad estudiada” (p.254), además Díaz (2011, p.7 como se citó en Sierra y Bravo, 1984) define a la observación como “la inspección y estudio realizado por el investigador, mediante el empleo de sus propios sentidos, con o sin ayuda de aparatos técnicos, de las cosas o hechos de interés social, tal como son o tienen lugar espontáneamente”

En este sentido, la observación dentro del proyecto ayudó a describir cuál es la situación actual de turismo comunitario de la Moya, por medio de la aplicación de una ficha técnica (ver anexo XXX) en la que se analizó el ámbito turístico, alojamiento, alimentación, información turística, servicios de guía y agencias de viajes, transporte, infraestructura básica, actividades recreativas que posee el CTC, el mercadeo y comercialización, promoción dela oferta, gobernanza, entre otros aspectos tomados en cuenta que han determinado y establecido parámetros específicos que ayudaran a la recolección de información necesaria para el desarrollo de la investigación.

Asimismo, a través de la observación se ha podido obtener datos relevantes del CTC, a la vez se ha recolectado información sobre la infraestructura, recursos naturales y culturales que existente dentro de la comuna La Moya, por tanto, este método permite determinar cuáles son los puntos débiles dentro del desarrollo de las actividades turísticas.

Entrevista

Según Bernal (2016, p.252 como se citó Buendía, Colás y Hernández, 2001) la entrevista es “una técnica que consiste en recoger información mediante un proceso directo de comunicación entre entrevistador(es) y entrevistado(s), en el cual el entrevistado responde a cuestiones, previamente diseñados en función a las dimensiones que se pretenden estudiar, planteadas por el entrevistador”, por otro lado, para Gallardo & Moreno (1999) “la entrevista puede ser entendida como la conversación que sostienen dos personas, celebrada por iniciativa del entrevistador con la finalidad específica de obtener alguna información importante para la indagación que realiza” (p.68)

Bajo este contexto, dentro del presente proyecto se desarrolla una entrevista de maneral presencial a los encargados, autoridades y representantes de la comunidad La Moya con el fin de recolectar informacion de gran importancia sobre el CTC, asi mismo se busca conocer cual es la postura de las autoridades en cuanto al desarrollo de actividades de turismo comunitario y cual ha sido el impacto que han dejado dentro de la comunidad.

Encuesta

Según Bernal (2016) la encuesta “es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios (...). Se trata de un plan formal para recabar información de la unidad de análisis objetos de estudio y centro del problema en investigación” (p.245), asimismo, Katz, Seid & Abiuso (2019, p.2 como se citó en Archenti, 2012) definen a la encuesta como “una técnica de producción de datos que, mediante la utilización de cuestionarios estandarizados, permite indagar sobre múltiples temas de los individuos o grupos estudiados: hechos, actitudes,

creencias, opiniones, pautas de consumo, hábitos, prejuicios predominantes e intenciones de voto.”

En concordancia con lo antes mencionado, se desarrolló una encuesta misma que ha sido diseñada en base a las variables que se han tomado en cuenta en la presente investigación, con el fin de recoger información del centro comunitario La Moya, de cómo se ejecutan las actividades de turísticas, por otra parte, también se ha diseñado una encuesta que está dirigida a los visitantes, en la que se pretende conocer el interés de los turistas en realizar actividades de turismo comunitario.

Procesamiento de información-datos

Según Bernal (2016) el procesamiento de información-datos “consiste en procesar datos (dispersos, desordenados, individuales) obtenidos (...) durante el trabajo de campo. Tiene como finalidad genera resultados (datos agrupados y ordenados), a partir de los cuales se realizará el análisis según los objetivos y la hipótesis investigación.” (p.295), es así que, para Figueredo, León & Martínez (2019, p.47 como se citó en Lancaster & Pinto, 2001) "El procesamiento de la información a partir del documento científico es concebido como una red de ideas interconectadas y como una trama de intenciones elaborada o reconstruida por los comunicantes en función de los esquemas de conocimientos compartidos”.

En tal sentido, el procesamiento de la información en la investigación permitió tener los datos en un lugar de manera ordenada, esto para poder acceder a los mismos de manera rápida para posteriormente poder determinar cuál es la situación actual del turismo comunitario en La Moya, con el fin de poder generar estrategias que permitan el correcto desarrollo de las actividades turísticas en el CTC, logrando de esta manera un crecimiento en la economía de los habitantes en la zona.

Análisis de resultados

Según Bernal (2016) el análisis de resultados “consiste en interpretar los hallazgos relacionados con el problema de investigación, los objetivos propuestos, la hipótesis o preguntas formuladas, y las teorías o presupuestos planteados en el marco teórico, con la finalidad de evaluar sin confirmar las teorías” (p. 314-315), por otro lado, Hernández (2004) afirma que el análisis de resultados “contesta las preguntas de investigación y prueba la hipótesis establecida previamente en la investigación, confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población”. (p.10)

Bajo este contexto, dentro de la presente investigación la interpretación de los resultados que fueron obtenidos en la observación, entrevista y encuesta que fueron realizadas dentro de la comuna La Moya, nos ayudará a conocer más a fondo como se desarrollan las actividades de turismo comunitario, la postura de los habitantes, las preferencias de los turistas, etc., esto con el fin de poder desarrollar estrategias que traigan beneficios para todos quienes conforman el CTC.

En esta línea de ideas y de acuerdo con Bernal (2016) se trabajó un informe final de acuerdo al análisis de las experiencias de turismo comunitario que plantea Maldonado (2005) donde la estructura del documento del producto final conlleva la descripción y el análisis de la experiencia, dos elementos importantes del desarrollo del documento final.

Descripción de la Experiencia

Según Maldonado (2005) “es necesario ubicarla en un triple contexto: el entorno natural o el sistema ecológico en el que los orígenes y los determinantes internos que lo definen; las relaciones institucionales que condicionaron o indujeron su emergencia y desarrollo” (p.8), por otro lado, para poder conocer la experiencia comunitaria se buscó información de primera fuente, con el fin de determinar cuál es la situación actual del CTC.

En este sentido, la descripción de la experiencia dentro de la presente investigación permitió tener una visión clara y precisa sobre cuáles han sido los puntos que más llaman la atención de los visitantes, y a la vez se pudo conocer cuáles son los puntos fuertes de la comunidad, para ello fue necesario contextualizar el centro de turismo comunitario La Moya de acuerdo a los siguientes puntos:

- a. Información General:** Se tomó en consideración puntos como la ubicación geográfica; altitud sobre el nivel del mar, ecosistemas o piso ecológico; formas de acceso; descripción de los principales atractivos y recursos turísticos; reseña histórica; origen de la operación turística; forma de propiedad y modo de gestión; y por último el estatus legal y personería jurídica del CTC.
- b. Definición y composición del producto turístico:** Dentro de este punto se consideró la naturaleza del producto ofertado tales como el contacto o convivencia con las culturas vivas, exploración de la naturaleza, visitas a monumentos y vestigios arqueológicos, visitas a lugares sagrados y participación en ritos festivos e información sobre conocimientos ancestrales; composición del producto y presencia de productos innovadores; servicios que se ofertan; servicio de telecomunicaciones; y por último el cumplimiento de metas comunitarias.
- c. Segmento de mercado atendido:** Para este apartado se considera la segmentación del mercado, en el que se define hacia que público va dirigido el producto; precisar la capacidad de oferta máxima del destino, es decir conocer si la infraestructura que posee el sitio es cómoda para recibir y atender a los visitantes; y la estimación del mercado potencial, es estar al tanto de a qué mercado puede orientarse el producto o la posibilidad de ampliación del mercado en el que se desenvuelve.
- d. Mercadeo y comercialización:** Aquí se tomó en cuenta los canales de comercialización del producto; si el producto está listo para ser comercializado y los

planes previstos para el desarrollo; precisar si la operación turística cuenta con materiales promocionales; uso de medios de comunicación de masa para publicar el producto; miembros de la comunidad que han participado den ferias de turismo; y por último si el CTC ha recibido algún reconocimiento, mención o premio.

Análisis de la Experiencia

Según Maldonado (2005) el “análisis de la experiencia se debe desarrollar en tres instrumentos como es el caso del diagnóstico estratégico, direccionamiento estratégico y por último la proyección estratégica” (p.11), en esta línea de ideas, el análisis de la experiencia busca conocer cuál es la visión tanto de turistas como de los habitantes de la comuna.

Por consiguiente, el análisis de la experiencia proporcionó un panorama claro en el que se trabaja, ya que se conocerán a detalle las posturas de los visitantes y habitantes de la comuna La Moya, es así que esto nos permitió entender conocer la situación actual del CTC, para posteriormente desarrollar estrategias, programas y proyectos que contribuyan al crecimiento de la localidad, este análisis con lleva al desarrollo de tres enfoques se completan a continuación:

- a. Diagnóstico Estratégico:** “El diagnóstico comporta un análisis de la situación actual de la comunidad en relación con la experiencia analizada, tanto internamente como frente a su entorno natural, económico, cultural e institucional.” (Maldonado, 2005, p.11), en este sentido, nos permite conocer a detalle varios puntos importantes del CTC mismos que enmarcan diferentes dimensiones genéricas, entre las que se cuenta la dimensión económica, social, cultural y ambiental; por otro lado, se consideró un análisis FODA, en el que se detallan las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del CTC.
- b. Direccionamiento Estratégico:** “El direccionamiento estratégico se basa en conocer la situación actual del turística comunitaria que nos permite comprender a dónde quiere llegar la comunidad en un tiempo definido” (Maldonado, 2005, p.17),

por otro lado, nos permitió definir un conjunto de estrategias con el fin de consolidar y potenciar sus fortalezas; prevenir y superar los efectos de sus debilidades; anticipar y prepararse para provechar las oportunidades que se generen, y por ultimo prevenir y contrarrestar oportunamente el efecto de las amenazas externas.

c. *Proyección Estratégica:* “La proyección estratégica, le permite a la comunidad define los resultados concretos esperados y programa las metas que quiere alcanzar en el período considerado, fijando indicadores cuantificados para monitorear periódicamente su desempeño.” (Maldonado, 2005, p.18), por lo tanto, con el uso de las herramientas antes mencionales el CTC procede a establecer diferentes planes de acción, es así que la proyección estratégica permitió concretar, las aspiraciones de la comunidad a nivel de proyectos sustentados en el potencial que poseen la comuna.

Finalmente, el proyecto de investigación se realizó en la comuna La Moya, para lo cual se ha tomado en cuenta las metodologías de Bernal (2016) & Maldonado (2005), mismas que se complementan ya que ambos autores coinciden que el turismo comunitario mediante estrategias, planes o proyectos turísticos que estén encaminados a la competitividad turística, la sostenibilidad del centro comunitario.

Capítulo III

Descripción de la Experiencia de Turismo Comunitario

Introducción

En base a la metodología propuesta por Maldonado (2005), se busca obtener la descripción de la experiencia en cuanto al turismo comunitario, “teniendo en cuenta algunos contextos un entorno natural o el sistema ecológico en el que se desenvuelve (hábitat); los orígenes y los determinantes internos (histórico-culturales) que lo definen; las relaciones institucionales.” (p.8), es por tanto que:

Se recogerá y procesará información sobre la implantación geográfica y ecológica de la experiencia turística, las particularidades del producto ofertado, el segmento del mercado atendido y las acciones de apoyo que se han solicitado o recibido en materia de diseño, promoción, mercadeo y comercialización del producto. (Maldonado, 2005, p.9)

Bajo este contexto, el presente proyecto busca describir las experiencias del turismo comunitario en La Moya, partiendo desde datos importantes de la comunidad con el fin de conocer como fue el desarrollo del proyecto comunitario y a la vez cual es el funcionamiento que tiene, de esta manera se pretende determinar la situación actual del centro de turismo comunitario, para posteriormente generar estrategias que le permitan brindar un servicio de calidad, y de esta manera satisfacer las necesidades de los turistas.

Finalmente, dentro del presente capítulo se detallan puntos importantes que se mencionan en la metodología de investigación propuesta por Maldonado (2005), entre los que se define información de la comuna obteniendo datos generales como la ubicación altitud, formas de acceso, atractivos, operación turística, entre otros; como segundo punto se tomó en cuenta la definición y composición del producto en el que se precisa la naturaleza y los servicios que oferta, posteriormente se analiza el segmento de mercado atendido y por último la forma de mercadeo y comercialización del producto.

Descripción de la experiencia

Información general

La Moya se encuentra localizada a una altitud de 3250 msnm, en la parroquia rural Calpi, a 18 km de Riobamba, con una temperatura que oscila entre 3° C en las noches y 19° C en el día. La comunidad tiene una población de 280 habitantes aproximadamente constituida en 45-65 familias, donde sobresalen las más numerosas como son Buñay, Miñarcaja, Puma, Paucar, Lema y Concha. Esta población es descendiente de los puruhaes (GADM, 2016).

Dentro de la comunidad se ha desarrollado un proyecto de turismo comunitario que cuenta con infraestructura para brindar los servicios de hospedaje y alimentación. La oferta turística se basa en la experiencia de la relación del hombre con la montaña sagrada Chimborazo, en sus leyendas, tradiciones y el oficio de los hieleros plasmado en el Museo de la Montaña Urkukunapak Wasi.

El nombre de La Moya proviene del valle en el que la comunidad se encuentra asentada. En este valle solían habitar las familias Romero y Moyano, tomando de esta última el nombre de la Moya. Hasta los años 80, los pobladores de esta comunidad fueron Hieleros del Chimborazo, a partir de 2015 se organizan para emprender la actividad de Turismo Comunitario, contando con senderos interpretativos, sala de artesanías donde las mujeres de la comunidad participan en la elaboración de las mismas. Además, cuentan con infraestructura para brindar los servicios de hospedaje y alimentación (GADM, 2016)

La mayoría de sus habitantes se dedica al cultivo de papas y legumbres que comercializan en los mercados riobambeños. Sin embargo, la llegada de visitantes los obliga a replantearse sus prioridades, con la iniciativa del proyecto comunitario les permite contribuir a la revitalización de los saberes ancestrales, culturales y culinarios. Además, la preservación de la identidad de la comunidad y su transmisión intacta a los visitantes, es el objetivo de la iniciativa comunitaria.

El Centro de Turismo Comunitario La Moya inicia su operación en el año 2016, ofertando servicios turísticos de hospedaje y alimentación, a finales del mismo año Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública a través de su marca comercial Tren Ecuador consolida un producto turístico con la comunidad para operar la ruta Tren del Hielo I, en el año 2017 la comunidad percibió un flujo de visitas de 6.042 turistas, con un incremento a 7750 turistas en el año 2018, que ingresaron a través de la comercialización realizada por Tren Ecuador.

Bajo este contexto, el CTC La Moya no ha consolidado un producto turístico propio que pueda captar la demanda que recibe el cantón Riobamba y que pueda ser comercializado independientemente de Ferrocarriles del Ecuador, esto se debe al desconocimiento de la viabilidad comercial, técnica, administrativa-legal y económica-financiera del producto turístico.

El cantón Riobamba posee una trama vial compuesta por vías asfaltadas, adoquinadas, lastradas, con pavimento rígido (concreto) y en tierra. Por consiguiente, el sistema de transporte del cantón cuenta con diferentes modalidades, transporte intra cantonal urbano, intra cantonal rural, interprovincial e intra provincial de acuerdo a los datos de la Agencia Nacional de tránsito. El cantón posee 1,877.09 kilómetros de vías distribuidos a lo largo del tramo (PDOT,2015).

Sin embargo, al interior de las parroquias rurales varias rutas hacia comunidades aún presentan problemas por la calidad de rodadura y de trazado de las vías que en general mantienen la trayectoria tradicional utilizada por los campesinos y que no presta mayores seguridades para el tránsito de vehículos. Esta es una de las razones que impide el desarrollo del transporte público en varias zonas (PDOT,2015)

En la comunidad de la Moya se puede evidenciar la presencia de diferentes organizaciones internas divididas en: 1 organización de directivos conformados por 6 representantes, 1 organización de mujeres conformados por 25 socias quienes se encargan de

la elaboración y venta de artesanías producidas con materiales en base de fibras de llamas y alpacas, y 1 organización juvenil.

La comunidad la Moya tiene 5 años realizando actividades turísticas y 4 años vinculado al Tren Ecuador. Además, la comunidad se encuentra contenta con la visita de los turistas ya que de esta manera ellos pueden intercambiar culturas, tradiciones y maneras de vivir. Así mismo, ven al turismo comunitario como un aporte económico y genera trabajo para las mujeres y adultos mayores de la comunidad (Tene, 2020).

Definición y composición del producto turístico

Según el Manual para la Planificación de Productos Turísticos de Perú (Mincetur, 2014) un producto turístico “es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística” (p.10) por tal motivo, puede incluir diferentes tipos de atractivos: naturales o hechos por el hombre, hoteles, resorts, restaurantes, teatros, actividades, festividades y eventos.

Por tanto, el “producto turístico es cualquier cosa que se puede ofrecer en un mercado para la atención, adquisición, el uso o el consumo que podría satisfacer un deseo o una necesidad, incluyendo objetos físicos, servicios, sitios, organizaciones e ideas” (Nasimba & Cejas, 2015 como se citó en González, 2013, p.25), por otra parte para Acerenza (2005), el producto turístico está integrado por:

Tabla 7

Componentes que integran el producto turístico

| Componente | Descripción |
|------------------------------|--|
| Atractivos turísticos | Generan la atracción hacia el lugar y que pueden ser creados por el hombre como una manifestación cultural o pueden ser naturales. |

| Componente | Descripción |
|-------------------------------|---|
| Facilidades turísticas | Comprende el alojamiento, alimentación y recreación existentes que favorecen en la permanencia del turista y permiten disfrutar de los atractivos |
| Infraestructura | Permite el desplazamiento y tener accesibilidad al lugar, como son las carreteras. |

Nota. Descripción de los componentes del producto turístico. Tomado de Acerenza (2005).

Bajo este contexto, dentro del presente proyecto se busca conocer cuales es la composición del producto que oferta el centro de turismo comunitario, detallando los diferentes atractivos turísticos (ver tabla 8) con los que cuenta La Moya, por tanto, el CTC al formar parte de la Ruta del Hielo I cuenta con un sin número de atractivos, que se describen a continuación:

Tabla 8

Descripción de los atractivos turísticos del centro comunitario La Moya

| Nombre del atractivo | Descripción |
|-----------------------------|---|
| Atractivo Natural | |
| Cañón Punta Loma | Es un atractivo natural, se encuentra ubicado a una altura de 3350 msnm y a 1km de distancia del centro parroquial, se puede admirar el corte de la montaña, se tejen leyendas sobre su estructura. |
| Mirador Punta Loma | Se encuentra ubicado a una altura de 3587msnm y a una distancia de 2km desde el centro parroquial, desde el mirador se puede observar el Chimborazo, Altar, Tungurahua, |

| Nombre del atractivo | Descripción |
|--|---|
| | Cubilines y las actividades que se pueden realizar son Trekking y Senderismo. |
| Túnel de los Soldados | Este atractivo natural se encuentra ubicado a una distancia de 3473 msnm y con una distancia de 1.40 km desde el centro parroquial, tiene 100 metros de profundidad, es una fuente de agua que sirve de abastecimiento para la comunidad La Moya y otras comunidades cercanas muchas leyendas como el apareamiento de espíritus se han creado por su forma y profundidad. |
| Manifestaciones culturales | |
| Iglesia San Agustín | Lleva este nombre en honor a San Agustín patrono de la comunidad la Moya, a quien veneraban para que los protegiera de los deslaves. Fue construida hace unos 150 años aproximadamente, en piedra, adobe y canchagua, el 28 de agosto se celebra la fiesta en su honor, lo tradicional son las corridas de toros, banda música, disfrizados, y convivencias típicas de la comunidad como símbolo de religiosidad. |
| Centro de Interpretación de la Moya | El centro fue creado en función de representar el trabajo que realizan los Hieleros del Chimborazo, dentro del centro se puede encontrar una maqueta con la representación de las elevaciones más importantes y que detalla el proceso de extracción del hielo del Chimborazo. En la parte casi final |

| Nombre del atractivo | Descripción |
|-----------------------------|--|
| | <p>encontramos una cueva que representa el Templo Machay ubicada aproximadamente a unos 4700 msnm, en donde se puede encontrar ofrendas que son entregadas a personas que van a subir al Chimborazo, se habla, además, de dos puertas que pueden abrirse para descubrir el tesoro que tiene el Templo Machay que normalmente son joyas y oro.</p> |
| Gastronomía La Moya | <p>La gastronomía es representativa dentro de la cultura de la comunidad la Moya, debido a la relación de su preparación con sus tradiciones y costumbres, los platos más representativos son: papas con cuy o conejo, el asado de borrego, estos platos son acompañados de papas, zarza de pepas de zambo. También es costumbre acompañarlos al momento de servir con una hojita de lechuga. La bebida típica es la chicha de jora obtenida del maíz. Otros platos típicos son el morocho de sal, choclos o habas con queso y caldo de gallina criolla.</p> |
| Tejidos o Artesanías | <p>El tejido constituye la sabiduría ancestral de las mujeres de la comunidad La Moya. puesto que ellas son el alma mater, encargadas de fortalecer los procesos sociales y organizativos dentro de la comunidad. Es decir, el tejido es un símbolo de riqueza cultural que transfiere conocimientos, sabiduría, cosmovisión y códigos de conducta que los ayuda a construir una identidad propia, digna y de mutuo respeto con la</p> |

| Nombre del atractivo | Descripción |
|-----------------------------|---|
| | <p>naturaleza y los demás pueblos. Como su materia prima lo constituyen la lana de oveja, vicuña, llama y alpaca debidamente tratada, lavada, hilada, tejida y teñida de manera artesanal. Cada una de las piezas son exclusivas y cuentan un extracto de la vida de esta comunidad, acompañada de ilusiones y anhelos puestos en su comercialización</p> |
| Bocina | <p>La bocina es un instrumento de viento de gran importancia para la comunidad La Moya, puesto que es un medio de comunicación autóctona. Usada en ceremonias de gran importancia en el pueblo indígena como el Inti-Raymi, Kapac-Raymi, entre otros. Además, de ser un instrumento de congregación masiva para la comunidad, sirve para faenas de pastoreo, en prácticas ancestrales como la minga, presta manos y para dar aviso de peligro. Está elaborada de materiales como una boquilla de guadua o carrizo grueso, el cuerno de toro y envuelto con cuero de vaca.</p> |
| Vivienda Tradicional | <p>En la actualidad aún se conservan ciertas viviendas de arquitectura vernácula, estas viviendas fueron construidas con la técnica en base al tapial que es un tablero de marera, sirve de encofrado en el que se va colocando la masa de tierra húmeda compactada a golpes mediante un pisón y sus bases estructurales de madera de cabuya. La choza es un lugar sagrado, por ello que en el mismo lugar se encontraba la</p> |

| Nombre del atractivo | Descripción |
|-------------------------------|---|
| | cocina, camas y animales menores como cuyes y conejos. Manteniendo el simbolismo de la dualidad indígena y sus animales como espíritus protectores de las malas energías. |
| Vestimenta Tradicional | La vestimenta tradicional de la comunidad La Moya, es uno de los elementos de mayor importancia pues representa su identidad cultural, cada elemento que constituye su atuendo conserva su simbolismo e importancia de manera implícita y reservada en función a su cosmovisión. Las mujeres usan anacos negros sujetos en la cintura con una faja, visten un camión largo con figuras bordadas en las mangas y el pecho que es colocado debajo del anaco; sobre sus hombros usan dos bayetas largas de colores casi siempre distintos que aseguran con un tupo de plata que a la vez lleva en uno de sus extremos cintas de color rojo o verde y muchas de las veces de los dos colores. Además, usan washkas (collares), de piedras blancas, azules y rojas, utilizan sombreros de color blanco de ala corta y adornado con cinta de color negro. El hombre de igual manera usa un camión blanco, asegurado con una faja similar al de las mujeres, usa también pantalón de tela y poncho de lana de borrego. De igual forma que en el vestuario de las mujeres, su poncho es tejido de manera más delicada y fina, ya que representa mayor jerarquía social en la comunidad. |

Nota. Descripción de los atractivos turísticos de La Moya. Tomado de Rojas (2020).

