



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

---

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN  
TURÍSTICA Y HOTELERA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN  
DEL TÍTULO DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN  
TURÍSTICA Y HOTELERA**

**TEMA: PROGRAMA DE VINCULACIÓN DE LA CARRERA DE  
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA DE  
LA UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE  
EXTENSIÓN LATACUNGA, DIRIGIDO AL SECTOR TURÍSTICO DE  
LAS PARROQUIAS RURALES MULALÓ Y ONCE DE NOVIEMBRE  
DEL CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI.**

**AUTORA: JENYFFER PHOLETT VILLACÍS SOLÍS**

**DIRECTORA: ING. YILENA MONTERO REYES**

**LATACUNGA**

**2016**



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN  
TURÍSTICA Y HOTELERA**

**CERTIFICACIÓN**

Certifico que el trabajo de titulación, “PROGRAMA DE VINCULACIÓN DE LA CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA DE LA UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE EXTENSIÓN LATACUNGA, DIRIGIDO AL SECTOR TURÍSTICO DE LAS PARROQUIAS RURALES MULALO Y ONCE DE NOVIEMBRE DEL CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI”, realizado por la señorita **JENYFFER PHOLETT VILLACÍS SOLÍS**, ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar al señorita **JENYFFER PHOLETT VILLACÍS SOLÍS** para que lo sustente públicamente.

Latacunga, Agosto del 2016

**Ing. Yilena Montero Reyes**

**DIRECTORA**



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

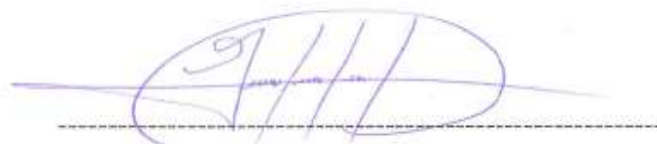
**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN  
TURÍSTICA Y HOTELERA**

**AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **JENYFFER PHOLETT VILLACÍS SOLÍS**, con cédula de identidad N° 050359686-8, declaro que este trabajo de titulación **“PROGRAMA DE VINCULACIÓN DE LA CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA DE LA UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE EXTENSIÓN LATACUNGA, DIRIGIDO AL SECTOR TURÍSTICO DE LAS PARROQUIAS RURALES MULALO Y ONCE DE NOVIEMBRE DEL CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI”**, ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaro que este trabajo es de mi autoría, en virtud de ello me declaro responsable del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Latacunga, Agosto del 2016



**JENYFFER PHOLETT VILLACÍS SOLÍS**

C.C: 050359686-8



**DEPARTAMENTO DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN  
TURÍSTICA Y HOTELERA**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, JENYFFER PHOLETT VILLACÍS SOLÍS, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca Virtual de la institución el presente trabajo de titulación **“PROGRAMA DE VINCULACIÓN DE LA CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA DE LA UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE EXTENSIÓN LATACUNGA, DIRIGIDO AL SECTOR TURÍSTICO DE LAS PARROQUIAS RURALES MULALO Y ONCE DE NOVIEMBRE DEL CANTÓN LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi autoría y responsabilidad.

Latacunga, Agosto del 2016

JENYFFER PHOLETT VILLACÍS SOLÍS

C.C: 050359686-8

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mis amados padres Marcelo Villacís y Yolanda Solís por ser el pilar más importante en mi vida, quienes con su ejemplo de honestidad, responsabilidad, constancia, perseverancia y el deseo infinito de aprendizaje continuo han sembrado en mí el deseo de alcanzar las metas que me he propuesto en la vida.

A mi querida hermana Katheryne Villacís por ser mi principal fuente de motivación, por sus consejos y su cariño.

A mi familia en general, porque me han brindado su apoyo incondicional y por compartir conmigo buenos y malos momentos.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco principalmente a mis padres Marcelo y Yolanda que han sido mi apoyo fundamental, agradezco el infinito apoyo brindado por parte de mi madre, que sin duda alguna en el trayecto de mi vida me ha demostrado su amor, corrigiendo mis faltas y celebrando mis triunfos.