Por otra parte, en lo que respecta al alojamiento la comunidad cuenta con un hospedaje comunitario “Urkukunapak Wasi”, un término Kichwa que significa Casa de las Montañas (ver figura xx). El alojamiento cuenta con tres habitaciones y capacidad para alojar a 16 personas. El valor del hospedaje es \$15,00 por persona, por otra parte “el área de hospedaje dispone de dos baños para los huéspedes con servicio de agua caliente y dos duchas. Adicionalmente, de baterías sanitarias junto al Centro de Interpretación con dos unidades una para hombre, otra para mujeres y lavamanos.” (Rojas, 2020 como se citó en Samaniego, 2019, p.43).

Figura 5

Instalaciones de hospedaje en el CTC La Moya



Nota. Tomado de la página oficial de Facebook del CTC La Moya

En lo que respecta a los restaurantes de la comunidad la Moya, cuenta con un establecimiento de comida construido al estilo andino, en donde se puede degustar comida tradicional de la zona, oferta de desayunos, bebidas frías y calientes, fiambres, con valores a partir de los \$6,00 (ver figura xx). El área del comedor está equipada con 20 mesas de madera labrada con capacidad de 6 y 4 personas que representan en total 80 plazas. En las paredes se exponen pinturas de manifestaciones culturales y artesanías de la localidad, en los techos se ubican lámparas decorativas y que ofrecen una buena iluminación al establecimiento.

Figura 6

Servicio de alimentación que ofrece la comunidad



Nota. Tomado de la página oficial de Facebook del CTC La Moya

Por otra parte, en lo que tiene que ver con la infraestructura la calidad y cobertura de los servicios básicos del cantón varía de acuerdo al servicio prestado, la cobertura del agua potable es un beneficio de la ciudad Riobamba y no de su área rural que, a diferencia de la ciudad, las parroquias rurales poseen agua entubada y de vertientes, a su vez que el alcantarillado es beneficio predominante de la ciudad de Riobamba y no cubre la totalidad de su área rural, siendo el servicio de energía eléctrica el de mayor cobertura dentro del cantón (Rojas, 2020 como se citó en PDOT,2015- 2030, p.47)

Por otro lado, en la parroquia Calpi, el servicio de transporte terrestre presenta varias modalidades, que permiten a algunas comunidades acceder a esta. Resaltando, que en la comunidad La Moya se puede llegar por la vía panamericana/Troncal de la sierra E35, 32 min (19,5km) carretera de primer orden, y cuenta con una operadora de transporte “Campesinos Unidos” que permite la entrada y salida de la comunidad con las distintas frecuencias a ofrecer.

En cuanto a la estructura interna de la comunidad de la Moya se puede evidenciar la presencia de diferentes organizaciones internas divididas en: 1 organización de directivos conformados por 6 representantes, 1 organización de mujeres conformados por 25 socias

quienes se encargan de la elaboración y venta de artesanías producidas con materiales en base de fibras de llamas y alpacas, y 1 organización juvenil.

De la misma manera, la estructura externa del centro de turismo comunitario desde el año 2005, los habitantes de la comunidad de la Moya tenían el sueño de generar un proyecto que pudiera aprovechar la belleza de la zona y realizar turismo comunitario. Por consiguiente, todos los habitantes conversaron sobre la iniciativa de este proyecto y con el apoyo de la embajada de Francia empezaron a remodelar las infraestructuras que tenía. Ahora esa infraestructura, con estilo rústico, es donde ellos comenzaron a recibir a grupos de turistas que empezaron a llegar a la comunidad. Dado por el éxito obtenido, la Embajada de Francia, nuevamente los ayudó para ampliar el sitio, así poder recibir más visitantes. (Rojas, 2020 como se citó en Tene, 2020, p.52).

Segmento de mercado atendido

El segmento del mercado es “el proceso de dividir el mercado total para un producto en particular o una categoría de productos en segmentos o grupos relativamente homogéneos. Para ser eficaz, la segmentación debe crear grupos donde sus miembros tengan aficiones, gustos, necesidades, deseos o preferencias similares, pero donde los grupos mismos sean diferentes entre sí. (Ferrer & Hartline, 2012)

La segmentación de los mercados pretende determinar la diferencia que existe entre las empresas y la competitividad en el nicho del mercado, es importante considerar que existen diferentes tipos de segmentos, lo cual permitirá no cometer el error de crear un producto solo para un tipo de cliente. Al referirse al segmento de mercado, éste se encuentra conformado por consumidores, es necesario por tal razón diferenciar la existencia de los segmentos para realizar un estudio de marketing adecuado que arroje los resultados esperados según Samaniego (2019 como se citó en Mañez, 2019, p.13).

La segmentación se considera como un proceso fundamental en el estudio de mercado, este proceso apoya a la decisión que se debe tomar para la elaboración de productos y

determinar a los consumidores que se requiere llegar, está conformada por una gran cantidad de consumidores que poseen diferentes características, es requerido agruparlos en grupos homogéneos con similares características, preferencias y gustos según Samaniego (2019 como se citó en Caurin, 2017, p.13).

Bajo este contexto, el producto turístico que oferta el centro de turismo comunitario La Moya, está dirigido para turistas tanto nacionales como internacionales principalmente adultos que estén interesados en realizar actividades en las que se logra un contacto e interacción directa con la comunidad, con el fin de dar a conocer la cultura, costumbres y tradiciones, generando nuevas experiencias en los visitantes.

Por otra parte, la oferta turística es un conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural, que tienen por objetivo permitir, facilitar y propiciar el aprovechamiento de los atractivos turísticos de ese lugar, y cuyos oferentes o vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado, para ser usado o consumido por los turistas. (Socatelli, 2013, p.1). Por tal razón, en Palacio Real ofertan productos y servicios turísticos (ver tabla 9), para los visitantes nacionales y extranjeros que buscan nuevas experiencias.

Tabla 9

Oferta turística del centro turístico La Moya

| Producto | Descripción |
|--------------------|---|
| Alojamiento | El tipo de alojamiento que posee el CTC de La Moya es una casa familiar, misma que cuenta con 3 habitaciones con una capacidad para 20 personas, el precio oscila entre los \$15 a 20 dólares solo incluye el desayuno, el estado de conservación de las instalaciones es muy bueno, está apto para recibir a turistas propios y extraños, la desventaja es que |

| Producto | Descripción |
|---|--|
| | <p>el personal que labora en el área desconoce de hotelería generando problemas al momento de brindar un servicio de calidad.</p> |
| Establecimiento de Alimentos y Bebidas | <p>El restaurante del CTC de La Moya, ofrece comida típica y tipo menú además cuenta con la venta de bebidas alcohólicas y no alcohólicas y snacks, el precio oscila entre los \$5 a 10 dólares dependiendo del menú que solicite el comensal y el estado de conservación es muy bueno debido a que posee una fachada relacionada las costumbres de la comunidad, las mesas y sillas se conservan intactas, en lo que se respecta a la atención al cliente, es un poco deficiente por falta de capacitación hacia las personas encargadas del restaurante.</p> |
| Información Turística e interpretación | <p>La Moya cuenta con señalética turística debidamente ubicada en sus instalaciones, senderos, museo y centro de interpretación, además 5 mujeres trabajan de guías y 3 de hilanderas, las señoras están capacitadas en guianza, por otra parte, no trabaja con agencia u operadora turística, los servicios que la comunidad ofrece están ligados al paquete del Tren Crucero que ofrece la visita de la comunidad de Jatari Campesino y la Moya.</p> |
| Transporte | <p>Para llegar a la comunidad de La Moya, existe transporte público las frecuencias de salida desde el terminal inter cantonal de Riobamba es de 45 min, el costo es de \$0.50 ctvs., la calidad de servicio es buena, es decir, que no existe</p> |

| Producto | Descripción |
|--|--|
| | <p>problema para poder llegar al CTC, también el turista puede llegar con su vehículo propio y en transporte turístico, pues la vía se encuentra en perfecto, el tiempo en llegar al CTC desde la ciudad de Riobamba es aproximadamente de una hora.</p> |
| <p>Infraestructura Básica</p> | <p>El medio de conectividad de La Moya es el terminal inter cantonal de Riobamba, posee señalética turística debidamente ubicada, no cuenta con un UPC cercano, por motivo de alguna emergencia se contacta con la policía comunitaria de la Parroquia de Calpi, el CTC cuenta con agua, luz, teléfono y recolección de basura, este último servicio llega a la comunidad cada 8 días. En lo que se refiere a servicios complementarios solo cuenta con un Infocentro, una guardería y una tienda de barrio que posee solo productos de primera necesidad.</p> |
| <p>Actividades Recreativas</p> | <p>Las actividades de tiempo libre que ofrece La Moya son senderismo y cabalgatas, en relación a cultura y tradición existe la elaboración y venta de artesanías elaboradas a base de lana de alpaca, madera y mullos, además, ofrece platos típicos como el tradicional cocinado de paramo, y el consumo de carne de borrego, finalmente brindan una guianza a las ruinas del templo Machay que se encuentra en uno de los senderos turísticos de la comunidad.</p> |

Nota. Descripción de los servicios que oferta el centro de turismo comunitario. Tomado de Chinchuña & Quinaluisa (2019)

Por otra parte, en relación al perfil del turista que, vista el CTC de La Moya, pertenecen al género femenino y masculino, la edad de la mayoría de turistas que visitan el lugar se encuentran en una edad promedio de entre los 26 a 32 años, en si mayoría cuenta con educación superior, la mayoría son empelados privados siendo más fácil la adquisición de los servicios turísticos ofertados por el CTC y en lo que concierne a la nacionalidad se indica que son visitantes ecuatorianos.

Asimismo, los motivos por los cuales visitan el CTC de La Moya, es por descanso y estudio, es decir, el turista busca salir de su lugar de confort para albergarse en sitios en donde se pueda convivir con la comunidad y aprender sobre las costumbres y tradiciones de este pueblo indígena.

Mercadeo y comercialización

El mercado “es una organización que les permite a los oferentes (vendedores) y a los demandantes (compradores) establecer un vínculo comercial con el fin de realizar operaciones de diversa índole, acuerdos o intercambios para adquirir productos o servicios.” (Educatina, 2013).

“En términos económicos generales el mercado designa aquel conjunto de personas y organizaciones que participan de alguna forma en la compra y venta de los bienes y servicios o en la utilización de los mismos.” (González, 2002).

Entre las funciones de la comercialización destacan: comprar, vender, transportar, almacenar, estandarizar y clasificar, financiar, asumir riesgos y obtener información del mercado; algunas de estas funciones se detallan en la siguiente tabla.

Tabla 10*Funciones de la comercialización*

| Función | Descripción |
|-----------------------|--|
| Comprar | Buscar y evaluar bienes y servicios para poder adquirir el que resulta más beneficioso (esto depende de los criterios aplicados por el comprador). |
| Vender | Promover el producto para recuperar la inversión y obtener ganancia |
| Transportar | El traslado de bienes o servicios necesario para promover su venta o compra. |
| Financiar | Proveer el efectivo y el crédito necesario para operar como empresa o consumidor. |
| Asumir riesgos | Soportar las incertidumbres que forman parte de la comercialización. |

Nota. Detalle de las funciones de la comercialización según el Instituto Interamericano para la Agricultura (2018 como se citó en Rivadeneira, 2012, p.5)

Los servicios que oferta el CTC La Moya, se da a conocer por medio de páginas web y redes sociales, es decir cuenta con una página oficial de Facebook, otro medio que usa para la difusión del producto es la agencia de viaje, que se encargan de promocionar y vender los paquetes turísticos en los que se visita a la comunidad, por otra parte, el centro de turismo comunitario está debidamente registrado en el Ministerio de Turismo por lo cual recibe ayuda para la difusión de los servicio y productos que oferta la comunidad.

Por otra parte, el Centro Comunitario La Moya con el apoyo de las entidades públicas y privadas promueve su oferta turística a mercados locales, nacionales e internacionales, con el

fin, de rescatar su patrimonio cultural y natural mediante la promoción de su oferta turística que se realiza por medio de videos promocionales, afiches, etc. Además, es fundamental mencionar el gran trabajo desarrollado por la administración del CTC al involucrarse en proyectos de reactivación turística de la Provincia de Chimborazo.

Finalmente, el centro de turismo comunitario La Moya cuenta con la debida infraestructura para recibir a los turistas, y de esta manera se puede ofertar un buen producto a los turistas, además todos quienes conforman la comunidad realizan un trabajo en conjunto, para que dicha experiencia sea de agrado de los visitantes, dando a conocer la cultura y tradiciones de la comuna.

Capítulo IV

Análisis de la Experiencia de Turismo Comunitario

Introducción

Las actividades de turismo comunitario son una alternativa al turismo tradicional, es por eso que la comuna La Moya desarrolla un producto de entorno al turismo comunitario, que nace de la idea de conservar los bienes patrimoniales que tiene, es así que con la unión de cada uno de los habitantes y de la mano de instituciones tanto públicas como privadas, se ha logrado consolidar un producto dentro del mercado turístico, por tal motivo se realiza un análisis de la situación actual del turismo comunitario en base la metodología que propone Maldonado (2005), en la que menciona tres elementos básicos que son: diagnóstico, direccionamiento y proyección estratégica.

Bajo esta línea de ideas, se desarrolla un análisis situacional basado en tres ejes importante como lo económico, social y turístico, a la vez las encuestas aplicadas tanto a turistas como a la comunidad, permitieron obtener información de vital importancia, así como las entrevistas realizadas a conocedores del tema, posteriormente se elabora una matriz FODA en la que se analizan las principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que pueda tener el CTC La Moya, seguidamente se fundamenta la idea a defender con el uso de material bibliográfico de diferentes autores.

Por otro lado, en el direccionamiento estratégico se elaboró matrices de en las que se ponderan los impactos, evalúan los factores internos y externos y la síntesis estratégica en el cual se estableció las estrategias en función a los resultados obtenidos en la investigación, posteriormente se procedió a desarrollar el direccionamiento estratégico en el que se propone el objetivo general, específicos y las actividades a ejecutar para cumplir las metas del proyecto.

Finalmente, se desarrolla la proyección estratégica en la que se definen los resultados y se gestionan los proyectos y metas que se quiere lograr consta de tres etapas que son: la planificación de proyectos, priorización de proyectos y por último la determinación de proyectos,

en esta etapa de proyección se busca establecer cuáles van a ser las actividades, se determinan las metas para posteriormente ejecutar los proyectos.

Diagnóstico estratégico

Según Maldonado (2005) el diagnóstico estratégico “comporta un análisis de la situación actual de la comunidad en relación con la experiencia analizada, tanto internamente como frente a su entorno natural, económico, cultural e institucional” (p.11) por tal motivo, el análisis de la situación actual del turismo comunitario en la Moya se realizó en función al ámbito económico, social y turísticos.

Dimensión Económica

En el Ecuador el turismo comunitario tiene una estrecha relación con el ámbito económico ya que mediante los CTC les permite “asegurar la calidad de vida de las personas involucradas y garantizar el desarrollo económico de la localidad” (Romero, 2015, p 3) mediante el perfeccionamiento de sus técnicas de agricultura, ganadería, etc., combinada al turismo para así “representar una opción para el desarrollo económico y social de las zonas (...) habitadas por los pueblos indígenas (Palomino et al., 2016, p1).

Sin embargo, los CTC se han visto afectados por el abandono de los programas y colaboraciones internacionales, sin olvidar al COVID 19 que fue una enfermedad que afectó a la economía de todo el mundo, bajo estas circunstancias las autoridades públicas y privadas deben generar políticas de asistencia técnica como capacitaciones a los miembros que conforman los CTC y a los moradores de la comunidad para que garanticen una sostenibilidad económica dentro y fuera de los CTC.

En el centro de turismo comunitario La Moya, se realizan varias actividades en pro del desarrollo en conjunto de la comunidad, entre ellas sobresale la organización de mujeres artesanas que está conformada por 26 mujeres que se dedican al arte del tejido con lana de

alpaca y a la vez se encargan de la administración del museo, por otro lado, los comuneros también realizan diversas actividades como la agricultura y silvicultura.

Así mismo la comunidad La Moya, se interesa en actividades turísticas como fuente de ingreso; al contar con la infraestructura necesaria, con el apoyo y colaboración de la comuna, la ejecución de estas actividades se facilita, desde este punto, busca implementar nuevos proyectos de turismo comunitario en el cual más personas logren integrarse, para de esta manera lograr un desarrollo económico.

Bajo esta línea de ideas, la dimensión de la economía pasa a tener una idea clara de la actividad turística proponiendo estrategias en centro comunitario La Moya, que ayuden a reactivar el sector, enfocarse en diferentes segmentos de mercado, con el fin de crear productos nuevos y mejorados que logren captar la atención de los visitantes.

Dimensión Social

La actividad turística “es una estrategia social, que ha permitido generar ingresos y crear una oportunidad de fomentar empleos, sumando nuevas actividades económicas a los pueblos del Ecuador” (García & Doumet, 2017, p2), sin olvidar la cooperación entre los miembros de la comunidad para así promover y buscar el bien común de todos los involucrados.

Especialmente en el ámbito social “el turismo comunitario fortalece el nivel organizativo, promueve la integración de los miembros de la comunidad, el autoestima, cooperación y respeto a la vida” (Vargas, 2018, p45), gerando de esta manera un apego al desarrollo mancomunado de todos sus ciudadanos.

Con la aparición de la pandemia de la COVID-19, se pausaron muchos procesos de la matriz productiva, el cierre paulatino de todos los establecimientos que brindan sus servicios turísticos a nivel nacional generaron una resección en el desarrollo económico y social de la ciudadanía, en este caso afectando de manera directa al centro de turismo comunitario La Moya, comunidad que tiene como fuente de ingreso económico el turismo.

Las decisiones tomadas por las autoridades de entrar en un proceso de cuarentena frenó totalmente el tráfico de los pocos turistas que ingresaban a esta comunidad, a esto, se le suma el cierre del ya conocido Tren del Ecuador, uno de los atractivos emblemáticos más representativos del Ecuador y cuya ruta que transitaba servía como puerto de anclaje de turistas para la comunidad.

Dimensión Turística

La actividad turística es un recurso propio de un país para generar ingresos económicos y mejorar la calidad de vida de los habitantes del sector donde se realice dicha actividad (Quevedo et al., 2020). El Ecuador se “ha destacado en el ámbito específico del turismo comunitario debido a la relevancia cuantitativa y cualitativa de sus experiencias siendo los primeros emprendimientos (...) iniciativas de comunidades indígenas y campesinas establecidas en zonas de alta biodiversidad” (Unkuch & Rodrigues, 2017, p 60) donde se puede apreciar y convivir un poco más a fondo como viven nuestros hermanos indígenas en su día a día.

Según Tene (2020) “La comunidad cuenta con guías nativos capacitados y calificados por el Ministerio de Turismo, hablan español y su lengua natal. De la misma manera, que los visitantes pueden participar en la convivencia con la comunidad intercambiando tradiciones, festividades y cultura”, esta es una ventaja bastante significativa para el CTC ya que, dentro de la interacción de la comunidad con los visitantes, se puede brindar nuevas experiencias y de calidad.

Dentro del centro de turismo comunitario “el turista tiene la oportunidad de disfrutar de recorridos por senderos que en antaño los comuneros utilizaban para llegar a las minas de hielo en la parte alta del coloso Chimborazo” (GADM, 2016), de igual manera el centro puede realizar una oferta con gran variedad de actividades como recorridos en caballos hasta los glaciares, experiencias en la cosecha de paja, caminatas por varios senderos con gran valor histórico, entre otros.

Análisis de la encuesta: Comunidad

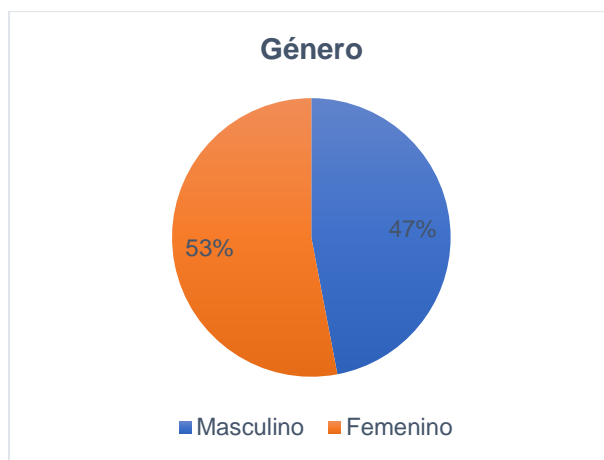
Se aplicó un número determinado de encuestas a los integrantes de la comunidad que son quienes están en contacto directo con las diferentes actividades entorno al turismo comunitario, para lo cual se desarrolló un cuestionario (ver anexo xx), con el cual se pudo obtener información relevante sobre la situación actual del centro de turismo comunitario La Moya.

En tal sentido, el formato de la encuesta que se empleó en la comunidad consta de dos partes; la primera contiene datos generales e informativos y la segunda abarca una serie de preguntas que tienen por objeto conocer la situación actual del turismo comunitario dentro del centro, como se detalla a continuación:

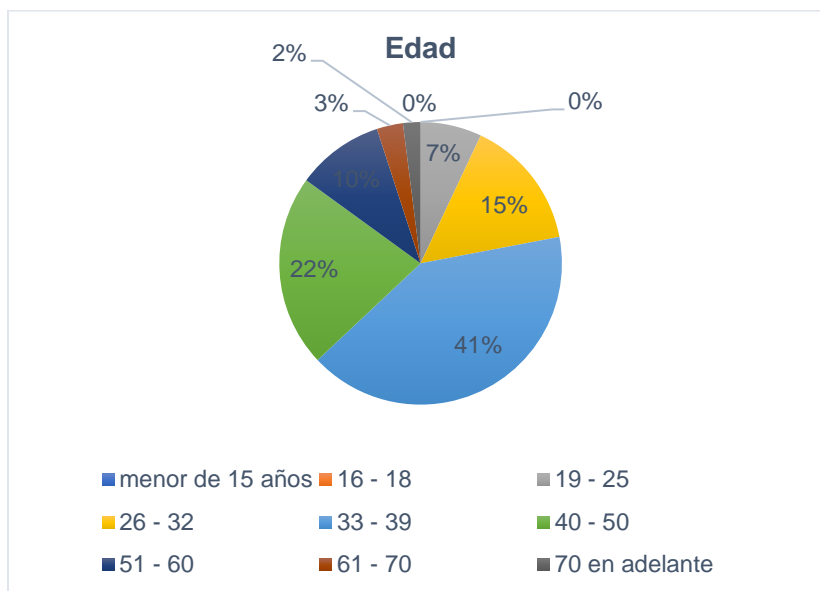
- a. **Datos generales:** dentro de este apartado se solicita información relevante como edad, género, nivel de instrucción académica y ocupación, lo que permitió realizar el análisis correspondiente, que se presenta en las siguientes figuras:

Figura 7

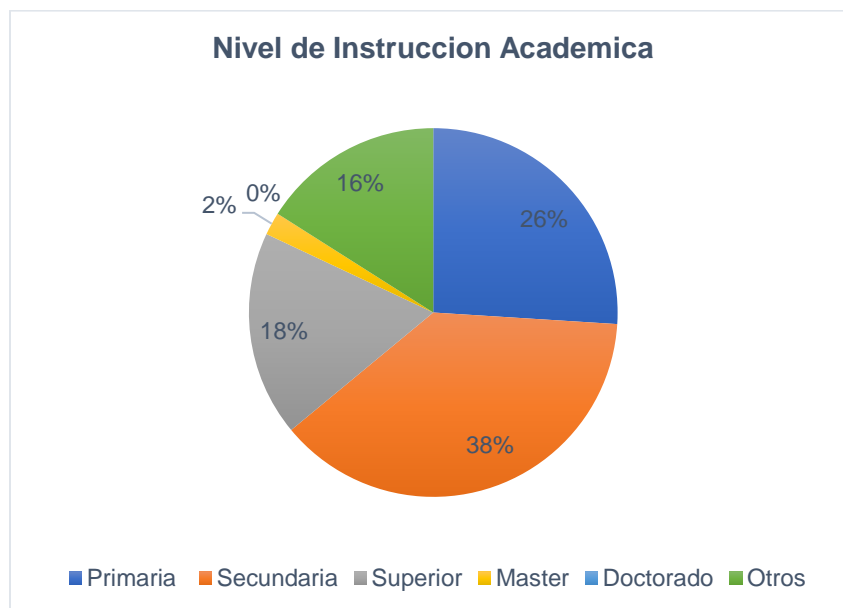
Género



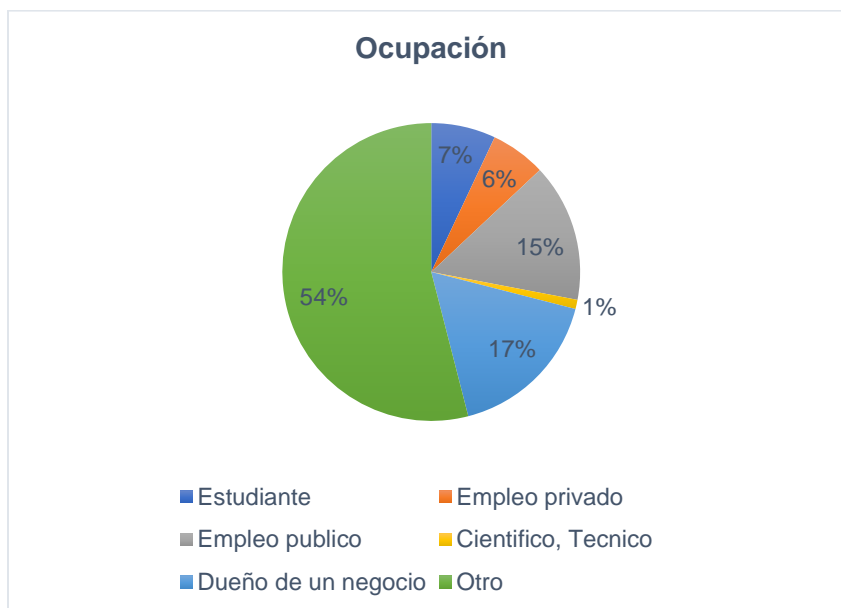
Análisis e interpretación: Se puede observar que del total de personas encuestadas el 53% es decir 53 personas pertenecen al género femenino, por otra parte, el 47% que corresponde a 47 personas corresponden al género masculino, por lo que puede determinarse que existe un número superior de mujeres dentro de la comunidad.