A mi hermana, que con sus consejos me ha ayudado a afrontar los retos que se me han presentado a lo largo de mi vida. A mi padre, que siempre está presente y sé que está orgulloso de la persona en la cual me he convertido.

A la ingeniera Yilena Montero Reyes por toda la colaboración brindada durante la elaboración de este proyecto, porque cada una con sus valiosas aportaciones hicieron posible que hoy finalice y a la vez empiece esta importante etapa en mi vida profesional y por la gran calidad humana que ha demostrado porque más que mi tutora se ha convertido en una amiga y consejera, pilar fundamental de este proceso a quien hoy agradezco infinitamente.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

CARÁTULA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD.....	iii
AUTORIZACIÓN.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xvi
RESUMEN.....	xx
SUMMARY.....	xxi

### CAPÍTULO I

<b>1. GENERALIDADES.....</b>	<b>1</b>
1.1. Planteamiento del problema .....	1
1.1.1. Planteamiento del problema macro.....	1
1.2. Formulación del problema .....	6
1.3. Antecedentes .....	6
1.4. Justificación e importancia.....	8
1.5. Objetivos .....	10
1.5.1. Objetivo general.....	10
1.5.2. Objetivos específicos .....	11
1.6. Hipotesis.....	11
1.7. Variables de la investigación.....	12
1.7.1. Variable Independiente .....	12
1.7.2. Variable Dependiente .....	12

## CAPÍTULO II

<b>2.</b>	<b>MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>13</b>
2.1.	Fundamentación Filosófica .....	13
2.2.	Fundamentación Legal .....	14
2.2.1.	Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017.....	14
2.2.2.	Matriz Productiva.....	14
2.2.3.	Sectores estratégicos .....	15
2.2.4.	Plan de Tur 2020 .....	15
2.2.6.	Ley orgánica de Educación Superior 2010 .....	16
2.2.7.	Reglamento General a la Ley Orgánica de Educación Superior 2011.....	17
2.2.8.	Reglamento de Régimen Académico, diciembre 2014.....	18
2.2.9.	Reglamento Interno de Régimen Académico .....	20
2.2.10.	Plan estratégico Institucional UFA- ESPE 2014 - 2017.....	26
2.3.	Categorías Fundamentales.....	28
2.3.1.	Programa de vinculación.....	28
2.3.2.	Plan.....	28
2.3.3.	Programa.....	28
2.3.4.	Tipos de Programas.....	29
2.3.5.	Proyecto .....	30
2.3.6.	Vinculación .....	31
2.3.7.	Parroquia rurales.....	32
2.3.8.	Comunidad .....	33
2.3.9.	Desarrollo comunitario .....	35
2.3.10.	Turismo .....	36
2.3.11.	Turismo rural .....	38
2.3.12.	Turismo rural comunitario.....	40
2.3.13.	Tipos de Turismo.....	41



### CAPÍTULO III

<b>3.</b>	<b>DIAGNOSTICO ESTRATEGICO.....</b>	<b>47</b>
3.1.	Estudios y Evaluaciones .....	47
3.1.1.	Resumen del Inventario y clasificación de atractivos turísticos. ....	48
3.1.1.	Resumen de Atractivos Turísticos - Parroquia Mulaló. ....	48
3.1.1.	Atractivos Turísticos - Parroquia Once de Noviembre.....	51
3.2.	Análisis y sistematización de resultados .....	77
3.2.1.	Encuesta aplicada al Sector Empresarial de Mulaló .....	77
3.2.1.	Análisis final - Sector Empresarial Mulaló.....	104
3.2.2.	Encuesta aplicada a Dirigentes Barriales Mulaló .....	112
3.2.2.	Análisis final- Dirigentes parroquia Mulaló.....	152
3.2.3.	Encuesta aplicada a Dirigentes Barriales .....	164
3.2.3.	Análisis final - Dirigentes parroquia rural Once de Noviembre .....	204
3.2.4.	Análisis Parroquial Comparativo.....	215
3.2.5.	Interpretación y análisis de la muestra de turistas Extranjeros .....	227
3.2.5.1.	Análisis final - Turistas Extranjeros.....	255
3.2.6.	Análisis final - Entidades de Turismo .....	264
3.3.	Análisis y síntesis.....	269
3.3.1.	Análisis FODA .....	269
3.3.1.1.	FODA Turístico de la parroquia rural Mulaló .....	374
3.3.1.2.	FODA Turístico de la parroquia rural Once de Noviembre .....	377