Figura 8*Rango de edad*

Análisis e interpretación: Se determinó que, de las 100 personas encuestadas, el 41% corresponde a edades que van entre los 33 – 39 años, el 22% pertenece a personas con una edad de 40 – 50 años, así mismo, el 15% concierne a encuestados que tienen entre 26 – 32 años, el 10% representa a las personas que tienen entre 51 – 60 años, por otra parte, el 7% simboliza a los habitantes que tienen entre 19 – 25 años, el 3% corresponde a personas que cuentan entre 61 – 70 años, es así que, el 2% incorpora a personas de 70 años en adelante, y por último los menores de 15 años y el rango entre 16 – 18 años representan 0% de las personas encuestadas.

Figura 9*Nivel de instrucción académica*

Análisis e interpretación: En cuanto a la instrucción académica de las personas encuestadas se puede determinar que el 38% de las personas encuestadas poseen un nivel académico secundario, el 26% tan solo cuenta con un nivel primario, así mismo, el 18% posee con un nivel superior, el 16% no cuentan con un nivel de instrucción, por otra parte, el 2% cuentan con masterados y el 0% es decir ningún encuestado tiene un título de doctorado.

Figura 10*Ocupación del encuestado*

Análisis e interpretación: Del total de encuestas aplicadas el 54% corresponde a personas que se dedican a actividades varias como la agricultura, ganaría, producción de artesanías, entre otros, por otra parte, el 17% afirma ser dueño de un negocio y el 15% cuenta con un empleo en el sector público, así mismo, el 7% de los encuestados son estudiantes, el 6% posee un empleo en el sector privado y por último el 1% afirma tener una ocupación científico - técnico.

- b. Desarrollo de la encuesta:** Dentro de este apartado se diseñaron 15 preguntas dirigidas para los integrantes de la comunidad, que tienen por objeto conocer datos específicos de las dimensiones económico, social y turístico del centro de turismo comunitario La Moya, como se evidencia en las siguientes figuras:

Figura 11

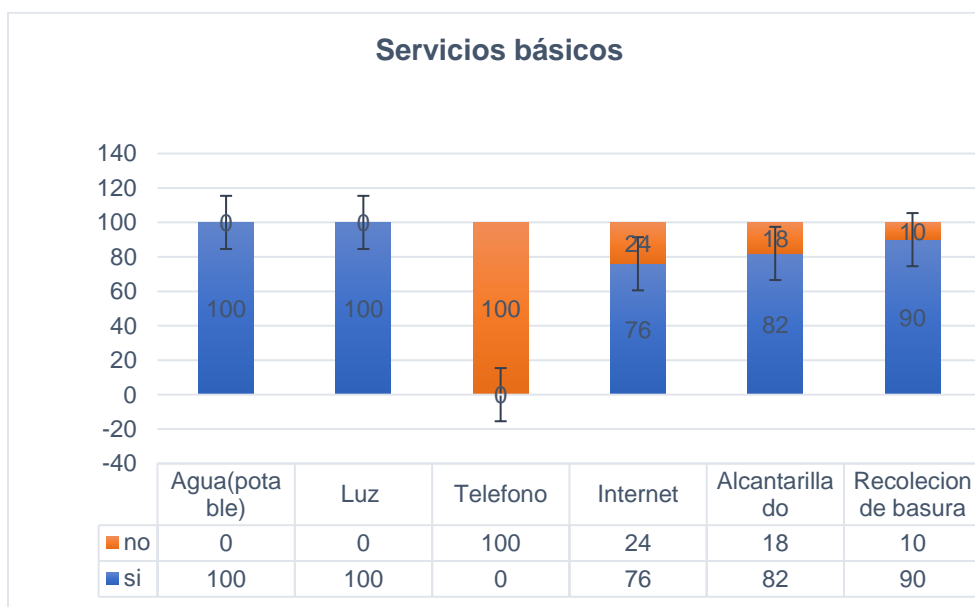
Pregunta 1. ¿Qué tipo de organización tiene la comunidad?



Análisis e interpretación: El 100% de los encuestados aseguran que el tipo de organización del centro de turismo comunitario La Moya se lleva a cabo por medio de una directiva comunitaria, que es quien se encarga de la organización, gestión y administración de las diferentes actividades turísticas que se desarrollan.

Figura 12

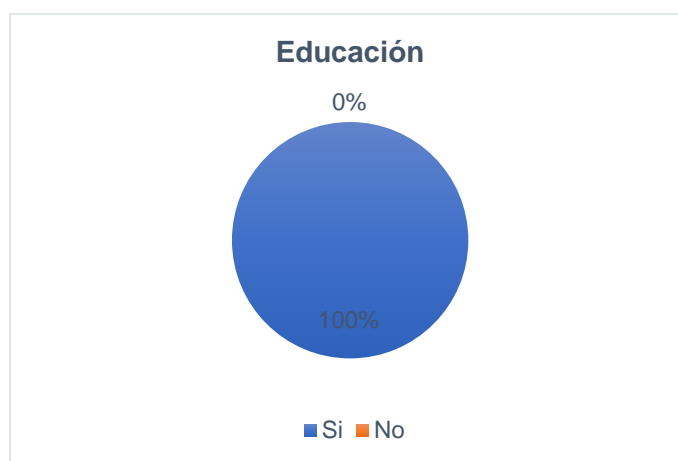
Pregunta 2. Seleccione los servicios básicos con los que cuenta la comunidad



Análisis e interpretación: El 100% de los encuestados afirma que el centro de turismo comunitario cuenta con los servicios de agua potable y luz, así mismo, el 100% de los encuestados asegura no tener el servicio de telefonía, por otra parte, el 76%, 82% y 90% afirman contar con los servicios de internet, alcantarillado y recolección de basura, en tal sentido el 24%, 18% y 10% aseguran no contar con dichos servicios correspondientemente.

Figura 13

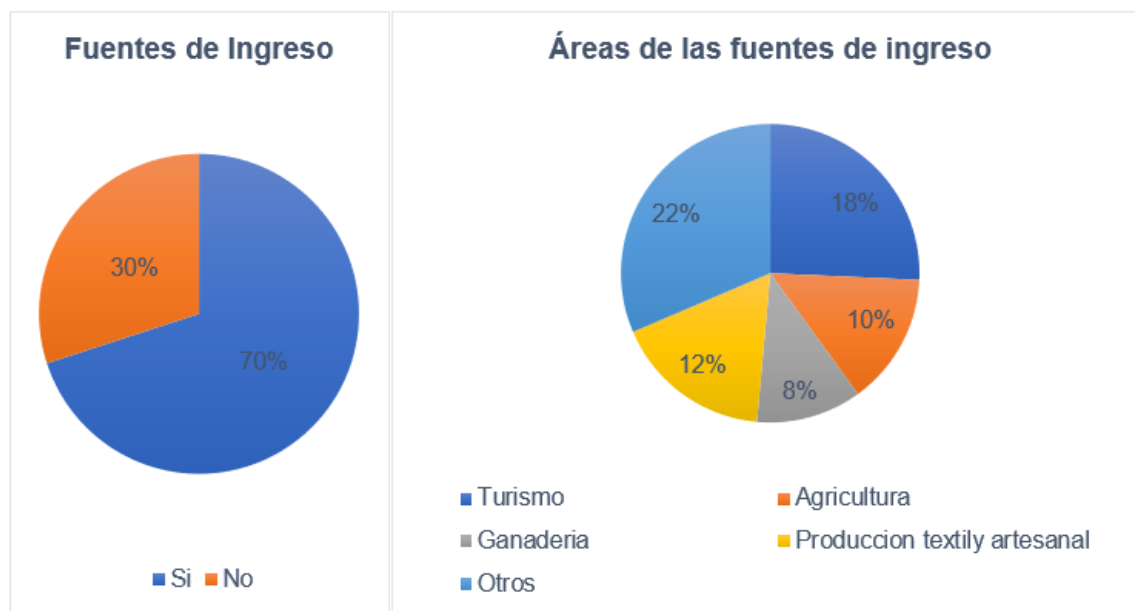
Pregunta 3. ¿Existen centros de educación cercanos a la comunidad?



Análisis e interpretación: En lo que concierne a las unidades de educación del centro de turismo comunitario La Moya, el 100% de las personas encuestas afirman que el centro está a disposición de la comunidad, brindando el mejor servicio para los habitantes con el fin de incrementar los niveles de educación.

Figura 14

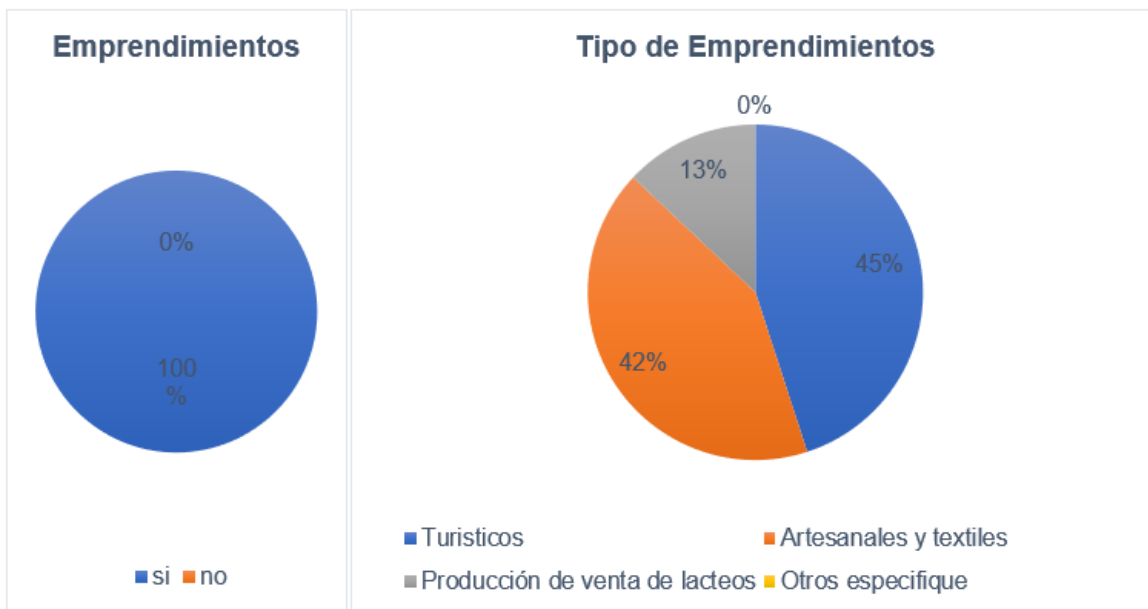
Pregunta 4. ¿Cuenta con un empleo fijo? Si su respuesta es afirmativa especifique su principal fuente de ingreso



Análisis e interpretación: Del total de encuestados el 30% afirma que no cuenta con un empleo fijo, por otra parte, el 70% asegura que, si cuenta con empleos fijos, de este porcentaje el 22% afirma que su fuente de ingreso corresponde a acciones como educación y comercio, es por tanto que el 18% obtiene sus ingresos de actividades entorno al turismo, el 12% corresponde a la producción textil y artesanal, por otra parte el 10% genera sus ingresos de la agricultura y por último el 8% obtiene sus ingresos de la ganadería.

Figura 15

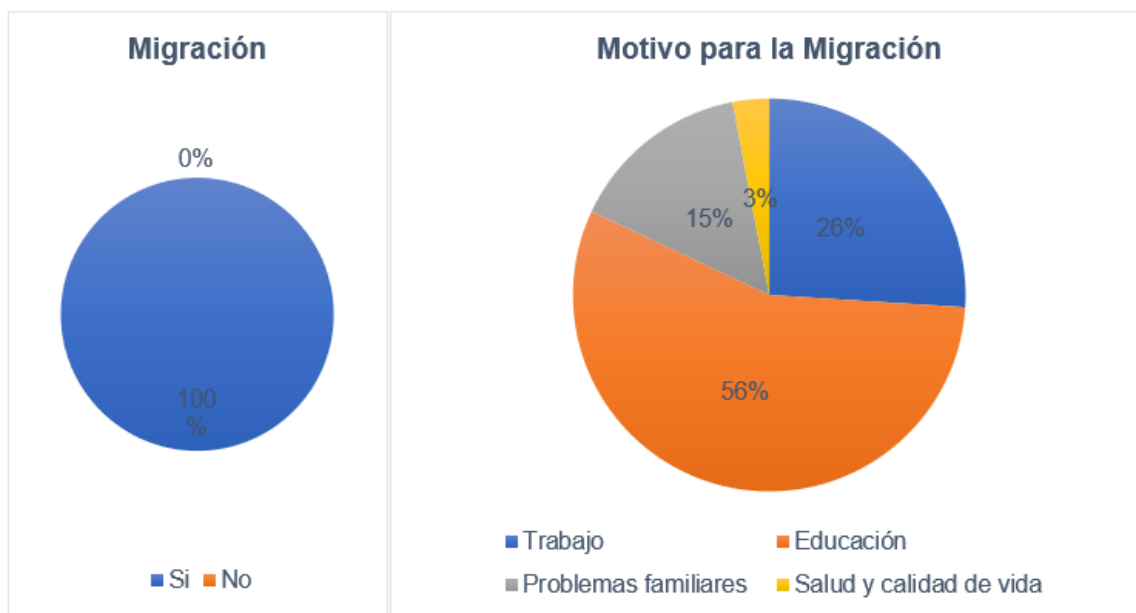
Pregunta 5. ¿Existe emprendimientos dentro de la comunidad? Si su respuesta es afirmativa seleccione el tipo de emprendimiento



Análisis e interpretación: El 100% de los encuestados asegura que, si existen emprendimientos en la comuna La Moya, que se distribuyen de la siguiente manera, el 45% en emprendimientos entorno al turismo, el 42% corresponde a actividades artesanales y textiles, finalmente el 13% que corresponde a emprendimientos de producción y venta de lácteos.

Figura 16

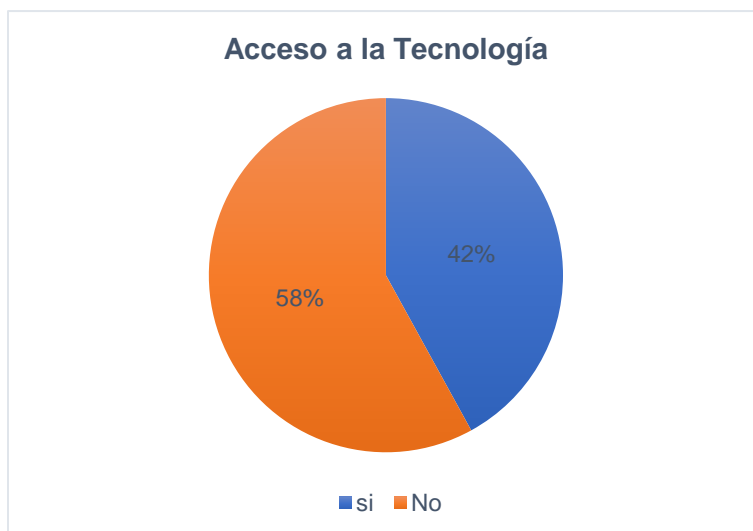
Pregunta 6. ¿Dentro de comunidad existe migración? En el caso de ser afirmativa su respuesta, seleccione el motivo por el cual deciden migrar



Análisis e interpretación: El 100% de las personas encuestadas afirman que, si existe migración en el centro de turismo comunitario La Moya, es por tanto que los motivos de la migración se distribuyen de la siguiente manera, el 56% por motivaciones de educación, el 26% por temas de trabajo, así mismo, el 15% afirma que realizó esta migración debido a problemas familiares y finalmente el 3% realiza esta acción por salud y mejora en la calidad de vida.

Figura 17

Pregunta 7. ¿La comunidad tiene acceso a la tecnología?



Análisis e interpretación: En cuanto al acceso a la tecnología de las 100 personas encuestadas el 58% asegura que no posee acceso a medios tecnológicos, lo que dificulta el aprendizaje de muchos de los habitantes ya que hoy en día el mundo se mueve entorno a la tecnología, por otro lado, el 42% si cuenta con la posibilidad de acceder a medios digitales.

Figura 18

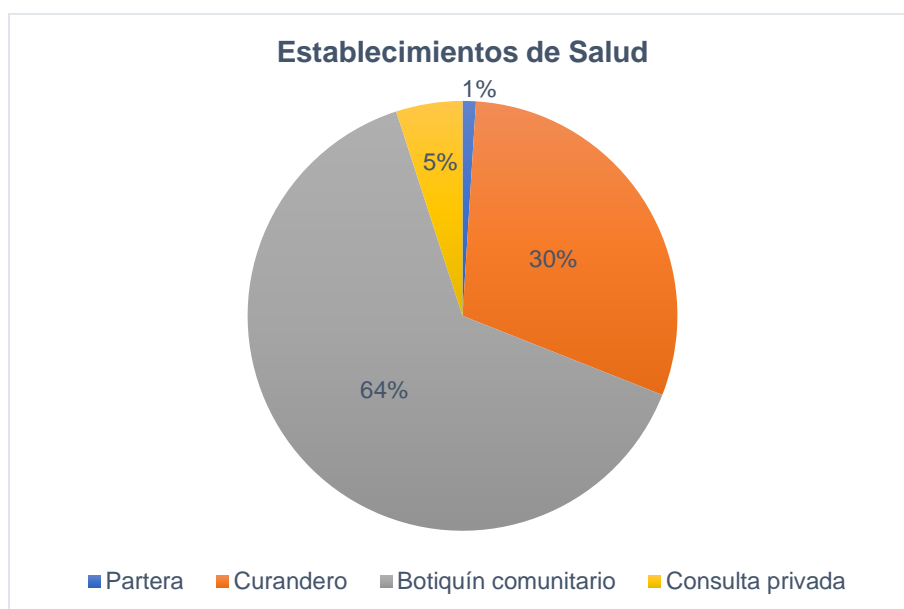
Pregunta 8. ¿En la comunidad existe un centro de salud?



Análisis e interpretación: El 100% de los encuestados afirman que el centro de turismo comunitario La Moya no cuenta con un centro de salud, lo que pone en riesgo la salud y bienestar de los habitantes, ya que para ser atendidos deben trasladarse a Riobamba que es el punto más cercano en que se encuentran unidades médicas.

Figura 19

Pregunta 9. ¿Si no hay establecimientos de salud en la comunidad a qué lugar asiste para atender su salud?



Análisis e interpretación: Al no contar con un centro de salud cercano, del 100% de los encuestados el 64% acude al uso del botiquín comunitario, por otra parte, el 30% acude al uso de los servicios de un curandero, el 5% acude a consultas privadas fuera del centro del turismo comunitario y finalmente el 1% hace uso del servicio de una partera.

Figura 20

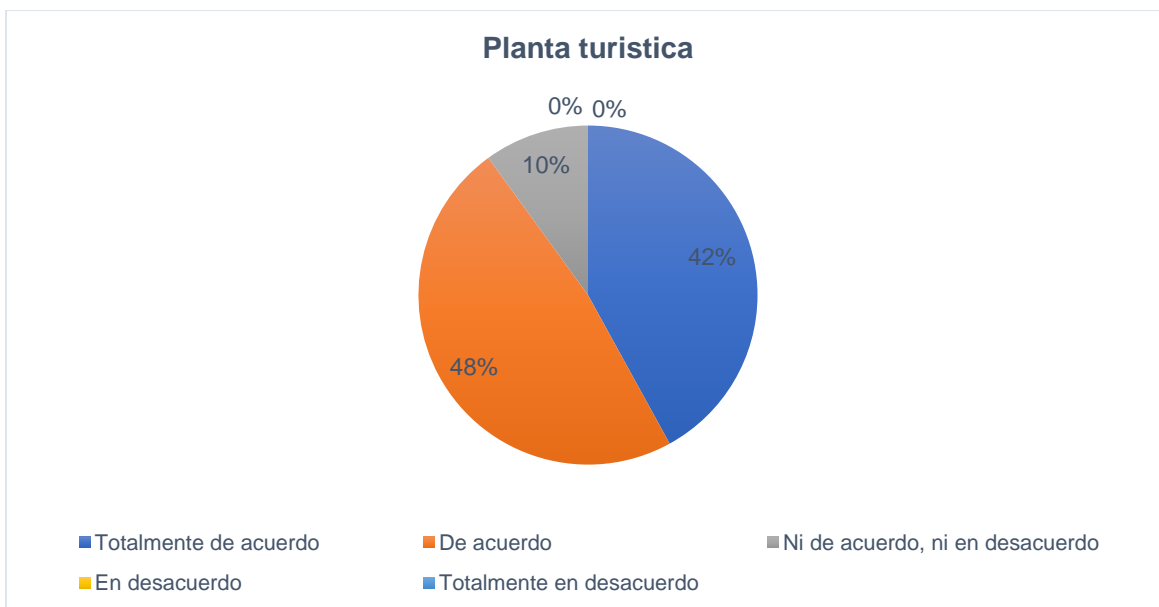
Pregunta 10. Seleccione las principales vías de acceso que posee la comunidad



Análisis e interpretación: En cuanto a las vías de acceso al CTC, de las 100 personas encuestadas el 70% asegura que las vías están pavimentadas – asfaltadas, así mismo, el 18% dice que el acceso se encuentra adoquinado, el 10% afirma que la vía es empedrada, por otra parte el 2% dice que existen sendero para el acceso y, por último, ningún encuestado menciona que el ingreso sea lastrado.

Figura 21

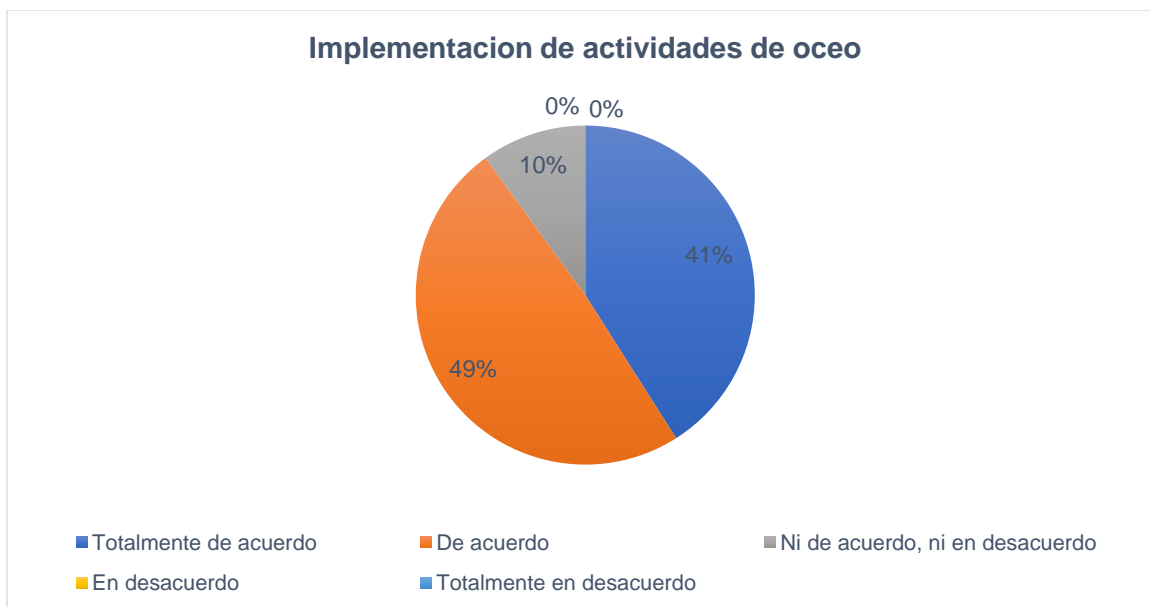
Pregunta 11. ¿Cree usted que el centro comunitario de la Comuna La Moya cuenta con la planta turística adecuada para satisfacer las necesidades de los visitantes?



Análisis e interpretación: En cuanto a si centro de turismo comunitario La Moya cuenta con la planta turística adecuada para satisfacer las necesidades de los visitantes, el 48% asegura estar totalmente de acuerdo, el 42% está de acuerdo, el 10% no está ni en acuerdo, ni en desacuerdo y finalmente ningún encuestado de encuentra en la postura de desacuerdo y totalmente desacuerdo, en cuento a la afirmación.

Figura 22

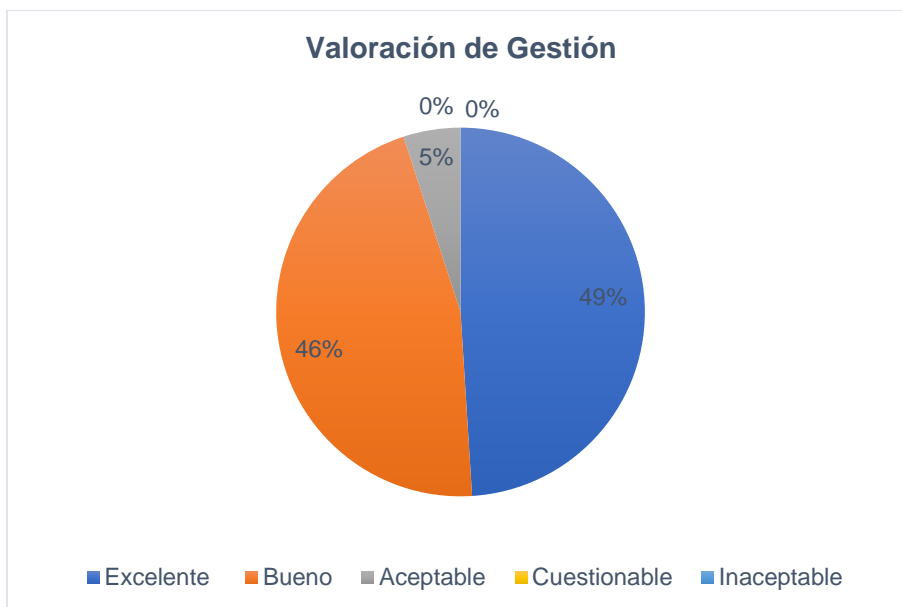
Pregunta 12. Considera usted importante que la implementación de actividades de ocio y recreación mejoran las experiencias del turismo comunitario de la Comuna La Moya.



Análisis e interpretación: De las 100 personas encuestadas el 49% asegura estar de acuerdo con la importancia de la implementación de actividades de ocio y recreación, con el fin de mejorar las experiencias del turismo comunitario de la comuna La Moya, el 41% afirma estar totalmente de acuerdo, por otra parte, el 10% se encuentra en la postura de no estar ni de acuerdo, ni en desacuerdo y finalmente ningún encuestado está en desacuerdo, ni totalmente en desacuerdo.

Figura 23

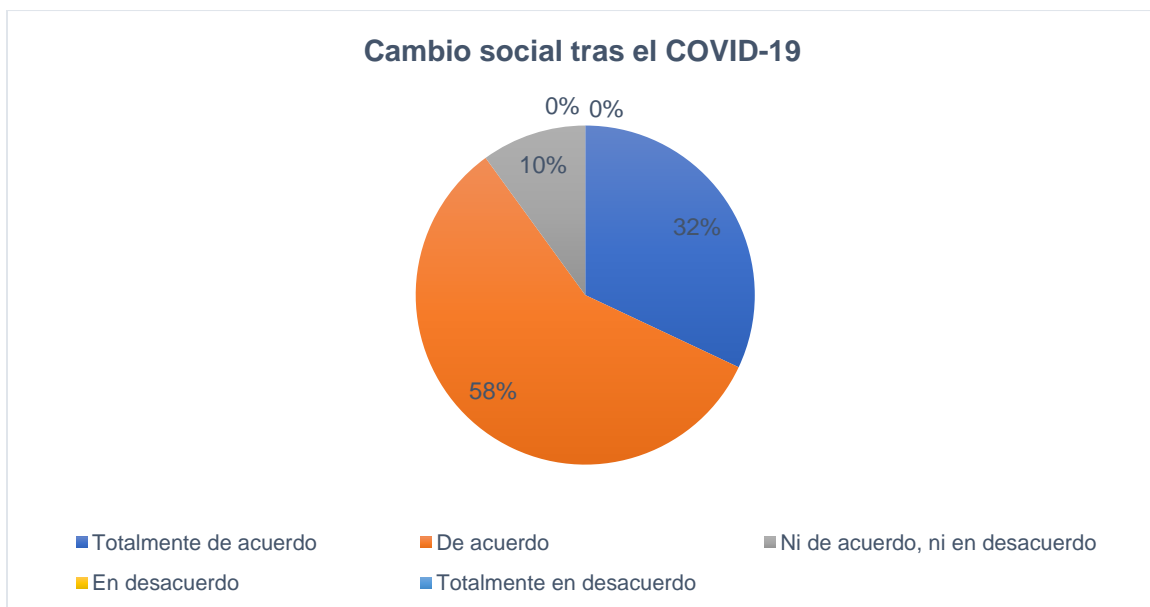
Pregunta 13. ¿Qué valoración le da usted a la gestión realizada por las autoridades del centro de turismo comunitario de la Comuna La Moya?



Análisis e interpretación: En cuanto a la valoración de la gestión realizada por parte de las autoridades del centro de turismo comunitario La Moya, el 49% de los encuestados afirman que es excelente, el 46% califican la gestión como buena, por otra parte, el 5% afirma que es aceptable, y ningún encuestado dice menciona que sea cuestionable o inaceptable.

Figura 24

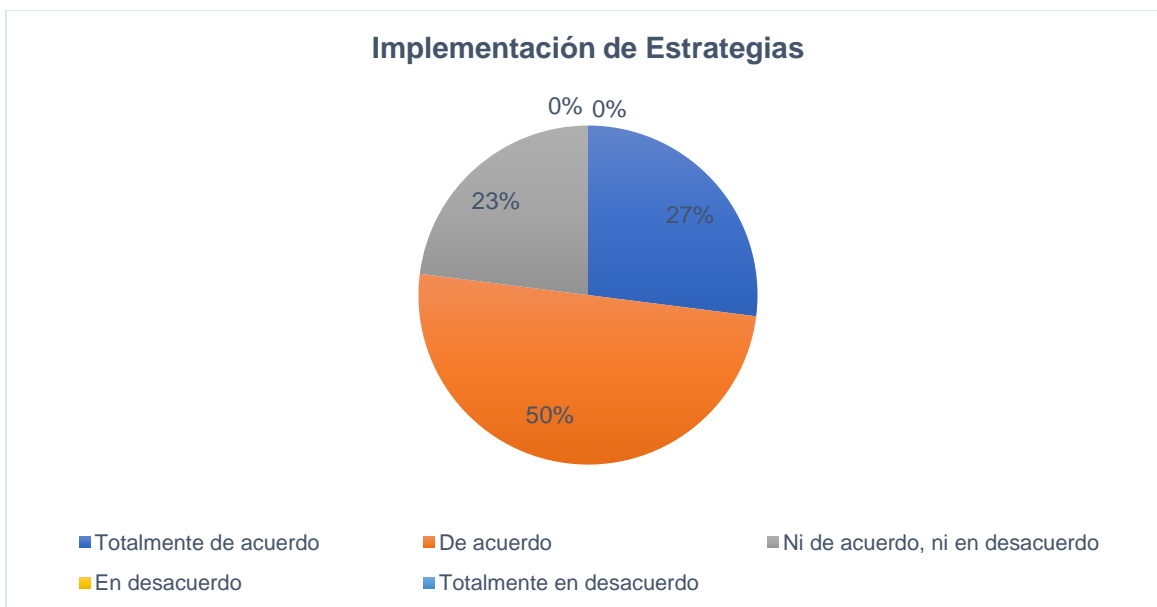
Pregunta 14. ¿Cree usted que la actividad turística en el centro comunitario de la Comuna La Moya ha marcado un cambio social tras la pandemia COVID -19?



Análisis e interpretación: De las 100 personas encuestadas, el 58% está de acuerdo a que las actividades turísticas han marcado un cambio social tras la pandemia COVID-19, por otra parte, el 32% está totalmente de acuerdo, y el 10% no se encuentra ni en acuerdo, ni en desacuerdo, finalmente ningún encuestado se encuentra en la postura de desacuerdo o totalmente desacuerdo.

Figura 25

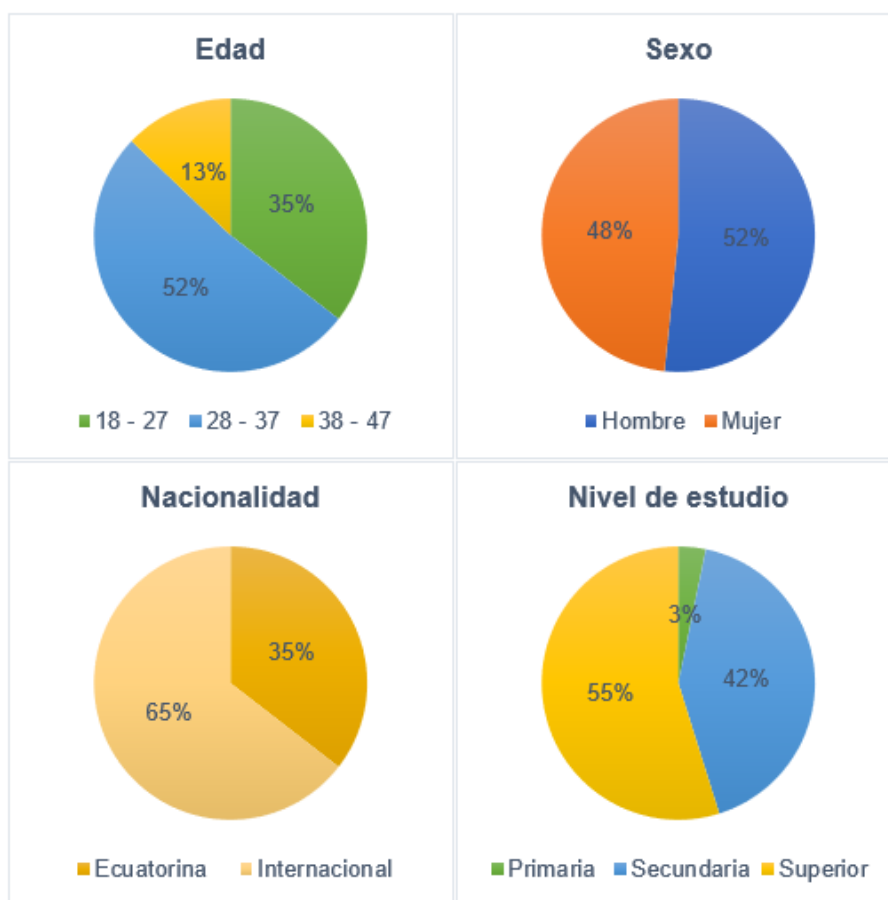
Pregunta 15. ¿Usted estaría de acuerdo que se implementen estrategias para el fortalecimiento del turismo comunitario en la Comuna La Moya?



Análisis e interpretación: En cuanto a la implementación de estrategias para el fortalecimiento del turismo comunitario en la comuna La Moya, el 50% está de acuerdo, el 27% se encuentra totalmente de acuerdo con esta acción, por otra parte, el 23% afirma no estar en acuerdo ni en desacuerdo, y por último ningún encuestado se encuentra en desacuerdo o totalmente desacuerdo.

Análisis de la encuesta: Turista

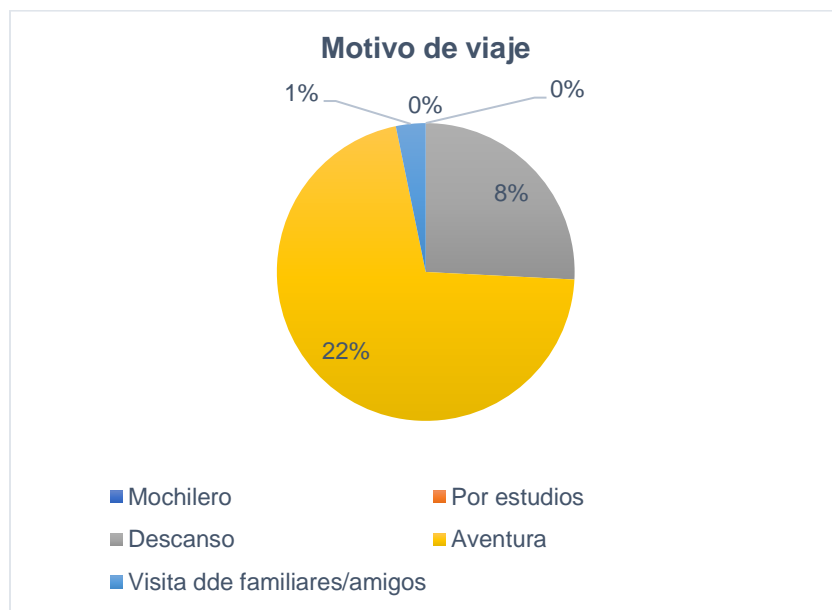
Así mismo, se elaboró un cuestionario de 11 preguntas que está dirigido para los turistas que llegan al centro de turismo comunitario La Moya, la cual se aplicó a 31 visitantes que actualmente ingresan al CTC como consecuencia de la pandemia y demás factores. El formulario consta de dos elementos que son datos informativos y el desarrollo de la herramienta, como se detalla seguidamente:

Figura 26*Pregunta 1. Características del visitante*

Análisis e interpretación: En cuanto a la características de los visitantes se puede determinar que el 52% se encuentra en un rango de edad entre 28 – 37 años, el 35% entre 18 – 27 años y el 13% entre los 38 – 47 años, por otra parte se determinó que del total de personas encuestadas el 52% corresponde al género masculino y el 48% al femenino, así mismo, el 65% de visitantes son de nacionalidad internacional y el 35% son turistas nacionales, finalmente el nivel de estudio del 55% es superior, el 42% cuenta con un nivel de instrucción de secundario y tan solo el 3% tiene un nivel primario.

Figura 27

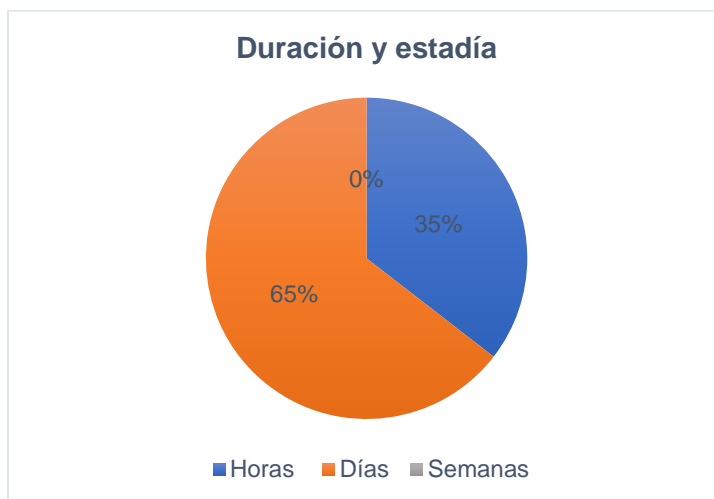
Pregunta 2. Motivo de viaje



Análisis e interpretación: De los 31 encuestados el 22% asegura que realiza su viaje por aventura, el 8% por temas relacionados al descanso, así mismo, el 1% de los visitantes lo realiza por visita a familiares – amigos, por último, ninguno de los encuestados realiza el viaje por aspectos como mochileros o por estudios.

Figura 28

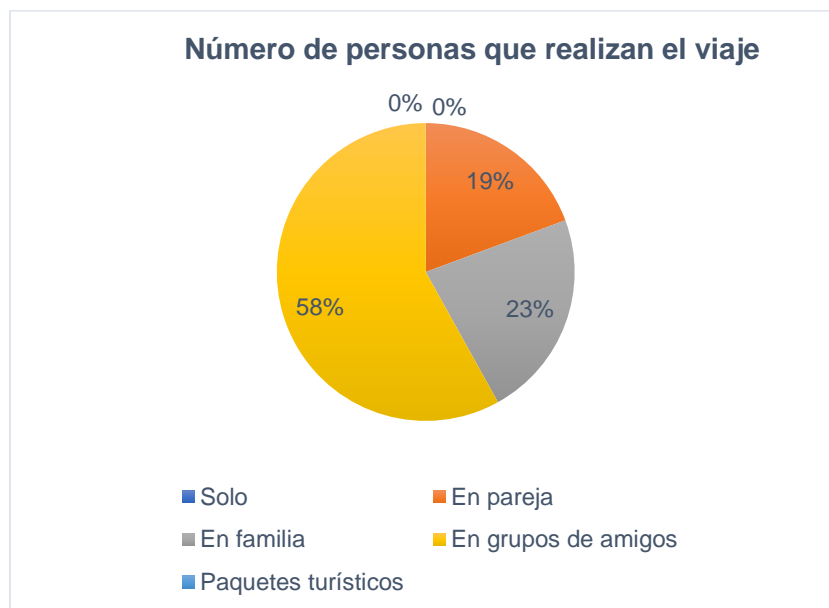
Pregunta 3. Duración de la estadía



Análisis e interpretación: En cuanto al tiempo de estadía dentro del centro de turismo comunitario La Moya el 65% de los visitantes tiene una estadía por varios días en el lugar, por otra parte, el 35% tan solo permanece por unas cuantas horas, y finalmente ningún encuestado se queda por semanas en el CTC.

Figura 29

Pregunta 4. Número de personas que realizan el viaje



Análisis e interpretación: De los 31 encuestados el 58% afirma que realiza su viaje en un grupo de amigos, por otra parte, el 23% efectúa su viaje en familia, el 19% lo realiza en pareja y por último ningún encuestado viaja solo o en paquetes turísticos.

Figura 30

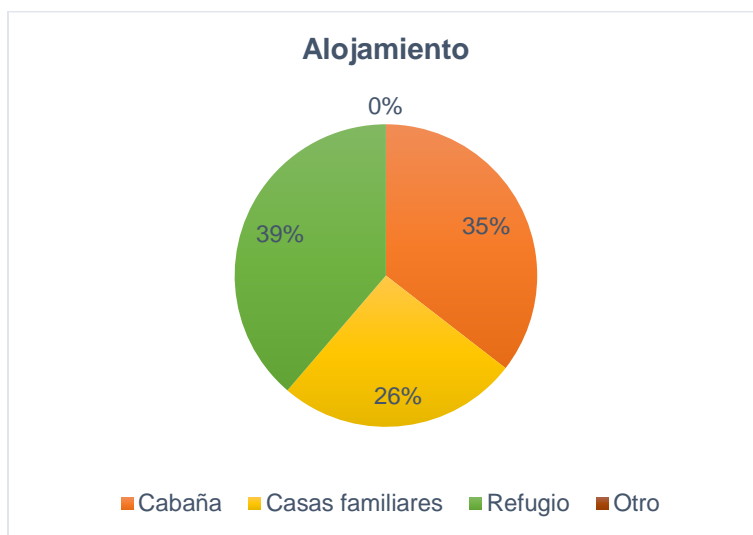
Pregunta 5. Ha visitado otro CTC



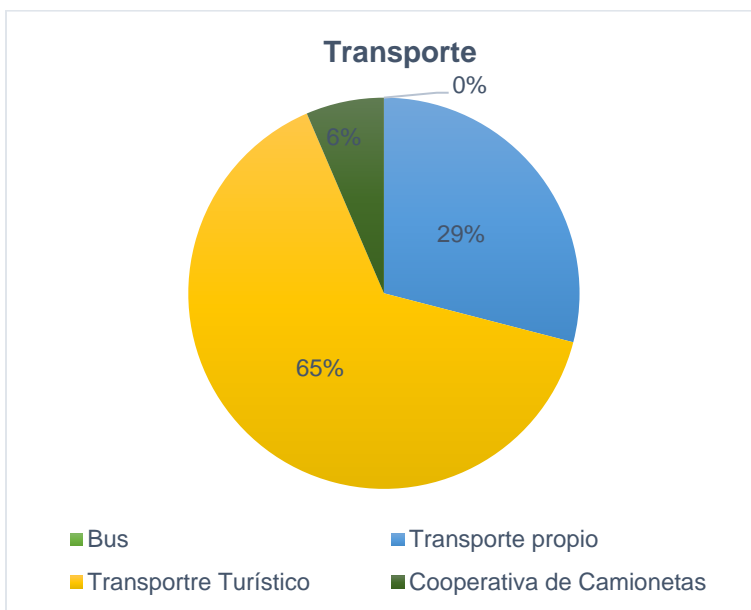
Análisis e interpretación: Del total de los turistas encuestados el 71% no conoce otro centro de turismo comunitario, lo que quiere decir que existe una baja publicidad de las diferentes actividades que realizan los otros CTC, por otra parte, el 29% afirma haber visitado otros centros, entre los que predomina Quilla Pacari y Quilotoa.