### CAPÍTULO IV

<b>4.</b>	<b>FUNDAMENTACIÓN METODOLÓGICA .....</b>	<b>429</b>
4.1.	Modalidad de la Investigación .....	429
4.2.	Nivel o tipo de Investigación.....	431
4.3.	Fuentes y Técnicas de recolección de datos.....	432
4.5.	Instrumento (s).....	433

4.6.	Técnicas de análisis de datos .....	433
4.7.	Población y Muestra .....	434
4.7.1.	Población Dirigentes Barriales .....	434
4.7.2.	Población turistas extranjeros .....	434
4.7.2.1.	Muestra turistas extranjeros .....	435
a)	Fórmula para determinar la muestra .....	436
4.8.	Tipo de muestreo .....	438
4.9.	Resultados de la Investigación .....	438

## **CAPÍTULO V**

<b>5.</b>	<b>PROPUESTA .....</b>	<b>439</b>
5.1.	Denominación o título del programa .....	441
5.2.	Programa .....	445
5.3.	Pertinencia de las de las ies – vinculación.....	448
5.4.	Transversabilidad de la vinculación .....	454
5.5.	Turismo rural .....	445
5.6.	Turismo rural comunitario.....	446
5.7.	Desarrollo comunitario.....	447
5.8.	Síntesis del programa de vinculación .....	441
5.9.	Presentación programa de vinculación “codetur” .....	443
5.10.	Visión.....	455
5.11.	Misión .....	455
5.12.	Objetivo general del programa de vinculación “codetur” .....	455
5.12.1	Objetivos específicos del programa de vinculación “codetur” .....	456
5.13.	Líneas estratégicas .....	457
5.14.	Beneficiarios del programa .....	460

5.15. Descripción de la situación actual del área de intervención .....	448
5.16. Identificación y diagnóstico del problema .....	452
5.17. Impactos esperados del programa.....	459
5.18. Formulación de programas y proyectos .....	459
5.19. Indicadores de evaluación.....	506
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>513</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>517</b>