Figura 31

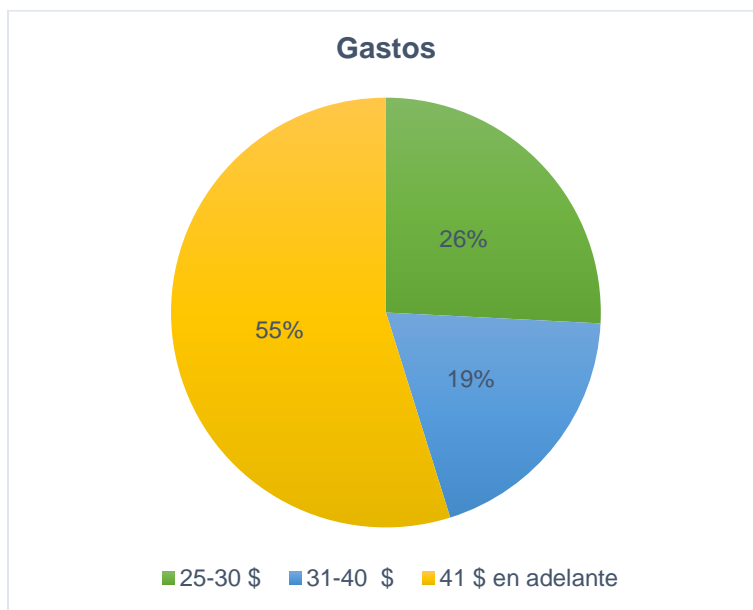
Pregunta 6. Alojamiento



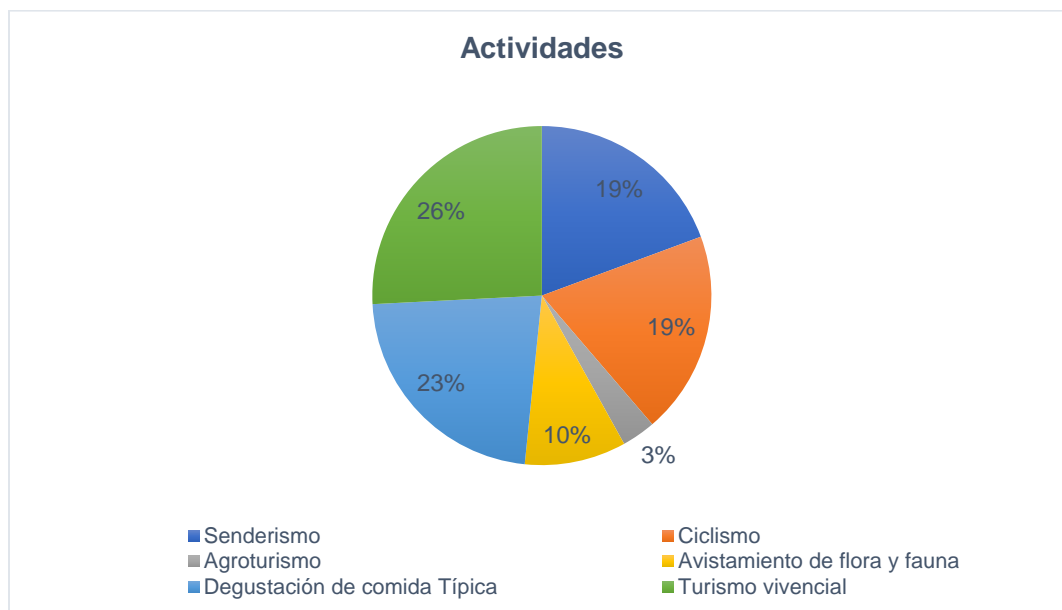
Análisis e interpretación: En cuanto al alojamiento el 39% de los encuestados afirma que le gustaría tener una estadía en refugios, el 35% asegura tener una preferencia por alojamientos en cabañas y finalmente el 26% prefiere realizarlo en casas familiares, para tener una interacción directa con los habitantes de la comuna.

Figura 32*Pregunta 7. Transporte*

Análisis e interpretación: De los 31 encuestados, el 65% afirma haber llegado en un transporte turístico, por otra parte, las personas que hacen uso de transporte propio corresponden al 29%, así mismo, el 6% ha hecho uso de cooperativas de camionetas y ningún encuestado utilizó el servicio de transporte público (bus) para llegar al centro de turismo comunitario.

Figura 33*Pregunta 8. Gastos*

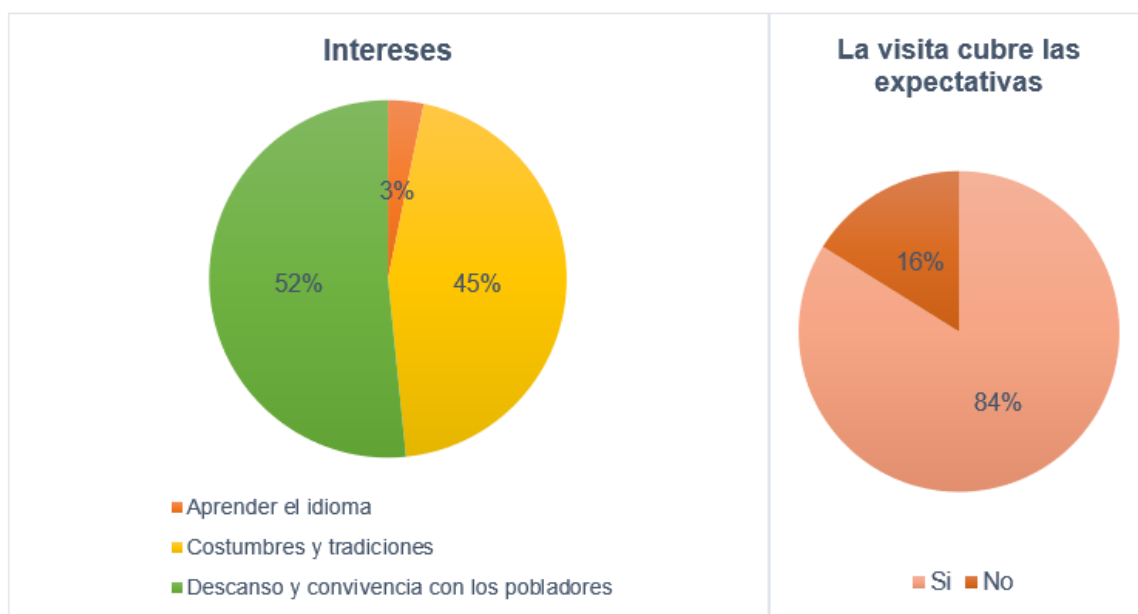
Análisis e interpretación: En cuanto a los gastos estimados en el tiempo de vista al centro de turismo comunitario La Moya, el 55% asegura tener un gasto de \$41 en adelante, el 26% cuenta con un consumo entre \$25 – 30, finalmente el 19% de los turistas planea tener un gasto promedio entre \$31 – 40.

Figura 34*Pregunta 9. Actividades*

Análisis e interpretación: De las 31 encuestas aplicadas, el 26% de los visitantes asegura realizar su viaje por temas de turismo vivencial, el 23% por actividades como degustación de comida típica, por otra parte, los visitantes que realizan actividades como senderismo y ciclismo corresponden a un 19% cada uno, así mismo, el 10% ejecuta su viaje por avistamiento de flora y fauna, por último, tan solo el 3% lo desarrolla por agroturismo.

Figura 35

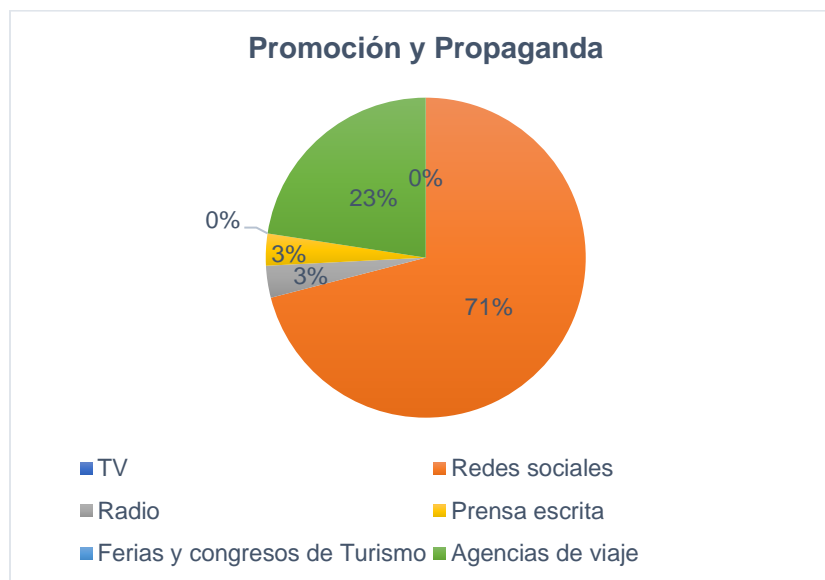
Pregunta 10. Intereses y expectativas



Análisis e interpretación: En cuanto a los intereses de viaje se puede asegurar que, el 52% realiza su viaje por descanso y convivencia con los pobladores, el 45% con el fin de conocer las costumbres y tradiciones de los habitantes, y por último el 3% lleva a cabo su aventura por aprender el idioma, así mismo, del total de los encuestado el 84% afirma que su visita al CTC La Moya cumple con sus expectativas, y el 16% dice que no cubre sus requerimientos.

Figura 36

Pregunta 11. Promoción y propaganda



Análisis e interpretación: De los 31 encuestados se determina que el 71% adquirió información del centro de turismo comunitario La Moya por medio de redes sociales, el 23% por medio de agencias de viajes, así mismo, el 3% conoce del CTC por información adquirida den radio y prensa escrita, finalmente ningún encuestado la obtuvo en TV o ferias y congresos de turismo.

Análisis de la entrevista: Expertos

En base a la metodología, se desarrolló una entrevista que fue aplicada a tres expertos conocedores de las actividades del centro de turismo comunitario La Moya, por tanto, dicho cuestionario consta de 7 preguntas en las que se busca conocer cuál es la situación actual del CTC, como se detalla a continuación:

- a. **Datos generales:** Se describen datos como la profesión, edad y cargo de los entrevistados, quienes nos ayudaron con información relevante, para posteriormente realizar el análisis de las respuestas obtenidas, como se muestra seguidamente:

Tabla 11*Datos generales de los entrevistados*

| Edad | Profesión | Cargo |
|-------------|-----------------------------------|---|
| 33 años | Ing. Gestión turística y hotelera | Administradora del Centro de turismo comunitario La Moya |
| 31 años | Lic. Turismo | Técnica de Turismo GADM Riobamba |
| 34 años | Ing. Producción Audiovisual | Encargado del departamento de Desarrollo comunitario y competitividad turística de Chimborazo |

- b. Desarrollo de la entrevista:** La entrevista aplicada a los 3 expertos de turismo comunitario, consta de 7 preguntas que buscan conocer los diferentes puntos de vista, entender como es el funcionamiento del CTC La Moya y a la vez cuales han sido las diferentes actividades que se llevan a cabo para lograr una reactivación turística, como se muestra:

Tabla 12*Entrevistas*

| Pregunta | Nombre del entrevistado | Respuesta |
|---|--------------------------------|--|
| 1. ¿Cómo fue el proceso de desarrollo del centro de turismo comunitario del sector? ¿Cuáles han | Ing. Diana Guevara | El proceso de desarrollo del CTC nace hace 15 años, con la iniciativa de conservar los bienes patrimoniales que tiene la comuna, con la ayuda de un benefactor que vio el potencial de la misma. |

| Pregunta | Nombre del entrevistado | Respuesta |
|--|------------------------------|--|
| <p>sido las principales instituciones públicas y privadas, en contribuir la formación del CTC?</p> | | <p>Las principales contribuciones se han realizado de entidades privadas o por medio de ONG, que están interesadas en las actividades que se desarrollan en el centro.</p> |
| | <p>Lic. Andrea Benavides</p> | <p>En un inicio el CTC empezó sus actividades en conjunto con Tren Ecuador, quien atraía un gran número de turistas a la comunidad, obteniendo así ingresos que serían invertidos para expandir sus instalaciones. En cuanto a la contribución para la formación del centro el Municipio de Riobamba y Prefectura, desde un punto de vista personal han desarrollado su trabajo en cuanto a lo que les corresponde, más no se ha visto un apoyo extra.</p> |
| | <p>Ing. Juan Velarde</p> | <p>Las comunidades que buscan desarrollar el turismo comunitario deben contar con actividades, oferta turística, en este sentido, el primer paso es identificar si tiene el potencial el CTC.</p> <p>Las entidades que apoyan y aportan al desarrollo del CTC de Riobamba es el Ministerio de Turismo, la Academia,</p> |

| Pregunta | Nombre del entrevistado | Respuesta |
|---|------------------------------|---|
| <p>El turismo comunitario es considerado como una de las alternativas de desarrollo para los pueblos ¿Cree usted que las actividades turísticas desarrolladas por parte del CTC son de beneficio para todos quienes conforman la comunidad?</p> | <p>Ing. Diana Guevara</p> | <p>Prefectura de Chimborazo, ONG, entre otras.</p> |
| | | <p>La Moya al ser un proyecto llamativo, logra captar la atención tanto de turistas como de autoridades, esto le permite a la comunidad obtener beneficios que van en base a los temas de sostenibilidad, teniendo así beneficios económicos, sociales y ambientales.</p> |
| | <p>Lic. Andrea Benavides</p> | <p>Las actividades que se desarrollan en el CTC traen consigo beneficios económicos al poder ofertar un buen producto, sociales con la recuperación de la cultura y ambientales incentivando a la conservación del medio ambiente.</p> |
| | <p>Ing. Juan Velarde</p> | <p>Los centros comunitarios de la provincia de Chimborazo al practicar el turismo comunitario están generando ingresos económicos, y aportando a la sociedad a mantener viva la identidad cultural, uno de los ejemplos es Palacio Real, Tolte, Moya y Nizag.</p> |

| Pregunta | Nombre del entrevistado | Respuesta |
|--|------------------------------|---|
| <p>2. ¿El Centro de turismo comunitario tiene una gestión administrativa adecuada que impulsa el desarrollo turístico?</p> | <p>Ing. Diana Guevara</p> | <p>La gestión administrativa en el CTC es muy diferente, ya que se manejan con un comité en el cual se socializan todas las actividades antes de ponerlas en marcha, es así que para impulsar el turismo cuentan con una asociación directa con una agencia de viajes para dar a conocer las actividades y servicios que se ofertan en La Moya.</p> |
| | <p>Lic. Andrea Benavides</p> | <p>La administración en el CTC, se maneja por medio de una directiva que es quien se encarga de la toma de decisiones siempre teniendo en cuenta el bienestar y beneficios de los habitantes de la comuna, a su vez se realiza una ardua labor para impulsar el desarrollo de las actividades turísticas.</p> |
| | <p>Ing. Juan Velarde</p> | <p>La prefectura trabaja en capacitaciones para todos los centros comunitarios se enfocan diferentes áreas como: guianza, alimentación, atención al cliente y estas capacitaciones se realiza en cada 3 meses.</p> |
| <p>3. El turismo comunitario se considera como una</p> | <p>Ing. Diana Guevara</p> | <p>Las actividades de turismo comunitario han representado una gran oportunidad para todos los habitantes, ya que, con el</p> |

| Pregunta | Nombre del entrevistado | Respuesta |
|---|--------------------------------|---|
| oportunidad de vida para los sectores vulnerables ¿cree usted que el centro de turismo comunitario ha | | desarrollo de las actividades, se ha logrado captar la atención de los turistas, generando así un desarrollo no solo económico sino también social. |
| aportado al desarrollo local de la misma? | Lic. Andrea Benavides | El CTC si aporta al desarrollo no solo se ha visto reflejado en lo económico, sino que al prestar un servicio turístico los habitantes reciben capacitaciones continuamente lo que les permite ampliar sus conocimientos y a la vez lograr un desarrollo colectivo. |
| | Ing. Juan Velarde | Los CTC oficialmente registrado en el catastro de Turismo 2021 de la provincia aportan significativamente al rescate de la identidad cultural, generan ingresos económicos, sobre todo mejora las oportunidades de empleo para los miembros de la comuna. |
| 4. ¿Existen políticas o lineamientos de reactivación turística post Covid-19 que | Ing. Diana Guevara | El CTC durante la pandemia a pesar de haber disminuido en el número de turistas que recibían, puso en marcha diferentes políticas y lineamientos, con el fin de velar por la seguridad de los visitantes. |

| Pregunta | Nombre del entrevistado | Respuesta |
|---|------------------------------|---|
| <p>han generado un impacto positiva o negativa al territorio y al desarrollo turístico del CTC?</p> | <p>Lic. Andrea Benavides</p> | <p>La reactivación turística es un punto importante en el que trabaja el CTC, por tal motivo se ha venido trabajando en diferentes planes y puesto en marcha acciones con el fin de tener un desarrollo turístico, aun pasando por un periodo post pandemia.</p> |
| | <p>Ing. Juan Velarde</p> | <p>La prefectura de Chimborazo trabaja en el plan de normas de bioseguridad para el turista y la comunidad.</p> |
| <p>5. ¿Qué proyectos o iniciativas se están generando actualmente en el</p> | <p>Ing. Diana Guevara</p> | <p>El CTC La Moya ha venido realizando diferentes actividades entre las que se podrían destacar la ejecución de varios video promocionales, fotos de alta calidad, los habitantes se vienen capacitando de diversos temas para poder brindar un servicio de calidad a los turistas.</p> |
| <p>CTC en pro de la reactivación turística?</p> | <p>Lic. Andrea Benavides</p> | <p>Para lograr una reactivación el CTC, ha considerado el uso de redes sociales, hoy en día se brinda información vía WhatsApp, uso de Facebook y por último se considera la creación de una página web con punto de</p> |

| Pregunta | Nombre del entrevistado | Respuesta |
|--|-------------------------|---|
| | | pago, con el agilitar el proceso de compra para turistas extranjeros. |
| | Ing. Juan Velarde | En la actualidad el departamento de competitividad turística se desarrolla el proyecto piloto para la reactivación turística sostenible que beneficia directa mente a todos los CTC y el proyecto que será aplicado en el CTC Nizag. |
| 6. ¿Existe una planificación adecuada para impulsar el desarrollo local en base a la práctica del turismo comunitario? | Ing. Diana Guevara | El trabajo en conjunto de los habitantes y las autoridades se está trabajando en el proceso de obtención de certificaciones, a la vez se viene trabajando en un plan de marketing que le permita al CTC darse a conocer tanto a nivel nacional e internacional. |
| | Lic. Andrea Benavides | La planificación adecuada si existe, sin embargo, se considera que como CTC le ha faltado una proyección a futuro, es por esto que se deben generar actividades y planes que le permitan al centro generar un desarrollo local. |
| | Ing. Juan Velarde | Como entidad pública uno de los trabajos que se desarrolla es la planificación con |

| Pregunta | Nombre del entrevistado | Respuesta |
|----------|-------------------------|--|
| | | todo el equipo del departamento de turismo semanalmente donde se coordina diferentes actividades en los CTC. |

Análisis e interpretación: En base a las respuestas de los 3 entrevistados se puede determinar que el proyecto del centro de turismo comunitario La Moya nace hace varios años con la idea de conservar los bienes patrimoniales con los que cuentan, es por tanto que se buscan obtener el apoyo por medio de instituciones tanto privadas como públicas, para la ejecución de las diferentes actividades turísticas, en un inicio el trabajo en conjunto con Tren Ecuador brindó a la comunidad grandes facilidades ya que este atractivo lograba captar la atención de miles de turistas quienes también llegaban a visitar la comunidad, actualmente en el proceso de reactivación y en un periodo post pandemia Covid-19 el CTC, cuenta con una asociación con la agencia de viajes de la administradora del centro esto les permite obtener una vía más para vender su producto

Por otra parte, los entrevistados consideran que si se recibe el apoyo de las entidades publicas como Municipio y Prefectura pero se piensa que es tan solo el que como entidades deben brindar, más no se hacen esfuerzo adicionales para apoyar las actividades, así mismo al contar con una buena gestión el centro de turismo comunitario ha logrado generar nuevas actividades para lograr la reactivación total entre las que podemos encontrar el desarrollo de videos promocionales, fotografías de alta calidad, uso de medios digitales para promocionar y vender el producto turístico

Además, actualmente se viene trabajando en un sin número de proyectos entre los que dé destaca la obtención de certificaciones, planes de marketing y un plan en el que se toma en cuenta un proyección a futuro, todas estas actividades en conjunto logran un desarrollo

tomando en cuenta los ejes de la sostenibilidad entre los que se puede encontrar el desarrollo económico ya que al lograr vender el producto se logra obtener ingresos económicos para los habitantes, en el ámbito social ya que se incentiva a la recuperación y restauración de las diferentes culturas, por último el eje ambiental que es de gran importancia incentivando no solo a la comunidad, sino también a los visitantes a la conservación del ecosistema, el respeto y cuidado del medio ambiente.

Análisis FODA

El análisis FODA “se orienta principalmente al análisis y resolución de problemas y se lleva a cabo para identificar y analizar las Fortalezas y Debilidades de la organización, así como las Oportunidades (...) y Amenazas reveladas por la información obtenida del contexto externo.” (García & Cano, s.f., p.89), así mismo Ponce (2007) afirma que el FODA “consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir, las oportunidades y amenazas”. (p.114).

En tal sentido, se realizó una matriz de resumen FODA (ver tabla 13) en base al análisis de la situación actual del turismo comunitario, en la que se muestra las Fortalezas y Debilidades como elementos internos, en las que se puede tener un control, es decir se pueden cambiar o mejorar, por otro lado, se encuentran las Oportunidades y Amenazas como elementos externos, que son aquellos que no se pueden modificar, es decir no se tiene un control sobre dichas acciones.

Tabla 13

Matriz de resumen – Síntesis FODA

| No. | OPORTUNIDADES |
|------------|--|
| O1 | Turismo como fuente de ingreso |
| O2 | Agricultura y ganadería como fuente principal de ingreso económico |

| | |
|-----|--|
| O3 | Interés por parte de la comunidad para integrarse al turismo |
| O4 | Interés del turista por la interculturalidad |
| O5 | Reduce el índice de migración |
| O6 | Creación a nuevos empleos |
| O7 | Prestación adecuada de servicios turísticos |
| O8 | Fuerte impulso del turismo comunitario |
| O9 | El ingreso al CTC es totalmente gratis para turistas nacionales y extranjeros. |
| O10 | Reactivación del turismo post COVID 19 |

No. AMENAZAS

| | |
|-----|---|
| A1 | Crisis económica ocasionada por el COVID 19 |
| A2 | Variación del precio de los productos agrícolas que les puede afectar |
| A3 | Alza de posibles impuestos a los miembros de la comunidad |
| A4 | Migración de la comunidad |
| A5 | Perdida de costumbre y tradiciones de futuras generaciones |
| A6 | Perdida del idioma |
| A7 | Aumento de la inseguridad ciudadana |
| A8 | Baja promoción de los operadores para pernotar en el CTC |
| A9 | Cambios climáticos |
| A10 | Crisis del COVID 19 |
| A11 | La Comunidad La Moya no es conocida a nivel nacional |

No. FORTALEZAS

| | |
|----|---|
| F1 | Ingreso económico de la actividad agrícola y ganadera |
| F2 | Población económicamente activa |
| F3 | Apoyo económico de los turistas extranjeros a los comuneros |
| F4 | Capacitación constante por parte del sector turístico en la comunidad |

| | |
|------------|---|
| F5 | Población involucrada al turismo |
| F6 | Trabajan conjuntamente en equipo para beneficio de la comunidad |
| F7 | Disponer de guías nativos |
| F8 | Infraestructura ya existente |
| F9 | Existen espacios para poder implementar actividades |
| F10 | Cuentan con un comedor comunitario |
| F11 | Variedad de flora y fauna |
| F12 | Recursos con potencial turística |
| No. | DEBILIDADES |
| D1 | Poco acceso a fuentes de financiamiento |
| D2 | Poca capacidad financiera de los residentes |
| D3 | Falta de instituciones financieras en la comunidad |
| D4 | La mayor parte de comuneros no cuenta con una remuneración fija |
| D5 | Bajo nivel de escolaridad |
| D6 | Falta de oportunidades de empleo |
| D7 | Carencia de transporte público |
| D8 | Escasa diversificación de la oferta turística |
| D9 | Baja afluencia de turistas nacionales y extranjeros |
| D10 | Falta de señalética turística para llegar al CTC |
| D11 | Falta de promoción turística |

Nota. La tabla representa la matriz de resumen – síntesis FODA.

Bajo este contexto, la matriz de resumen FODA recolecta las diferentes características que fueron analizadas a lo largo de la investigación de la situación actual del centro de turismo comunitario La Moya, clasificados debidamente en fortalezas y debilidades, en lo interno, así mismo las oportunidades y amenazas en los externos del proyecto.

Fundamentación de la Idea a defender

Una vez obtenido los datos y analizados, se establece que es necesario la aplicación de estrategias que permitan el aprovechamiento de todos los recursos, tanto naturales como culturales, el buen manejo de estos recursos permitirá que la localidad de La Moya expanda su oferta turística, mediante el uso de su infraestructura turística, de igual manera haciendo uso de los atractivos cercanos como es la ruta de los hieleros que no se le ha dado una orientación adecuada dentro de la comunidad.

No existe sostenibilidad si no viene dada de una manera integral, teniendo en cuenta muy diferentes aspectos y agentes implicados; es decir, la sostenibilidad no se centra sólo en la protección del medio ambiente, sino también en una eficiencia económica y una equidad social, y en la viabilidad a largo plazo de todas ellas. (Orgaz, 2013, p.6)

Como bien menciona Orgaz, el uso adecuado de los recursos brinda una sostenibilidad estable, basándose en los pilares de una economía eficiente y una equidad social, trabajando así en el desarrollo mutuo y continuo de la comunidad, generando alternativas de desarrollo que se verán beneficiadas con el paso del tiempo.

En la misma línea, al ser una comunidad en la que se practica el turismo comunitario, se hace uso comprometido de los recursos en bienestar de la colectividad, sin embargo, esta actividad se vio afectada por la pandemia, misma que pausó el desarrollo y crecimiento de sus moradores, de igual manera la eliminación del tren afectó en gran escala la visita de turistas que en promedio llegan 150 visitantes a la semana, tras el cierre del tren las visitas bajaron a una visita semanal de 10 a 15 personas.

En este sentido, el retomar las actividades mediante la aplicación de diferentes alternativas permitirá a la comunidad la Moya establecer un nuevo enfoque en el uso de sus atractivos considerando el potencial que sus moradores tienen.

En el marco de las comunidades ecuatorianas, economía solidaria y turismo comunitario se complementan y condicionan mutuamente. Existe entre ellos, una relación dialéctica,

de modo que constituyen una vía para la transformación de las comunidades y la construcción del Buen Vivir. (Loor, Plaza & Medina, 2020, p.268)

Generando de esta manera estrategias que hagan uso de los recursos de manera responsable, basándose en los pilares de la sustentabilidad económica eficiente y un desarrollo comunitario con equidad social.

Direccionamiento estratégico

Según Aguilera (2010 como se citó en Camacho, 2002) el direccionamiento estratégico “es un enfoque gerencial que permite a la alta dirección determinar un rumbo claro, y promover las actividades necesarias para que toda la organización trabaje en la misma dirección”. (p.88)

Por consiguiente, se utiliza la herramienta FODA para analizar sucesivamente a través de la matriz de ponderación del impacto, la matriz de valoración de factores internos y externos, la matriz de acciones estratégicas y la matriz de resumen de la estrategia, en las que se tiene en cuenta la información obtenida para describir y los resultados se recogen en base a las herramientas aplicadas, como se detalla en los siguientes lineamientos:

- a. Matrices de ponderación de impactos:** Se procedió a realizar la ponderación a cada una de las fortalezas, debilidades en el ámbito interno y amenazas, oportunidades en el factor externo, con una escala de 1 al 3, lo que significa que el 3 es el nivel alto, 2 en el nivel medio y el 1 en el nivel bajo, para conocer las particularidades en función de ello establecer más adelante las estrategias para el CTC, así como, se muestra a continuación:

Tabla 14*Matrices de impacto*

| MATRIZ "F" | | | | |
|-------------------|---|----------------|--------------|-------------|
| No. | FORTALEZAS | IMPACTO | | |
| | | ALTO | MEDIO | BAJO |
| F1 | Ingreso económico de la actividad agrícola y ganadera | | 2 | |
| F2 | Población económicamente activa | 3 | | |
| F3 | Apoyo económico de los turistas extranjeros a los comuneros | | 2 | |
| F4 | Capacitación constante por parte del sector turístico en la comunidad | 3 | | |
| F5 | Población involucrada al turismo | 3 | | |
| F6 | Trabajan conjuntamente en equipo para beneficio de la comunidad | 3 | | |
| F7 | Disponer de guías nativos | | 2 | |
| F8 | Infraestructura ya existente | | | |
| F9 | Existen espacios para poder implementar actividades | | | 1 |

| F10 | Cuentan con un comedor comunitario | | | 1 |
|-------------------|--|---------|-------|------|
| F11 | Variedad de flora y fauna | | | 1 |
| F12 | Recursos con potencial turística | | 2 | |
| MATRIZ "O" | | | | |
| No. | OPORTUNIDADES | IMPACTO | | |
| | | ALTO | MEDIO | BAJO |
| O1 | Turismo como fuente de ingreso | 3 | | |
| O2 | Agricultura y ganadería como fuente principal de ingreso económico | | | 1 |
| O3 | Interés por parte de la comunidad para integrarse al turismo | 3 | | |
| O4 | Interés del turista por la interculturalidad | | 2 | |
| O5 | Reduce el índice de migración | | 2 | |
| O6 | Creación a nuevos empleos | 3 | | |
| O7 | Prestación adecuada de servicios turísticos | | 2 | |
| O8 | Fuerte impulso del turismo comunitario | | 2 | |
| O9 | El ingreso al CTC es totalmente gratis para turistas nacionales y extranjeros. | | | 1 |

| | | |
|------------|--|---|
| O10 | Reactivación del turismo post COVID 19 | 3 |
|------------|--|---|

MATRIZ “D”

| No. | DEBILIDADES | IMPACTO | | |
|------------|---|---------|-------|------|
| | | ALTO | MEDIO | BAJO |
| D1 | Poco acceso a fuentes de financiamiento | 3 | | |
| D2 | Poca capacidad financiera de los residentes | | 2 | |
| D3 | Falta de instituciones financieras en la comunidad | | | 1 |
| D4 | La mayor parte de comuneros no cuenta con una remuneración fija | | | 1 |
| D5 | Bajo nivel de escolaridad | | | 1 |
| D6 | Falta de oportunidades de empleo | 3 | | |
| D7 | Carencia de transporte público | | 2 | |
| D8 | Escasa diversificación de la oferta turística | 3 | | |
| D9 | Baja afluencia de turistas nacionales y extranjeros | | 2 | |
| D10 | Falta de señalética turística para llegar al CTC | 3 | | |
| D11 | Falta de promoción turística | | 2 | |

| MATRIZ "A" | | | | |
|-------------------|---|----------------|--------------|-------------|
| No. | AMENAZAS | IMPACTO | | |
| | | ALTO | MEDIO | BAJO |
| A1 | Crisis económica ocasionada por el COVID 19 | 3 | | |
| A2 | Variación del precio de los productos agrícolas que les puede afectar | | 2 | |
| A3 | Alza de posibles impuestos a los miembros de la comunidad | | 2 | |
| A4 | Migración de la comunidad | | | 1 |
| A5 | Perdida de costumbre y tradiciones de futuras generaciones | 3 | | |
| A6 | Perdida del idioma | 3 | | |
| A7 | Aumento de la inseguridad ciudadana | | 2 | |
| A8 | Baja promoción de los operadores para pernotar en el CTC | | | 1 |
| A9 | Cambios climáticos | | | 1 |
| A10 | Crisis del COVID 19 | | 2 | |
| A11 | La Comunidad La Moya no es conocida a nivel nacional | 3 | | |

b. Matrices de evaluación de factores internos y externos: Se desarrolla la evaluación de factores internos y externos, que permitieron identificar y evaluar diferentes aspectos importantes, para ello, se empleó la calificación correspondiente para cada ámbito, como se detalla a continuación:

Tabla 15

Matriz de evaluación interna

| MATRIZ EFI | | | | |
|-------------------|---|--------------------------|---------------------|-----------------------------|
| NO. | FORTALEZAS | PESO RELATIVO | CALIFICACIÓN | TOTAL, PONDERADO |
| F1 | Ingreso económico de la actividad agrícola y ganadera | 0,03 | 3 | 0,09 |
| F2 | Población económicamente activa | 0,04 | 4 | 0,16 |
| F3 | Apoyo económico de los turistas extranjeros a los comuneros | 0,03 | 3 | 0,09 |
| F4 | Capacitación constante por parte del sector turístico en la comunidad | 0,06 | 4 | 0,24 |
| F5 | Población involucrada al turismo | 0,03 | 3 | 0,09 |
| F6 | Trabajan conjuntamente en equipo para beneficio de la comunidad | 0,04 | 4 | 0,16 |
| F7 | Disponer de guías nativos | 0,03 | 3 | 0,09 |
| F8 | Infraestructura ya existente | 0,04 | 3 | 0,12 |

| | | | | |
|------------|---|----------------------|---------------------|-------------------------|
| F9 | Existen espacios para poder implementar actividades | 0,06 | 4 | 0,24 |
| F10 | Cuentan con un comedor comunitario | 0,06 | 4 | 0,24 |
| F11 | Variedad de flora y fauna | 0,03 | 3 | 0,09 |
| F12 | Recursos con potencial turística | 0,06 | 4 | 0,24 |
| NO. | DEBILIDADES | PESO RELATIVO | CALIFICACIÓN | TOTAL, PONDERADO |
| D1 | Poco acceso a fuentes de financiamiento | 0,03 | 2 | 0,06 |
| D2 | Poca capacidad financiera de los residentes | 0,04 | 2 | 0,08 |
| D3 | Falta de instituciones financieras en la comunidad | 0,04 | 1 | 0,04 |
| D4 | La menor parte de comuneros no cuenta con una remuneración fija | 0,06 | 1 | 0,06 |
| D5 | Bajo nivel de escolaridad | 0,04 | 2 | 0,08 |
| D6 | Falta de oportunidades de empleo | 0,06 | 1 | 0,06 |
| D7 | Carencia de transporte público | 0,06 | 1 | 0,06 |
| D8 | Escasa diversificación de la oferta turística | 0,03 | 2 | 0,06 |
| D9 | Baja afluencia de turistas nacionales y extranjeros | 0,04 | 1 | 0,04 |

| | | | | |
|--------------|--|----------|-----------|-------------|
| D10 | Falta de señalética turística para llegar al CTC | 0,03 | 2 | 0,06 |
| D11 | Falta de promoción turística | 0,06 | 1 | 0,06 |
| TOTAL | | 1 | 58 | 2,51 |

CALIFICACIÓN

1 si representa una Debilidad Importante.

2 si representa una Debilidad Menor.

3 si representa una Fortaleza Menor.

4 si representa una Fortaleza Importante.

Tabla 16

Matriz de evaluación externa

| MATRIZ EFE | | | | |
|-------------------|--|--------------------------|---------------------|-----------------------------|
| NO. | OPORTUNIDADES | PESO RELATIVO | CALIFICACIÓN | TOTAL, PONDERADO |
| O1 | Turismo como fuente de ingreso | 0,06 | 4 | 0,24 |
| O2 | Agricultura y ganadería como fuente principal de ingreso económico | 0,04 | 3 | 0,12 |
| O3 | Interés por parte de la comunidad para integrarse al turismo | 0,05 | 4 | 0,2 |
| O4 | Interés del turista por la interculturalidad | 0,04 | 3 | 0,12 |

| | | | | |
|------------|--|----------------------|---------------------|-------------------------|
| O5 | Reduce el índice de migración | 0,05 | 3 | 0,15 |
| O6 | Creación a nuevos empleos | 0,06 | 4 | 0,24 |
| O7 | Prestación adecuada de servicios turísticos | 0,05 | 4 | 0,2 |
| O8 | Fuerte impulso del turismo comunitario | 0,05 | 4 | 0,2 |
| O9 | El ingreso al CTC es totalmente gratis para turistas nacionales y extranjeros. | 0,04 | 3 | 0,12 |
| O10 | Reactivación del turismo post COVID 19 | 0,05 | 4 | 0,2 |
| NO. | AMENAZAS | PESO RELATIVO | CALIFICACIÓN | TOTAL, PONDERADO |
| A1 | Crisis económica ocasionada por el COVID 19 | 0,05 | 1 | 0,05 |
| A2 | Variación del precio de los productos agrícolas que les puede afectar | 0,04 | 2 | 0,08 |
| A3 | Alza de posibles impuestos a los miembros de la comunidad | 0,03 | 2 | 0,06 |
| A4 | Migración de la comunidad | 0,05 | 1 | 0,05 |
| A5 | Perdida de costumbre y tradiciones de futuras generaciones | 0,06 | 1 | 0,06 |
| A6 | Perdida del idioma | 0,03 | 2 | 0,06 |

| | | | | |
|--------------|---|----------|-----------|-------------|
| A7 | Aumento de la inseguridad ciudadana | 0,05 | 1 | 0,05 |
| A8 | Baja promoción de los operadores para pernotar en el CTC | 0,05 | 1 | 0,05 |
| A9 | Cambios climáticos | 0,04 | 2 | 0,08 |
| A10 | Crisis del COVID 19 | 0,05 | 1 | 0,05 |
| A11 | La Comunidad La Moya no es conocida a nivel nacional | 0,06 | 1 | 0,06 |
| TOTAL | | 1 | 51 | 2,44 |

CALIFICACIÓN

1 si representa una Amenaza Importante.

2 si representa una Amenaza Menor.

3 si representa una Oportunidad Menor.

4 si representa una Oportunidad Importante.

En base a los elementos del FODA, se diseñó la Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI), que ayudó a evaluar el entorno interno del centro de turismo comunitario La Moya, de esta manera se pudo determinar los puntos fuertes y débiles, obteniendo como resultado en las fortalezas y debilidades 1 en peso relativo, 58 de calificación y 2,08 de peso relativo. Asimismo, se elaboró la Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE), que fue usada para evaluar el entorno externo del centro comunitario La Moya, en base a las oportunidades y amenazas, en el cual se obtuvo 1 en peso relativo, 51 de calificación y 2,44 de peso relativo.

- c. Matrices de acción estratégica:** Partiendo de la matriz de acción estratégica, donde se analizó las fortalezas, oportunidad, debilidades y amenazas, que tiene el centro

de turismo comunitario La Moya en materia de turismo, realizando una comparación donde se analiza las áreas ofensivas, que ayudan a identificar las ventajas o fortalezas que posee la parroquia aprovechando las oportunidades (ver tabla 17). Por tanto, se identifica la defensa estratégica que combina debilidades y amenazas, donde se encuentra la dificultad para contrarrestar las amenazas (ver tabla 18). De igual manera se valora las áreas de respuesta estratégica que combina las fortalezas y amenazas buscando factores fuertes para trabajar en las amenazas (ver tabla 19), por último, se desarrolla una matriz de áreas de mejoramiento estratégico que incluye debilidades y oportunidades, buscando así los puntos débiles que deben eliminarse y ejercer las oportunidades (ver tabla 20).

Tabla 17*Matriz de acción FO*

| Ponderación | | | | | | | | | | | |
|--------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|--------------|
| Alta: 3 | O1 | O2 | O3 | O4 | O5 | O6 | O7 | O8 | O9 | O10 | TOTAL |
| Media: 2 | | | | | | | | | | | |
| Baja: 1 | | | | | | | | | | | |
| F1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 14 |
| F2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 3 | 3 | 1 | 3 | 24 |
| F3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 15 |
| F4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 25 |
| F5 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 15 |
| F6 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 25 |
| F7 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 18 |
| F8 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 14 |
| F9 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 16 |
| F10 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 13 |
| F11 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 14 |
| F12 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 21 |
| TOTAL | 24 | 19 | 21 | 19 | 23 | 21 | 27 | 22 | 15 | 23 | 214 |

Nota. La tabla representa matriz de acción FO.

Radio Balance Fuerza (RBF)= Valor de la matriz / NF*NC*Ponderación alta

$$\text{RBF(FO)} = 214 / (12 \cdot 10 \cdot 3)$$

$$\text{RBF(FO)} = 214 / 360$$

$$\text{RBF(FO)} = 0,5944 \cdot 100 = 59,44\%$$

De esta manera, la matriz de acción FO nos da a conocer las fortalezas y oportunidades, derivadas de la matriz de ponderación de impactos, en la cual se destacan cuatro fortalezas (F2, F4, F6 y F12) y cuatro oportunidades (O1, O5, O7 y O10), por lo tanto, al hacer uso de la fórmula del radio de balance se puede determinar un escenario propicio, de esta manera se podría generar un desarrollo del centro comunitario La Moya.

Tabla 18

Matriz de acción DA

| Ponderación | | | | | | | | | | | | |
|--------------|-----------|----|----|-----------|----|----|-----------|----|----|-----|-----------|-------|
| Alta: 3 | A1 | A2 | A3 | A4 | A5 | A6 | A7 | A8 | A9 | A10 | A11 | TOTAL |
| Media: 2 | | | | | | | | | | | | |
| Baja: 1 | | | | | | | | | | | | |
| D1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 17 |
| D2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 19 |
| D3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 12 |
| D4 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 16 |
| D5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 16 |
| D6 | 2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 16 |
| D7 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 13 |
| D8 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 15 |
| D9 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 18 |
| D10 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 12 |
| D11 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 15 |
| TOTAL | 18 | 13 | 15 | 22 | 14 | 13 | 18 | 15 | 11 | 12 | 18 | 169 |

Nota. La tabla representa matriz de acción DA.

Radio Balance Fuerza (RBF)= Valor de la matriz / NF*NC*Ponderación alta

$$\text{RBF(DA)}= 169/ (11*11*3)$$

$$\text{RBF(DA)}= 169/363$$

$$\text{RBF(DA)}= 0,4655*100 = 46,55\%$$

De esta manera, la matriz de acción DA nos da a conocer la debilidades y amenazas, originarias de la matriz de ponderación de impactos, en la cual se destacan tres debilidades (D1, D2 y D9) y cuatro amenazas (A1, A4, A7 y A11), por lo tanto, al hacer uso de la formula del radio de balance se puede determinar un escenario nocivo, de esta manera se podría generar un bajo desarrollo del centro comunitario La Moya.

Tabla 19

Matriz de acción FA

| Ponderación | | | | | | | | | | | | |
|--------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|------------|--------------|
| Alta: 3 | A1 | A2 | A3 | A4 | A5 | A6 | A7 | A8 | A9 | A10 | A11 | TOTAL |
| Media: 2 | | | | | | | | | | | | |
| Baja: 1 | | | | | | | | | | | | |
| F1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 14 |
| F2 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 14 |
| F3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 16 |
| F4 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 15 |
| F5 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 14 |
| F6 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 16 |
| F7 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 15 |
| F8 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 12 |
| F9 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 11 |
| F10 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 11 |
| F11 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 12 |
| F12 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 13 |
| TOTAL | 15 | 15 | 15 | 19 | 14 | 13 | 12 | 17 | 13 | 12 | 18 | 163 |

Nota. La tabla representa matriz de acción FA.

Radio Balance Fuerza (RBF)= Valor de la matriz / NF*NC*Ponderación alta

$$\text{RBF(FA)}= 163 (12*11*3)$$

$$\text{RBF(FA)}= 163/396$$

$$\text{RBF(FA)}= 0.4116*100= 41,16\%$$

La matriz de acción FA nos da a conocer la fortalezas y amenazas, originarias de la matriz de ponderación de impactos, en la cual se destacan cuatro fortalezas (F3, F4, F5 y F7) y tres amenazas (A4, A8 y A11), por lo tanto, al hacer uso de la formula del radio de balance se puede determinar que el centro comunitario La Moya se puede valer de sus fortalezas para de esta manera reducir sus amenazas.

Tabla 20

Matriz de acción DO

| Ponderación | | | | | | | | | | | |
|--------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|--------------|
| Alta: 3 | O1 | O2 | O3 | O4 | O5 | O6 | O7 | O8 | O9 | O10 | TOTAL |
| Media: 2 | | | | | | | | | | | |
| Baja: 1 | | | | | | | | | | | |
| D1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 11 |
| D2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 11 |
| D3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 10 |
| D4 | 1 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 14 |
| D5 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 12 |
| D6 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 16 |
| D7 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 10 |
| D8 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 11 |
| D9 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 14 |
| D10 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 11 |
| D11 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 11 |
| TOTAL | 16 | 15 | 16 | 12 | 13 | 11 | 11 | 13 | 11 | 13 | 131 |

Nota. La tabla representa matriz de acción DO.

Radio Balance Fuerza (RBF)= Valor de la matriz / ND*NC*Ponderación alta

$$\text{RBF(DO)}= 131 / (11*10*3)$$

$$\text{RBF(DO)}= 131 / 330$$

$$\text{RBF(DO)}= 0,3969*100= 39,69\%$$

La matriz de acción DO nos da a conocer la debilidades y oportunidades, originarias de la matriz de ponderación de impactos, en la cual se destacan tres debilidades (D4, D6 y D9) y tres oportunidades (O1, O2 y O3), por lo tanto, al hacer uso de la formula del radio de balance se puede determinar que el centro comunitario La Moya cuenta con un balance entre sus ejes.

En este sentido, se determinó que la matriz FO tiene un radio de balance de fuerza del 59,44% lo que significa que las oportunidades superan a las fortalezas en gran medida, seguido de la matriz DA con 46,55% señala que las debilidades son inferiores a las amenazas que se presentan, además, la matriz FA con el 41,16% representa que las fortalezas del centro comunitario La Moya son superiores a las amenazas, y finalmente en la matriz DO el resultado fue de 39,69%, es así que se pudo observar que existe un balance entre debilidades y oportunidades, por lo tanto, revela la importancia de desarrollar estrategias a corto o largo plazo para mejorar el desarrollo local en el centro de turismo comunitario La Moya. (ver tabla 21).

Tabla 21

Ratio de balance de fuerza

| RATIO DE BALANCE DE FUERZA | | |
|-----------------------------------|----------------------|-----------------|
| | OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| FORTALEZAS | FO | FA |
| | 59,44 | 41,16% |
| DEBILIDADES | DO | DA |
| | 39,69% | 46,55% |

Nota. La tabla representa el ratio de balance de fuerza. Elaborado propia, 2022.

Así mismo, al culminar el análisis del ratio de balance de fuerza, se procedió a comparar las diferentes correlaciones del FODA, lo que nos permite generar estrategias en pro del desarrollo del centro de turismo comunitario La Moya, en base a los resultados obtenidos en la siguiente tabla se citan las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relevantes.

Tabla 22

Fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relevantes

| FORTALEZAS RELEVANTES |
|---|
| F2: Población económicamente activa |
| F3: Apoyo económico de los turistas extranjeros a los comuneros |
| F4: Capacitación constante por parte del sector turístico en la comunidad |
| F5: Población involucrada al turismo |
| F6: Trabajan conjuntamente en equipo para beneficio de la comunidad |
| F7: Disponer de guías nativos |
| F12: Recursos con potencial turística |
| DEBILIDADES RELEVANTES |
| D1: Poco acceso a fuentes de financiamiento |
| D2: Poca capacidad financiera de los residentes |
| D4: La mayor parte de comuneros no cuenta con una remuneración fija |
| D6: Falta de oportunidades de empleo |
| D9: Baja afluencia de turistas nacionales y extranjeros |
| OPORTUNIDADES RELEVANTES |
| O1: Turismo como fuente de ingreso |
| O2: Agricultura y ganadería como fuente principal de ingreso económico |
| O3: Interés por parte de la comunidad para integrarse al turismo |

O5: Reduce el índice de migración

O7: Prestación adecuada de servicios turísticos

O10: Reactivación del turismo post COVID 19

AMENAZAS RELEVANTES

A1: Crisis económica ocasionada por el COVID 19

A4: Migración de la comunidad

A7: Aumento de la inseguridad ciudadana

A8: Baja promoción de los operadores para pernotar en el CTC

A11: La Comunidad La Moya no es conocida a nivel nacional

Nota. La tabla representa las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relevantes.