ANEXO A: ENCUESTA DIRIGENTES BARRIALES DE MULALÓ

ANEXO B: ENCUESTA DIRIGENTES BARRIALES ONCE DE NOVIEMBRE

ANEXO C: ENCUESTA APLICADA A TURÍSTAS EXTRANJEROS

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Interacción de actores locales .....	56
Figura 2 Ubicación geográfica de la parroquia Mulaló .....	58
Figura 3. Mapa División parroquial Mulaló .....	59
Figura 4. Mapa de identificación de Florícolas .....	64
Figura 5: Genero .....	77
Figura 6: Edad .....	78
Figura 7: Estado Civil .....	79
Figura 8: Sector o barrio donde vive .....	80
Figura 9: Número de integrantes por familia .....	81
Figura 10: Nivel de estudios .....	82
Figura 11: Actividad Productiva .....	83
Figura 12: Sector de la actividad productiva .....	84
Figura 13: Aceptación de emprendimientos turísticos .....	85
Figura 14: Percepción del turismo para el Sector Empresarial .....	86
Figura 16: Acceso a préstamos bancarios .....	88
Figura 17: Capacitaciones para el emprendimiento turístico .....	89
Figura 18: Programas de la UFA ESPE .....	90
Figura 19: Participación en proyectos de vinculación de la UFA ESPE .....	91
Figura 20: Tipo de cursos .....	92
Figura 21: Capacitaciones para el emprendimiento turístico .....	93
Figura 22: Necesidad de vinculación .....	94
Figura 23: Aceptación de proyectos turísticos con la UFA ESPE .....	95
Figura 24: Temas de capacitación .....	96
Figura 25: Tipo de proyectos .....	97
Figura 26: Objetivos de vinculación .....	98
Figura 27: Capacitaciones para el emprendimiento turístico .....	99
Figura 28: Formas de capacitación .....	100
Figura 29: Técnicas de capacitación .....	101
Figura 30: Formas de evaluación .....	102
Figura 31: Genero .....	112
Figura 32: Edad .....	113
Figura 33: Estado Civil .....	114
Figura 34: Número de integrantes de su familia .....	115
Figura 35: Nivel de Estudios .....	116
Figura 36: Conocimiento acerca de la terminología “Atractivo Turístico” .....	117
Figura 37: Existencia de Actividades en la Parroquia .....	118
Figura 38: Tipo de actividades se realizan .....	119
Figura 39: Nivel de visitas de los atractivos turísticos de la parroquia .....	120

Figura 40: Fuente de ingresos económicos secundarios.....	121
Figura 41: Aceptación sobre el incremento de los recursos económicos. ....	122
Figura 43: Necesidad más importante de la Parroquia.....	124
Figura 44: ¿Entidades ayudan a satisfacer las necesidades locales? .....	125
Figura 45: Importancia de los atractivos turísticos para la población.....	126
Figura 46: Turismo como recurso para mejorar la calidad de vida .....	127
Figura 47: Percepción para convertirse en un referente turístico.....	128
Figura 48: Capacidad económica para crear un emprendimiento turístico. ....	129
Figura 49: Capacitaciones para el emprendimiento turístico. ....	130
Figura 51: Participación en programas de vinculación.....	132
Figura 52: Oferta de cursos dictados por la Universidad UFA ESPE.....	133
Figura 53: Nivel de participación de la UFA ESPE con el sector rural .....	134
Figura 54: Necesidad de vinculación con la UFA ESPE .....	135
Figura 55: Aceptación para la vinculación .....	136
Figura 56: Temas de capacitación .....	137
Figura 57: Método de enseñanza en el desarrollo de los cursos.....	139
Figura 58: Forma de los cursos .....	140
Figura 59: Técnicas de capacitación.....	141
Figura 60: Tipos de evaluación .....	142
Figura 61: Proyectos para la parroquia Mulaló .....	143
Figura 62: Relación comunitaria .....	145
Figura 63: Nivel de trabajo en equipo con otros miembros de la comunidad..	146
Figura 64: Capacidad de Liderazgo .....	147
Figura 65: Aporte para emprendimientos turísticos comunitarios. ....	148
Figura 66: Objetivos de vinculación .....	149
Figura 67: Tiempo de ejecución de los proyectos.....	150
Figura 68: Disponibilidad de tiempo.....	151
Figura 69: Genero.....	164
Figura 71: Edad .....	165
Figura 72: Estado Civil .....	166
Figura 73: Número de integrantes de su familia .....	167
Figura 74: Nivel de Estudios .....	168
Figura 75: Conocimiento acerca de la terminología “Atractivo Turístico” .....	169
Figura 76: Presencia de Actividades en la Parroquia .....	170
Figura 77: Tipo de actividades se realizan.....	171
Figura 78: Nivel de visitas de los atractivos turísticos de la parroquia .....	172
Figura 79: Fuente de ingresos económicos secundarios.....	173
Figura 80: Aceptación sobre el incremento de los recursos económicos. ....	174
Figura 81: Alternativas - ingresos económicos complementarios. ....	175
Figura 82: Necesidad más importante de la Parroquia.....	176
Figura 83: ¿Entidades ayudan a satisfacer las necesidades locales? .....	177