Elaborado propia, 2022.

Bajo esta línea de ideas, se procedió a determinar las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, tomando en cuenta la calificación de impactos y el porcentaje de la matriz de acción, por tanto, se procede a la elaboración de la matriz de síntesis estratégica.

- d. Matriz de síntesis estratégica:** La matriz de síntesis estratégica (ver tabla 23) es una herramienta que ayuda a identificar cuatro tipos principales de acciones. Las acciones estratégicas de FO se basan en el aprovechamiento interno de los aspectos económicos, aspectos sociales y culturales y los aspectos institucionales del CTC La Moya, con el fin de aprovechar las oportunidades externas. Las acciones estratégicas DO, permiten mejorar las debilidades internas aprovechando las oportunidades. Acciones estratégicas FA intenta reducir el impacto de las amenazas al medio ambiente utilizando sus fortalezas y, por último, las acciones estratégicas DA se utilizan para contrarrestar amenazas cuando el sector turístico parroquial no tiene las fortalezas requeridas y apunta a reducir las debilidades.

Tabla 23

Matriz de síntesis estratégica

| | | OPORTUNIDADES | | AMENAZAS | |
|-------------|---|--|---|------------|---|
| | O1 | Turismo como fuente de ingreso | | A1 | Crisis económica ocasionada por el COVID 19 |
| | O2 | Agricultura y ganadería como fuente principal de ingreso económico | | A4 | Migración de la comunidad |
| | O3 | Interés por parte de la comunidad para integrarse al turismo | | A7 | Aumento de la inseguridad ciudadana |
| | O5 | Reduce el índice de migración | | A8 | Baja promoción de los operadores para pernotar en el CTC |
| | O7 | Prestación adecuada de servicios turísticos | | | |
| | O10 | Reactivación del turismo post COVID 19 | | A11 | La Comunidad La Moya no es conocida a nivel nacional |
| FORTALEZAS | | FO | | FA | |
| F2 | Población económicamente activa | E1 | F2, F5, O1: Incentivar a la población a unirse al proyecto de turismo comunitario. | E10 | F3, A1: Crear alianzas estratégicas con diferentes entidades. |
| F3 | Apoyo económico de los turistas extranjeros a los comuneros | E2 | F6, O2: Crear actividades que le permitan a los pobladores tener otra fuente de ingreso económico. (Diseño de agroturismo) | | |
| F4 | Capacitación constante por parte del sector turístico en la comunidad | E3 | F7, O3, O5: Elaborar proyectos turísticos que involucren a la comunidad. | E11 | F4, F7, A4: Diseñar proyectos para la mejora del servicio turístico. |
| F5 | Población involucrada al turismo | | | | |
| F6 | Trabajan conjuntamente en equipo para beneficio de la comunidad | E4 | F4, F12, O7: Diseñar un plan de capacitación para la comunidad, enfocadas en el turismo. | E12 | F5, A7: Desarrollar un plan que garantice la seguridad de los turistas |
| F7 | Disponer de guías nativos | E5 | F3, O10: Diversificar las actividades turísticas que logren captar la atención de los turistas. | E13 | F6, A8, A11: Diseñar estrategias para la promoción del CTC |
| F12 | Recursos con potencial turística | | | | |
| DEBILIDADES | | DA | | DA | |
| D1 | Poco acceso a fuentes de financiamiento | E6 | D6, O1: Impulsar el desarrollo de actividades turísticas. | E14 | D6, A1: Gestionar la creación de nuevos paquetes turísticos. |
| D2 | Poca capacidad financiera de los residentes | E7 | D2, O2: Gestionar la integración de los comuneros a las actividades turísticas. | E15 | D1, A8: Implementar el uso de herramientas digitales para publicidad del CTC. |
| D4 | La mayor parte de comuneros no cuenta con una remuneración fija | E8 | D4, O3: Crear nuevas fuentes de empleo con la incorporación de guías nativos en las actividades turísticas. | E16 | D9, A11: Utilizar nuevas herramientas de marketing que permitan dar a conocer el CTC. |
| D6 | Falta de oportunidades de empleo | | | | |
| D9 | Baja afluencia de turistas nacionales y extranjeros | E9 | D9, O10: Diseñar nuevos productos turísticos innovadores dentro del CTC. | E17 | D2, A4: Gestionar actividades turísticas en las que se integren las personas de la comunidad |

Nota. La tabla representa la matriz de síntesis estratégica.

Proyección estratégica

Según Maldonado (2005) en esta sección se “define los resultados concretos esperados y programa las metas que quiere alcanzar en el período considerado, fijando indicadores cuantificados para monitorear periódicamente su desempeño” (p.18), dentro de este apartado se determina a detalle las metas de la comunidad, ejecutando los diferentes proyectos que se proponen, para el desarrollo se establece los siguientes pasos:

- a. **Planificación de proyectos:** Dentro de este apartado se elabora una tabla en la que se determinaran los diferentes proyectos de acuerdo a las tres dimensiones en las que se ha venido trabajando a lo largo de la investigación, mismas que son económica, social y turística, para posteriormente a cada uno de los objetivos estratégicos asignar un proyecto.

Tabla 24

Planificación de proyectos

| Dimensión | Objetivo estratégico | Proyectos |
|------------------|---|---|
| Económica | Crear actividades, que le permitan a los pobladores tener otra fuente de ingreso económico. | Proyecto de desarrollo comunitario |
| | Crear nuevas fuentes de empleo con la incorporación de guías nativos en las actividades turísticas. | Programa de capacitación para guías nativos |
| | Elaborar proyectos turísticos que involucren a la comunidad. | Proyecto de turismo comunitario innovador |
| | Impulsar el desarrollo de actividades turísticas. | Plan de desarrollo estratégico turístico |

| Dimensión | Objetivo estratégico | Proyectos |
|------------------|--|---|
| Social | Diseñar un cronograma con capacitaciones para la comunidad, enfocadas en el turismo. | Proyecto de capacitación en turismo comunitario |
| | Gestionar la integración de los comuneros a las actividades turísticas. | Plan de integración comunitaria |
| | Crear nuevas alianzas con diferentes entidades. | Establecer alianzas estratégicas con ONG´s. |
| | Desarrollar un plan que garantice la seguridad de los turistas | Plan de seguridad turística |
| | Gestionar actividades turísticas en las que se integren las personas de la comunidad | Programa de inclusión para la comunidad |
| Turística | Incentivar a la población para unirse al proyecto de turismo comunitario. | Programa de capacitación turística |
| | Desarrolla nuevas actividades que logren captar la atención de los turistas. | Proyecto de mejora continua en el producto turístico |
| | Diseñar nuevos productos turísticos innovadores dentro del CTC. | Proyecto de innovación turística |
| | Diseñar proyectos para la mejora del servicio turístico. | Proyecto de mejora de la calidad del servicio |
| | Diseñar estrategias para la promoción del CTC | Proyecto publicitario del CTC |
| | Gestionar la creación de nuevos paquetes turísticos. | Proyecto para la actualización de los paquetes turísticos |

| Dimensión | Objetivo estratégico | Proyectos |
|-----------|---|---|
| | Implementar el uso de herramientas digitales para publicidad del CTC. | Implementación de un sistema digital para la promoción turística del CTC. |
| | Crear herramientas de marketing que permitan dar a conocer el CTC. | Plan de marketing |

- b. Priorización de proyectos:** Una vez asignados los proyectos a cada uno de los objetivos estratégicos, se procede a determinar la prioridad de cada uno de los objetivos para esto como primera instancia se determina el peso de cada uno considerando que el total debe ser 100%, posteriormente se empieza a evaluar el impacto de los proyectos sobre los objetivos estratégicos, para eso se hace uso de una escala de 9 a 0, donde (9) es Fuerte, (6) es Moderado, (3) es Débil y (0) es Ninguno, seguidamente se multiplica el peso de cada objetivo por el valor de impacto para determinar la prioridad del proyecto y finalmente se procede a la priorización en base a los puntajes.

Tabla 25

Matriz de priorización de proyectos

| Centro de Turismo Comunitario "LA MOYA" | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|-------|------------------------------------|-----|---|-----|---|-----|--|-----|---|-----|---------------------------------|-----|---|-----|-----------------------------|-----|---|--|------------------------------------|--|--|--|----------------------------------|--|---|--|-------------------------------|--|---|--|---|--|-------------------|--|
| Dimensión | Objetivos estratégicos | Peso | Proyecto de desarrollo comunitario | | Programa de capacitación para guías nativos | | Proyecto de turismo comunitario innovador | | Plan de desarrollo estratégico turístico | | Proyecto de capacitación en turismo comunitario | | Plan de integración comunitaria | | Establecer alianzas estratégicas con ONG's. | | Plan de seguridad turística | | Programa de inclusión para la comunidad | | Programa de capacitación turística | | Proyecto de mejora continua en el producto turístico | | Proyecto de innovación turística | | Proyecto de mejora de la calidad del servicio | | Proyecto publicitario del CTC | | Proyecto para la actualización de los paquetes turísticos | | Implementación de un sistema digital para la promoción turística del CTC. | | Plan de marketing | |
| | | | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | P11 | P12 | P13 | P14 | P15 | P16 | P17 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Económica | Crear actividades, que le permitan a los pobladores tener otra fuente de ingreso económico. | 5,88% | 6 | 3 | 0 | 3 | 3 | 3 | 0 | 0 | 3 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Crear nuevas fuentes de empleo con la incorporación de guías nativos en las actividades turísticas. | 5,88% | 9 | 9 | 3 | 3 | 6 | 6 | 6 | 0 | 6 | 6 | 0 | 3 | 3 | 6 | 6 | 3 | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Elaborar proyectos turísticos que involucren a la comunidad. | 5,88% | 3 | 6 | 3 | 0 | 3 | 3 | 0 | 3 | 3 | 3 | 0 | 3 | 3 | 0 | 0 | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Impulsar el desarrollo de actividades turísticas. | 5,88% | 3 | 0 | 6 | 3 | 3 | 0 | 6 | 6 | 0 | 3 | 3 | 3 | 3 | 0 | 3 | 6 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Social | Diseñar un cronograma con capacitaciones para la comunidad, enfocadas en el turismo. | 5,88% | 6 | 3 | 0 | 0 | 9 | 0 | 3 | 0 | 0 | 6 | 3 | 6 | 6 | 0 | 3 | 0 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Gestionar la integración de los comuneros a las actividades turísticas. | 5,88% | 3 | 3 | 0 | 0 | 3 | 3 | 0 | 3 | 3 | 3 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Crear nuevas alianzas con diferentes entidades. | 5,88% | 3 | 0 | 3 | 6 | 0 | 0 | 9 | 6 | 3 | 0 | 3 | 3 | 3 | 0 | 0 | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Desarrollar un plan que garantice la seguridad de los turistas | 5,88% | 3 | 0 | 3 | 3 | 0 | 0 | 3 | 9 | 0 | 0 | 3 | 3 | 0 | 6 | 0 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Turística | Gestionar actividades turísticas en las que se integren las personas de la comunidad | 5,88% | 0 | 3 | 0 | 0 | 6 | 6 | 3 | 0 | 9 | 3 | 0 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Incentivar a la población para unirse al proyecto de turismo comunitario. | 5,88% | 3 | 3 | 0 | 0 | 0 | 3 | 3 | 0 | 3 | 9 | 0 | 3 | 0 | 0 | 0 | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Desarrolla nuevas actividades que logren captar la atención de los turistas. | 5,88% | 3 | 6 | 9 | 3 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 9 | 6 | 0 | 0 | 3 | 0 | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Diseñar nuevos productos turísticos innovadores dentro del CTC. | 5,88% | 6 | 3 | 9 | 3 | 6 | 0 | 3 | 0 | 0 | 3 | 6 | 9 | 0 | 3 | 0 | 6 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Diseñar proyectos para la mejora del servicio turístico. | 5,88% | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 3 | 0 | 6 | 0 | 6 | 3 | 6 | 6 | 0 | 3 | 0 | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Diseñar estrategias para la promoción del CTC | 5,88% | 3 | 0 | 3 | 6 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 0 | 3 | 3 | 0 | 0 | 3 | 6 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Gestionar la creación de nuevos paquetes turísticos. | 5,88% | 3 | 3 | 3 | 0 | 9 | 0 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 3 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Implementar el uso de herramientas digitales para publicidad del CTC. | 5,88% | 0 | 0 | 6 | 3 | 0 | 3 | 0 | 0 | 0 | 3 | 3 | 3 | 0 | 0 | 3 | 9 | 6 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Crear herramientas de marketing que permitan dar a conocer el CTC. | 5,88% | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 3 | 0 | 0 | 3 | 6 | 9 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Sumatoria | 100% | 3,5 | 2,5 | 3,2 | 1,9 | 3,4 | 1,8 | 2,1 | 2,1 | 1,9 | 3,4 | 1,9 | 3,5 | 1,8 | 1,2 | 2,3 | 1,6 | 3,2 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Priorización de proyectos | | | 1 | 4 | 3 | 7 | 2 | 8 | 6 | 6 | 7 | 2 | 7 | 1 | 8 | 10 | 5 | 9 | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Con respecto a, la elaboración de la matriz de priorización de proyectos en un inicio se consideró 17 proyectos para, que una vez desarrollada y analizada se toman en cuenta los 5 primeros niveles que corresponden a una sumatoria entre 3,5 y 2,3, como se representa en la siguiente tabla (ver tabla 26):

Tabla 26

Proyectos priorizados

| Prioridad | Proyecto |
|------------------|---|
| 1 | Proyecto de desarrollo comunitario |
| | Proyecto de innovación turística |
| 2 | Proyecto de capacitación en turismo comunitario |
| | Programa de capacitación turística |
| 3 | Proyecto de turismo comunitario innovador |
| | Plan de marketing |
| 4 | Programa de capacitación para guías nativos |
| 5 | Proyecto para la actualización de los paquetes turísticos |

c. Determinación de proyectos: En este apartado, se genera un detalle de la estructura de cada uno de los proyectos, con el fin generar una referencia de todos los aspectos relacionados con las actividades del centro de turismo comunitario La Moya, dentro de este apartado también se toman en cuenta las metas, es decir los diferentes aspectos del proyecto que pueden ayudar a que se ejecute o por el contrario se cancele, por ende, no es estaría dando cumplimiento a los objetivos planteados.

Tabla 27

Presupuesto Proyecto N°1

| PROYECTO N.º 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------------|--|---|----|----|----|----|----|----|---|----|----|----|----|--------------------------------|--|------------------------------------|-------------|
| 1.- INFORMACION GENERAL | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PERSPECTIVA: | | Económica | | | | | | | | | | | | | | | |
| PROYECTO | | Proyecto de desarrollo comunitario | | | | | | | | | | | | | | | |
| RESPONSABLE | | Administrador /a del centro del turismo comunitario La Moya | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2.- OBJETIVOS | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Objetivo estratégico | | Crear actividades que le permitan a los pobladores tener otra fuente de ingreso económico | | | | | | | | | | | | | | | |
| Objetivo Operativo | | Diseñar un plan de desarrollo turístico con el fin de incrementar el nivel de calidad de vida | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.- CURSOS DE ACCIÓN | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| a) Planificación del estudio | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ACTIVIDAD | | 2023 | | | | | | | | | | | | INDICADOR DE ÉXITO | % DE CLIENTES CLAVES | | |
| Desarrollo comunitario | | EN | FE | MA | AB | MA | JU | JU | A | SE | OC | NO | DI | METAS | RECURSOS | LIMITACIONES | PRESUPUESTO |
| | | E | B | R | R | Y | N | L | G | P | T | V | C | | | | |
| 1 | Socialización del proyecto con los actores locales | | | | | | | | | | | | | Aceptación del proyecto | Espacio físico, medios digitales y materiales necesarios | Rechazo del proyecto | 100,00 |
| 2 | Levantamiento de la línea base | | | | | | | | | | | | | Recopilación de la información | | Carencia de información | 1.500,00 |
| 3 | Diseño de las estrategias, programas y proyectos | | | | | | | | | | | | | Elaboración de la proyección | | Falta de coordinación | 2.000,00 |
| 4 | Revisión y validación del proyecto | | | | | | | | | | | | | Aprobación del proyecto | | Incorrecta estructura del proyecto | 150,00 |
| 5 | Presentación del proyecto a la comunidad para su ejecución | | | | | | | | | | | | | Apoyo de la comunidad | | Escaso apoyo de los participantes | 200,00 |
| Fecha de inicio | | ene-23 | | | | | | | | | | | | | | | |
| Fecha de Terminación | | sep-23 | | | | | | | | | | | | | | | |
| Unidad de medida: | | Porcentaje del avance del proyecto | | | | | | | | | | | | | | | |
| b) Seguimiento y Retroalimentación | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Verificación Parcial Inicial: | | ene-23 | | | | | | | | | | | | | | | |
| Verificación Parcial Final | | sep-23 | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4.- OBSERVACIONES | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Tabla 28

Presupuesto Proyecto N°12

| PROYECTO N.º 12 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|--|----|----|----|----|----|----|---|----|----|----|----|---------------------------|-----------------------------|---------------------|--------------------|-------------------------------|----------------------------------|-------------------------------|----------|
| 1.- INFORMACION GENERAL | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PERSPECTIVA: | Turística | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PROYECTO | Proyecto de innovación turística | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| RESPONSABLE | Administrador /a del centro del turismo comunitario La Moya | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2.- OBJETIVOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Objetivo estratégico | Diseñar nuevos productos turísticos innovadores dentro del CTC | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Objetivo Operativo | Crear proyectos de innovación turística | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.- CURSOS DE ACCIÓN | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| a) Planificación del estudio | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ACTIVIDAD | 2023 | | | | | | | | | | | | INDICADOR DE ÉXITO | % DE CLIENTES CLAVES | | | | | | |
| Innovación turística | EN | FE | MA | AB | MA | JU | JU | A | SE | OC | NO | DI | METAS | RECURSOS | LIMITACIONES | PRESUPUESTO | | | | |
| | E | B | R | R | Y | N | L | G | P | T | V | C | | | | | | | | |
| 1 | Análisis de los recursos existentes | | | | | | | | | | | | | | | | Obtención de información | Espacio físico, medios digitales | Carencia de datos | 1.000,00 |
| 2 | Segmentación de los atractivos turísticos | | | | | | | | | | | | | | | | Priorizar los atractivos | medios digitales | Escasez de atractivos | 600,00 |
| 3 | Ejecución de las actividades a desarrollar | | | | | | | | | | | | | | | | Innovar con éxito | y materiales necesarios | Deficiente planificación | 1.600,00 |
| 4 | Búsqueda de financiamiento | | | | | | | | | | | | | | | | Aprobación del financiamiento | | Rechazo del financiamiento | 450,00 |
| 5 | Presentación del proyecto | | | | | | | | | | | | | | | | Aceptación del proyecto | | Limitada acogida del proyecto | 150,00 |
| Fecha de inicio | ene-23 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Fecha de Terminación | ago-23 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Unidad de medida: | Porcentaje del avance del proyecto | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| b) Seguimiento y Retroalimentación | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Verificación Parcial Inicial: | ene-23 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Verificación Parcial Final | ago-23 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4.- OBSERVACIONES | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Tabla 29

Presupuesto Proyecto N°5

| PROYECTO N.º 5 | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--|----|----|----|----|----|----|---|----|----|----|----|-------------------------------|--|---------------------------------------|--------------------|
| 1.- INFORMACION GENERAL | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PERSPECTIVA: | Social | | | | | | | | | | | | | | | |
| PROYECTO | Proyecto de capacitación en turismo comunitario | | | | | | | | | | | | | | | |
| RESPONSABLE | Administrador /a del centro del turismo comunitario La Moya | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2.- OBJETIVOS | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Objetivo estratégico | Diseñar un cronograma con capacitaciones para la comunidad, enfocadas en el turismo. | | | | | | | | | | | | | | | |
| Objetivo Operativo | Elaborar capacitaciones en turismo comunitario | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.- CURSOS DE ACCIÓN | | | | | | | | | | | | | | | | |
| a) Planificación del estudio | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ACTIVIDAD | 2023 | | | | | | | | | | | | INDICADOR DE ÉXITO | % DE CLIENTES CLAVES | | |
| Capacitación en turismo comunitario | EN | FE | MA | AB | MA | JU | JU | A | SE | OC | NO | DI | METAS | RECURSOS | LIMITACIONES | PRESUPUESTO |
| | E | B | R | R | Y | N | L | G | P | T | V | C | | | | |
| 1 | Determinar la localidad | | | | | | | | | | | | Establecer un lugar adecuado | Espacio físico, medios digitales y materiales necesarios | Falta de instalaciones | 250,00 |
| 2 | Planificación de las actividades | | | | | | | | | | | | Desarrollo de la capacitación | | Deficiente organización | 600,00 |
| 3 | Generar un registro de participantes | | | | | | | | | | | | Control de asistencia | | Escaso apoyo | 200,00 |
| 4 | Desarrollo de la capacitación | | | | | | | | | | | | Impartir los conocimientos | | Falta de interés de los participantes | 1.000,00 |
| 5 | Ejecución de informes de finalización | | | | | | | | | | | | Conocer los resultados | | Pocas evidencias | 100,00 |
| Fecha de inicio | abr-23 | | | | | | | | | | | | | | | |
| Fecha de Terminación | ago-23 | | | | | | | | | | | | | | | |
| Unidad de medida: | Porcentaje del avance del proyecto | | | | | | | | | | | | | | | |
| b) Seguimiento y Retroalimentación | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Verificación Parcial Inicial: | abr-23 | | | | | | | | | | | | | | | |
| Verificación Parcial Final | ago-23 | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4.- OBSERVACIONES | | | | | | | | | | | | | | | | |

Tabla 30

Presupuesto Proyecto N°10

| PROYECTO N.º 10 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|--|----|----|----|----|----|----|---|----|----|----|---------------------------|------------------------------|--|---------------------------------------|--------------------|
| 1.- INFORMACION GENERAL | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PERSPECTIVA: | | Turístico | | | | | | | | | | | | | | | |
| PROYECTO | | Programa de capacitación turística | | | | | | | | | | | | | | | |
| RESPONSABLE | | Administrador /a del centro del turismo comunitario La Moya | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2.- OBJETIVOS | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Objetivo estratégico | | Incentivar a la población para unirse al proyecto de turismo comunitario | | | | | | | | | | | | | | | |
| Objetivo Operativo | | Diseñar un programa con el fin de promover el turismo comunitario | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.- CURSOS DE ACCIÓN | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| a) Planificación del estudio | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ACTIVIDAD | | 2023 | | | | | | | | | | | INDICADOR DE ÉXITO | % DE CLIENTES CLAVES | | | |
| | | EN | FE | MA | AB | MA | JU | JU | A | SE | OC | NO | DI | METAS | RECURSOS | LIMITACIONES | PRESUPUESTO |
| | | E | B | R | R | Y | N | L | G | P | T | V | C | | | | |
| 1 | Gestión y planificación de la capacitación | | | | | | | | | | | | | Ejecutar la capacitación | Espacio físico, medios digitales y materiales necesarios | Deficiente organización | 400,00 |
| 2 | Socialización de la información en la comunidad | | | | | | | | | | | | | Dar a conocer la información | | Escaso medios de difusión | 700,00 |
| 3 | Desarrollo de la capacitación | | | | | | | | | | | | | Impartir los conocimientos | | Bajo número de participantes | 1.000,00 |
| 4 | Recopilar información de las personas interesadas | | | | | | | | | | | | | Obtener una base de datos | | Falta de interés de los participantes | 200,00 |
| 5 | Ejecución de informes de finalización | | | | | | | | | | | | | Conocer los resultados | | Pocas evidencias | 150,00 |
| Fecha de inicio | | may-23 | | | | | | | | | | | | | | | |
| Fecha de Terminación | | sep-23 | | | | | | | | | | | | | | | |
| Unidad de medida: | | Porcentaje del avance del proyecto | | | | | | | | | | | | | | | |
| b) Seguimiento y Retroalimentación | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Verificación Parcial Inicial: | | may-23 | | | | | | | | | | | | | | | |
| Verificación Parcial Final | | sep-23 | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4.- OBSERVACIONES | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Tabla 31

Presupuesto Proyecto N°3

| PROYECTO N.º 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|----|----|----|----|----|----|---|----|----|----|----|-------------------------------|--|--------------------------------------|--------------------|--|--|
| 1.- | INFORMACION GENERAL | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PERSPECTIVA: | Económica | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PROYECTO | Proyecto de turismo comunitario innovador | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| RESPONSABLE | Administrador /a del centro del turismo comunitario La Moya | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2.- | OBJETIVOS | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Objetivo estratégico | Elaborar proyectos turísticos que involucren a la comunidad | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Objetivo Operativo | Diseño de un proyecto de turismo comunitario | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.- | CURSOS DE ACCIÓN | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| a) Planificación del estudio | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ACTIVIDAD | 2023 | | | | | | | | | | | | INDICADOR DE ÉXITO | % DE CLIENTES CLAVES | | | | |
| Turismo comunitario innovador | EN | FE | MA | AB | MA | JU | JU | A | SE | OC | NO | DI | METAS | RECURSOS | LIMITACIONES | PRESUPUESTO | | |
| 1 | E | B | R | R | Y | N | L | G | P | T | V | C | Obtener información válida | Espacio físico, medios digitales y materiales necesarios | Escasa información | 400,00 | | |
| 2 | | | | | | | | | | | | | Conocer el estado del turismo | | Pocas fuentes de información | 1.500,00 | | |
| 3 | | | | | | | | | | | | | Brindar nuevas experiencias | | Carencias de actividades innovadoras | 1.500,00 | | |
| 4 | | | | | | | | | | | | | Aceptación del proyecto | | Poca acogida del proyecto | 200,00 | | |
| Fecha de inicio | jun-23 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Fecha de Terminación | nov-23 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Unidad de medida: | Porcentaje del avance del proyecto | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| b) Seguimiento y Retroalimentación | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Verificación Parcial Inicial: | jun-23 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Verificación Parcial Final | nov-23 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4.- | OBSERVACIONES | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Tabla 32

Presupuesto Proyecto N°17

| PROYECTO N.º 17 | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|----|----|----|----|----|----|---|----|----|----|----|-------------------------------------|--|-----------------------------------|--------------------|
| 1.- | INFORMACION GENERAL | | | | | | | | | | | | | | | |
| PERSPECTIVA: | Turística | | | | | | | | | | | | | | | |
| PROYECTO | Plan de marketing | | | | | | | | | | | | | | | |
| RESPONSABLE | Administrador /a del centro del turismo comunitario La Moya | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2.- | OBJETIVOS | | | | | | | | | | | | | | | |
| Objetivo estratégico | Crear herramientas de marketing que permitan dar a conocer el CTC | | | | | | | | | | | | | | | |
| Objetivo Operativo | Diseñar un plan de marketing para el CTC | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.- | CURSOS DE ACCIÓN | | | | | | | | | | | | | | | |
| a) Planificación del estudio | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ACTIVIDAD | 2023 | | | | | | | | | | | | INDICADOR DE ÉXITO | % DE CLIENTES CLAVES | | |
| Plan de marketing | EN | FE | MA | AB | MA | JU | JU | A | SE | OC | NO | DI | METAS | RECURSOS | LIMITACIONES | PRESUPUESTO |
| 1 | | | | | | | | | | | | | Recopilación de la información | Espacio físico, medios digitales y materiales necesarios | Carencia de información | 1.500,00 |
| 2 | | | | | | | | | | | | | Conocer las fortalezas | | Falta de atractivos | 800,00 |
| 3 | | | | | | | | | | | | | Determinar los clientes potenciales | | Falta de interés en la demanda | 400,00 |
| 4 | | | | | | | | | | | | | Generar buena publicidad | | Escasos recursos para la difusión | 1.000,00 |
| 5 | | | | | | | | | | | | | Validación del plan | | Mala estructuración | 300,00 |
| Fecha de inicio | feb-23 | | | | | | | | | | | | | | | |
| Fecha de Terminación | sep-23 | | | | | | | | | | | | | | | |
| Unidad de medida: | Porcentaje del avance del proyecto | | | | | | | | | | | | | | | |
| b) Seguimiento y Retroalimentación | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Verificación Parcial Inicial: | feb-23 | | | | | | | | | | | | | | | |
| Verificación Parcial Final | sep-23 | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4.- | OBSERVACIONES | | | | | | | | | | | | | | | |

Tabla 33

Presupuesto Proyecto N°2

| PROYECTO N.º 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|----|----|----|----|----|----|---|----|----|----|----|-----------------------------------|--|-----------------------------|--------------------|--|--|
| 1.- | INFORMACION GENERAL | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PERSPECTIVA: | Económica | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PROYECTO | Programa de capacitación para guías nativos | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| RESPONSABLE | Administrador /a del centro del turismo comunitario La Moya | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2.- | OBJETIVOS | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Objetivo estratégico | Crear nuevas fuentes de empleo con la incorporación de guías nativos en las actividades turísticas. | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Objetivo Operativo | Elaborar un programa de capacitación para guías nativos | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.- | CURSOS DE ACCIÓN | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| a) Planificación del estudio | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ACTIVIDAD | 2023 | | | | | | | | | | | | | INDICADOR DE ÉXITO | % DE CLIENTES CLAVES | | | |
| Capacitación guías nativos | EN | FE | MA | AB | MA | JU | JU | A | SE | OC | NO | DI | METAS | RECURSOS | LIMITACIONES | PRESUPUESTO | | |
| 1 | E | B | R | R | Y | N | L | G | P | T | V | C | Ejecutar la capacitación | Espacio físico, medios digitales y materiales necesarios | Falta de instalaciones | 900,00 | | |
| 2 | | | | | | | | | | | | | Conocer la cantidad de asistentes | | Poco interés de los nativos | 250,00 | | |
| 3 | | | | | | | | | | | | | Impartir los conocimientos | | Escaso apoyo | 550,00 | | |
| 4 | | | | | | | | | | | | | Certificar a los guías | | Falta de participantes | 300,00 | | |
| Fecha de inicio | jun-23 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Fecha de Terminación | sep-23 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Unidad de medida: | Porcentaje del avance del proyecto | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| b) Seguimiento y Retroalimentación | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Verificación Parcial Inicial: | jun-23 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Verificación Parcial Final | sep-23 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4.- | OBSERVACIONES | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Tabla 34

Presupuesto Proyecto N°15

| PROYECTO N.º 15 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|--|---|----|----|----|----|----|----|---|----|----|----|----|---------------------------------|--|-----------------------------|---------------------|--------------------|
| 1.- INFORMACION GENERAL | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PERSPECTIVA: | | Turística | | | | | | | | | | | | | | | | |
| PROYECTO | | Proyecto para la actualización de los paquetes turísticos | | | | | | | | | | | | | | | | |
| RESPONSABLE | | Administrador /a del centro del turismo comunitario La Moya | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2.- OBJETIVOS | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Objetivo estratégico | | Gestionar la creación de nuevos paquetes turísticos | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Objetivo Operativo | | Diseñar un proyecto con nuevos productos turísticos | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3.- CURSOS DE ACCIÓN | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| a) Planificación del estudio | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ACTIVIDAD | | 2023 | | | | | | | | | | | | INDICADOR DE ÉXITO | | % DE CLIENTES CLAVES | | |
| | | EN | FE | MA | AB | MA | JU | JU | A | SE | OC | NO | DI | METAS | | RECURSOS | LIMITACIONES | PRESUPUESTO |
| Actualización de los paquetes turísticos | | E | B | R | R | R | N | L | G | P | T | V | C | | | | | |
| 1 | Información de los paquetes existentes | | | | | | | | | | | | | Conocer los paquetes existentes | Espacio físico, medios digitales y materiales necesarios | Poca publicidad | 250,00 | |
| 2 | Clasificación de productos activos e inactivos | | | | | | | | | | | | | Información válida | | Carente información | 600,00 | |
| 3 | Filtración de los productos activos | | | | | | | | | | | | | Segmentación de los paquetes | | Producto con similitudes | 400,00 | |
| 4 | Propuestas de nuevos paquetes turísticos | | | | | | | | | | | | | Actualizar el mercado | | Ideas poco innovadoras | 800,00 | |
| 5 | Presentación del plan | | | | | | | | | | | | | Aceptación del plan | | Rechazo del plan | 150,00 | |
| Fecha de inicio | | jun-23 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Fecha de Terminación | | dic-23 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Unidad de medida: | | Porcentaje del avance del proyecto | | | | | | | | | | | | | | | | |
| b) Seguimiento y Retroalimentación | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Verificación Parcial Inicial: | | jun-23 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Verificación Parcial Final | | dic-23 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4.- OBSERVACIONES | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Conclusiones

- En definitiva, dentro de la presente investigación, se logró conseguir la información necesaria para poder cumplir los objetivos que fueron planteados en un inicio, se hizo uso de varias fuentes bibliográficas y a la vez se utilizó herramientas de recolección de datos tales como la entrevista, encuesta y ficha de observación que permitió sintetizar la información para una mejor comprensión y posterior análisis.
- El centro de turismo comunitario La Moya, situado en la provincia de Tungurahua es un proyecto que se ha venido trabajando en conjunto, partió de la idea de conservar los bienes patrimoniales con los que cuenta, convirtiéndose así en una comunidad con actitud positiva frente al desarrollo de actividades turísticas, dando paso al desarrollo de proyectos comunitarios en pro de la reactivación.
- La información que se obtuvo a lo largo de la investigación, permitió determinar proyectos que están enfocados en fortalecer las debilidades que se pudieron establecer en las dimensiones económicas, sociales y turísticas, dichos proyectos buscan generar un impacto positivo en la comunidad incrementando el número de turistas que ingresan y por consiguiente un desarrollo económico de la comunidad, teniendo de esta manera un crecimiento en conjunto.

Recomendaciones

- Se recomienda generar más fuentes de información para quienes investigan o quieren visitar el lugar, ya que el acceso a la misma es muy complejo y no existe mayor información del centro de turismo comunitario, así mismo hacer uso de las diferentes paginas oficiales del Municipio y Prefectura de Riobamba para lograr un mayor alcance, con el fin de poder incrementar el número de turistas tanto nacionales como internacionales que visitan el CTC.
- Es necesario que el centro de turismo comunitario gestione con las autoridades pertinentes para mejorar las vías de acceso, de la misma manera invertir en la señalética que se encuentra a la llegada y dentro del CTC, por otra parte, la implementación de un punto de información permanente y las constantes capacitaciones para de esta manera poder seguir brindando un servicio de calidad.
- Gestionar el apoyo por parte de las autoridades para la ejecución de los diferentes proyectos que se generan dentro de la comunidad, a través de la iniciativa de diversificarse e ingresar a nuevos mercados regionales y de esta manera atraer nuevas inversiones que están directamente ligadas con el desarrollo de actividades turísticas, y así elevar los estándares de prestación de servicios, de la misma manera, en pro de ofrecer un turismo sostenible, solidario y de calidad para los habitantes y una alternativa divertida y nueva para los visitantes.

Bibliografía

- Aguilera , A. (2010). *Direccionamiento estratégico y crecimiento empresarial: algunas reflexiones en torno a su relación*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n28/n28a05.pdf>
- Arias , J., Villasís , M., & Miranda , M. (2016). *El protocolo de investigación III: la población de estudio*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Arispe, C., Yangali, J., Guerrero , M., Lozada, O., Acuña, L., & Arellano , C. (2020). *La Investigación Científica* . Obtenido de Una aproximación para los estudios de posgrado : <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4310/1/LA%20INVESTIGACI%C3%93N%20CIENT%C3%8DFICA.pdf>
- Báez, R. (2017). *Foro 1: Ananálisis Situacional*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/strategicplanhealthservorg/viii-foros-de-discucion/foro-2>
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación*. Obtenido de Administración, economía, humanidades y ciencias sociales: https://www.academia.edu/44228601/Metodologia_De_La_Investigaci%C3%B3n_Bernal_4ta_edicion
- Bravo , O., & Zambrano , P. (2017). *Turismo comunitario desde la perspectiva del desarrollo local: un desafío para la Comuna 23 de Noviembre, Ecuador*. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p28.pdf>
- Cabanilla , E., & Garrido , C. (2018). *El Turismo Comunitario en el Ecuador*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/19413/1/EI%20turismo%20comunitario%20en%20el%20Ecuador.pdf>

- Cabanilla , E., & Garrido , C. (2018). *El Turismo Comunitario en el Ecuador*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/19413/1/El%20turismo%20comunitario%20en%20el%20Ecuador.pdf>
- Cabanilla, E. (2018). *Turismo comunitario en América Latina, un concepto en construcción*. Obtenido de Turismo comunitario en América Latina, un concepto en construcción: <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/SIEMBRA/article/view/1433/4051>
- Candelejo, S. (2020). *TURISMO COMUNITARIO SOSTENIBLE, APROVECHANDO LOS RECURSOS NATURALES DEL TERRITORIO DENTRO DE LA PARROQUIA DE ZUMBAHUA, 2020*. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/5997/1/MUTC-000646.pdf>
- Capuz, D. (2016). *EL TURISMO COMUNITARIO COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO SOCIO-ECONÓMICO EN LA PARROQUIA QUINCHICOTO, CANTÓN TISALEO, PROVINCIA TUNGURAHUA*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/24795/1/Capuz%20Llerena%20D anny%20Paul..pdf>
- Carballo, R. (2014). *Experiencia Turística Imagen, Seguridad y Centros Culturales*. Obtenido de https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/13007/4/0707857_00000_0000.pdf
- Carrillo , S., & Zequeira , M. (2007). *La comercialización sostenible en el refugio de fauna Río Máximo de Camagüey*. Obtenido de La comercialización sostenible en el refugio de fauna Río Máximo de Camagüey: <https://www.redalyc.org/pdf/4561/456145111009.pdf>
- Chinchuña , K., & Quinaluisa , E. (2019). *Análisis del turismo comunitario en la zona tres del Ecuador y su incidencia en el desarrollo local* . Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/22841/T-ESPEL-ITH-0134.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Díaz , L. (2011). *La Obseración*. Obtenido de

http://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La_observacion_Lidia_Diaz_Sanjuan_Texto_Apoyo_Didactico_Metodo_Clinico_3_Sem.pdf

ESPE. (2008). *Curso Taller de Grado*. Obtenido de

<https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1154/2/T-ESPE-021513-2.pdf>

Figueredo , A., León , R., & Martínez , M. (2019). *Procedimiento para el procesamiento de información científica en la DPI de la carrera Ingeniería Forestal*. Obtenido de

<http://www.scielo.org.pe/pdf/biblios/n75/a05n75.pdf>

Fundación CODESPA. (2015). *Tres componentes clave para desarrollar un programa de turismo rural comunitario con éxito*. Obtenido de Tres componentes clave para desarrollar un programa de turismo rural comunitario con éxito:

<https://www.codespa.org/blog/2015/07/31/tres-claves-desarrollo-programa-de-turismo-rural-comunitario-exito/>

GAD Municipal de Riobamba. (s.f.). *Municipio impulsa turismo comunitario en "LA MOYA"*.

Obtenido de <http://www.gadmriobamba.gob.ec/index.php/noticias/boletines-de-prensa/816-municipio-impulsa-turismo-comunitario-en-la-moya>

Gallardo , Y., & Moreno, A. (1999). *Módulo 3*. Obtenido de Recolección de la Información :

<https://www.unilibrebaq.edu.co/unilibrebaq/images/CEUL/mod3recoleccioninform.pdf>

Garcés, Y., Sarmiento, Y., & Paneca, Y. (2018). *LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA: SU MEDICIÓN Y FACTORES DETERMINANTES*. Obtenido de LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA: SU MEDICIÓN Y FACTORES DETERMINANTES:

[https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/06/competitividad-turistica.html#:~:text=Mientras%20que%20para%20Hong%20\(2009,considerados%20importantes%20por%20los%20turistas.](https://www.eumed.net/rev/caribe/2018/06/competitividad-turistica.html#:~:text=Mientras%20que%20para%20Hong%20(2009,considerados%20importantes%20por%20los%20turistas.)

- García , T., & Cano , M. (s.f.). *EL FODA: UNA TÉCNICA PARA EL ANÁLISIS DE PROBLEMAS EN EL CONTEXTO DE LA PLANEACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES*. Obtenido de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2013/01/foda1999-2000.pdf>
- García, N., & Doumet, N. (2017). *El producto turístico comunitario como estrategia para diversificar las economías locales del cantón Bolívar, provincia de Manabí, Ecuador*. Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/riat/v13n1/0718-235X-riat-13-01-00105.pdf>
- Gobierno de la República de México. (2016). *GUÍA TÉCNICA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO SITUACIONAL*. México. Obtenido de https://www.academia.edu/35103900/Gu%C3%ADa_T%C3%A9cnica_para_elaboraci%C3%B3n_del_Diagn%C3%B3stico_Situacional_V
- Hanel , d., & Martha, H. (2004). *Análisis Situacional*. México D.F, México: UAM-Azcapotzalco. Obtenido de http://zaloamati.azc.uam.mx/bitstream/handle/11191/392/analisis_situacional_modulo2.pdf
- Hanel , J. (2005). *ANÁLISIS SITUACIONAL*. Obtenido de Módulo III: <http://zaloamati.azc.uam.mx/handle/11191/431>
- Hernández , R. (2014). *Metodología de la investigación*. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hernández, J., Pasaco , B., & Campón , A. (2019). *El turismo comunitario desde el enfoque experiencial: Una forma de participación del turista con las comunidades locales*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7429708.pdf>
- Huilcapi, S., & Gallegos , D. (2020). *Importancia del diagnóstico situacional de la empresa*. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n40/a20v41n40p02.pdf>

- IICA. (2018). *Manual 5: el mercado y la comercialización*. Obtenido de <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7088/BVE18040224e.pdf>
- Loor , L., Plaza , N., & Medina , Z. (2020). *Turismo comunitario en Ecuador: Apuntes en tiempos de pandemia*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/280/28065533022/28065533022.pdf>
- Madrigal, A. (2019). *Economía360*. Obtenido de <https://www.economia360.org/analisis-situacional/>
- Maldonado , C. (2005). *Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario* . Obtenido de http://oit.org/wcmssp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_117525.pdf
- Mincetur. (2014). *Manual para la planificación de productos turísticos* . Obtenido de <https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Planificacion-ProductosTuristicos-2014.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2022). *Visualizador de información turística del Ecuador*. Obtenido de Visualizador de información turística del Ecuador: <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/LlegadasInternacionales/LLEGADAS-INTERNACIONALES-OCTUBRE-2021.pdf>
- Montenegro, M. (2017). *ANÁLISIS COMPARATIVO DEL NIVEL DE ACEPTACIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO EN EL CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA, ECUADOR*. Obtenido de <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/7367/1/TUAEXCOMETH014-2017.pdf>

- Nasimba, C., & Cejas, M. (07 de julio de 2015). *DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS Y SUS FACILIDADES*. Obtenido de https://www.unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2017/08/2015-dic_NASIMBA-Y-CEJAS-DISE%C3%91O-DE-PRODUCTOS-TUR%C3%8DSTICOS-Y-SUS-FACILIDADES.pdf
- Orgaz, F. (2013). *El Turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/181/18128245006.pdf>
- Palomino, B., Gasca, J., & López Gustavo. (2015). *El turismo comunitario en la Sierra Norte de Oaxaca: perspectiva desde las instituciones y la gobernanza en territorios indígenas*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1934/193443689001.pdf>
- Palomino, B., Gasca, J., & López, G. (2016). *El turismo comunitario en la Sierra Norte de Oaxaca: perspectiva desde las instituciones y la gobernanza en territorios indígenas*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5761432.pdf>
- Ponce, H. (2007). *La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf>
- Quevedo, J., Pinzón, L., Vásquez, L., & Quevedo, M. (2020). *Impacto del covid -19 en el emprendimiento del sector turístico en el Ecuador*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7562481.pdf>
- Red Turismo Comunitario de América Latina. (2007). *Portal de las culturas vivas de América Latina*. Obtenido de <http://www.redturs.org/nuevaes/index.php>.
- Rojas, M. (2020). *Análisis del impacto socioeconómico que genera la ruta del hielo I de la empresa Ferrocarriles del Ecuador en la comunidad indígena la Moya*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/15279/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-587.pdf>

- Romero, M. (2015). *ANÁLISIS DE LA CONTRIBUCIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO AL MANTENIMIENTO DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN LA PROVINCIA DEL CAÑAR*. Obtenido de <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/23548/1/ENSAYO%20.pdf>
- Ruiz , E., & Solis , D. (2013). *TURISMO COMUNITARIO EN ECUADOR* . Obtenido de <https://animacionsociocultural2013.files.wordpress.com/2013/05/turismo-comunitario-en-ecuador.pdf>
- Salgado, J. (2007). *ANÁLISIS SITUACIONAL*. Obtenido de <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/2301/4/T-ESPE-014520-2.pdf>
- Samaniego , A. (2019). *Producto Turístico y Viabilidad Técnica, Administrativa y Comercial en la Comunidad La Moya, parroquia Calpi, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo*. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/6212/1/PRODUCTO%20TUR%3%8DSTICO%20Y%20VIABILIDAD%20T%3%89CNICA%2C%20ADMINISTRATIVA%20Y%20COMERCIAL%20EN%20LA%20COMUNIDAD%20LA%20MOYA%2C%20PARR.pdf>
- Santana, C., & Atiencia, M. (2014). *TURISMO COMUNITARIO*. Obtenido de REFLEXIONES: <https://biblio.ecotec.edu.ec/revista/edicionespecial/TURISMO%20COMUNITARIO.pdf>
- Tierra , P., Ocaña , W., & Saquicela , E. (2018). *TURISMO COMUNITARIO EN AMÉRICA LATINA*. Obtenido de https://www.academia.edu/38078214/Turismo_Comunitario_en_Am%C3%A9rica_Latina
- Travé, R. (2021). *EL TURISMO COMUNITARIO: UN ACERCAMIENTO A LA REALIDAD DE COLOMBIA Y PERÚ*. Obtenido de

https://www.ostealea.com/sites/default/files/2020-05/Informe_turismo%20comunitario.pdf

Ullauri, N., Arévalo, C., & Romero, L. (2018). *Análisis situacional del turismo comunitario en la provincia del Azuay*. Obtenido de <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/SIEMBRA/article/view/1435/1378>

Universidad Autónoma del Estado de México. (2016). *El turismo comunitario en la Sierra Norte de Oaxaca: perspectiva desde las instituciones y la gobernanza en territorios indígenas*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1934/193443689001.pdf>

Universidad del Azuay. (2015). *El Turismo Comunitario en el Ecuador: Una revisión de la literatura*. Obtenido de *El Turismo Comunitario en el Ecuador: Una revisión de la literatura*: <file:///D:/Descargas/Dialnet-EITurismoComunitarioEnEIEcuador-5309454.pdf>

Unkuch, S., & Rodrigues, C. (2017). *Gobernanza e instrumentos de política: un análisis de la política de turismo comunitario del Ecuador*. Obtenido de <https://revistas.flacsoandes.edu.ec/mundosplurales/article/view/3073/2423>

Vargas, C., Yáñez, S., Hernández, H., Méndez, J., Valdiviezo, W., & Tafur, V. (2017). *La situación del turismo comunitario en Ecuador*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6255079#:~:text=El%20estudio%20evidencia%20los%20aportes,social%20%E2%80%93%20comunitaria%20a%20partir%20de>

Vargas, A. (2018). *Análisis del impacto económico del Turismo Comunitario en la Provincia Tungurahua*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/27244/1/444%20o.e..pdf>

Anexos