Figura 84: Importancia de los atractivos turísticos para la población.....	178
Figura 85: Turismo como recurso para mejorar la calidad de vida .....	179
Figura 86: Percepción para convertirse en un referente turístico.....	180
Figura 87: Capacidad económica para crear un emprendimiento turístico. ....	181
Figura 88: Capacitaciones para el emprendimiento turístico. ....	182
Figura 89: Conocimiento de los programas de la Universidad .....	183
Figura 90: Participación en programas de vinculación.....	184
Figura 91: Oferta de cursos de la Universidad UFA ESPE .....	185
Figura 92: Nivel de participación de la UFA ESPE con el sector rural .....	186
Figura 93: Necesidad de vinculación con la UFA ESPE para el desarrollo ...	187
Figura 94: Aceptación de vinculación para el desarrollo del sector turístico...	188
Figura 95: Temas de capacitación .....	189
Figura 96: Método de enseñanza en el desarrollo de los cursos .....	191
Figura 97: Forma de los cursos .....	192
Figura 98: Técnicas de capacitación.....	193
Figura 99: Tipos de evaluación .....	194
Figura 100: Proyectos para la parroquia Once de Noviembre .....	195
Figura 101: Relación comunitaria .....	197
Figura 102: Nivel de trabajo en equipo .....	198
Figura 103: Capacidad de Liderazgo .....	199
Figura 104: Aporte para emprendimientos turísticos comunitarios .....	200
Figura 105: Objetivos de vinculación .....	201
Figura 106: Tiempo de ejecución de los proyectos.....	202
Figura 107: Disponibilidad de tiempo para capacitación .....	203
Figura 108. Genero.....	227
Figura 109. Edad .....	228
Figura 110. País de origen.....	229
Figura 111. Estado civil.....	230
Figura 112. Nivel de ingresos .....	231
Figura 113. Principal destino de viaje de los visitantes en Cotopaxi .....	232
Figura 114. Principales razones para visitar el Lugar .....	233
Figura 115. Frecuencia de visita .....	234
Figura 116. Composición del grupo .....	235
Figura 117. Permanencia promedio.....	236
Figura 118. Modalidad de viaje .....	237
Figura 119. Preferencia en el tipo de establecimientos de hospedaje .....	238
Figura 120. Ubicación del alojamiento .....	239
Figura 121. Oferta de hospedaje .....	240
Figura 122. Servicio de los establecimientos de hospedaje .....	241
Figura 123. Oferta de Establecimientos de Alimentación .....	242
Figura 124. Servicio de los establecimientos de alimentación .....	243

Figura 125. Tipo de transporte utilizado.....	244
Figura 126. Características positivas .....	245
Figura 127. Características negativas.....	246
Figura 128. Promedio de gasto diario .....	247
Figura 129. Temporadas usuales de viaje .....	248
Figura 130. Visita a la Parroquia rural Mulaló .....	249
Figura 131. Motivo de visita a la Parroquia rural Mulaló .....	250
Figura 132. Visita a la Parroquia rural Once de Noviembre.....	251
Figura 133. Tipo de turismo de preferencia .....	252
Figura 134. Necesidades Urgentes.....	253
Figura 135. Fuentes de información turística .....	254

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Resumen de Atractivos Turístico de Mulaló.....	48
Tabla 2 Propuesta de atractivos turísticos - Once de Noviembre .....	51
Tabla 3 Barrios y comunidades de la parroquia Mulaló .....	57
Tabla 4 Micro Empresas Lacteas – Mulaló .....	61
Tabla 5 Haciendas Ganaderas - Mulaló.....	62
Tabla 6 Principales cultivos- Mulaló.....	63
Tabla 7 Florícolas- Mulaló.....	63
Tabla 8 Hospedaje dentro de la parroquia y alrededores .....	68
Tabla 9 Establecimientos de Alimentación - Mulaló.....	69
Tabla 10 Agencias de viajes y operadores turísticos - Mulaló .....	69
Tabla 11 Establecimientos Hospedaje y alrededores - Once de Noviembre ....	71
Tabla 12 Establecimientod de Alimentación – Once de Noviembre.....	71
Tabla 13 Agencia de viajes u operadores turísticos – Once de Noviembre.....	72
Tabla 14 Historia de la parroquia, visto desde la comunidad.....	74
Tabla 15 COSTUMBRES Y TRADICIONES HISTORICOS DE LA PARROQUIA.....	75
Tabla 16 Infraestructura cultural – Once de Noviembre.....	76
Tabla 17 Cuadro de problemas- Once de Noviembre.....	76
Tabla 18: Genero .....	77
Tabla 19: Edad.....	78
Tabla 20: Estado Civil .....	79
Tabla 21: Sector o barrio donde vive .....	80
Tabla 22: Número de integrantes de su familia.....	81
Tabla 23: Nivel de estudios.....	82
Tabla 24: Actividad Productiva.....	83
Tabla 25: Sector de la actividad productiva .....	84
Tabla 26: Aceptación de emprendimientos turísticos.....	85
Tabla 27: Percepción del turismo para el Sector Empresarial .....	86
Tabla 28: Capacidad de inversión.....	87
Tabla 29: Acceso a préstamos bancarios .....	88
Tabla 30: Capacitaciones para el emprendimiento turístico .....	89
Tabla 31: Programas de la UFA ESPE .....	90
Tabla 32: Participación en proyectos de vinculación de la UFA ESPE .....	91
Tabla 33: Tipo de cursos .....	92
Tabla 34: Capacitaciones para el emprendimiento turístico .....	93
Tabla 35: Necesidad de vinculación .....	94
Tabla 36: Aceptación de proyectos turísticos con la UFA ESPE .....	95
Tabla 37: Temas de capacitación .....	96



Tabla 38: Tipo de proyectos .....	97
Tabla 39: Objetivos de vinculación .....	98
Tabla 40: Capacitaciones para el emprendimiento turístico .....	99
Tabla 41: Formas de capacitación .....	100
Tabla 42: Técnicas de capacitación.....	101
Tabla 43: Formas de evaluación.....	102
Tabla 44: Genero .....	112
Tabla 45: Edad.....	113
Tabla 46: Estado Civil.....	114
Tabla 47: Número de integrantes de su familia.....	115
Tabla 48: Nivel de Estudios .....	116
Tabla 49: Conocimiento acerca de la terminología “Atractivo Turístico” .....	117
Tabla 50: Existencia de Actividades en la Parroquia .....	118
Tabla 51: Tipo de actividades se realizan.....	119
Tabla 52: Nivel de visitas de los atractivos turísticos de la parroquia .....	120
Tabla 53: Fuente de ingresos económicos secundarios .....	121
Tabla 54: Aceptación sobre el incremento de los recursos económicos.....	122
Tabla 55: Alternativas para generar ingresos económicos complementarios. ....	123
Tabla 56: Necesidad más importante de la Parroquia. ....	124
Tabla 57: Entidades ayudan a satisfacer las necesidades locales .....	125
Tabla 58: Importancia de los atractivos turísticos para la población .....	126
Tabla 59: Turismo como fuente económica para mejorar la calidad de vida ..	127
Tabla 60: Percepción para convertirse en un referente turístico.....	128
Tabla 61: Capacidad económica para crear un emprendimiento turístico. ....	129
Tabla 62: Capacitaciones para el emprendimiento turístico. ....	130
Tabla 63: Conocimiento de los programas de la Universidad .....	131
Tabla 64: Participación de Dirigentes en programas de vinculación.....	132
Tabla 65: Oferta de cursos dictados por la Universidad UFA ESPE.....	133
Tabla 66: Nivel de participación de la Universidad UFA ESPE .....	134
Tabla 67: Necesidad de vinculación con la UFA ESPE .....	135
Tabla 68: Aceptación para formar parte de un programa de vinculación.....	136
Tabla 69: Temas de capacitación .....	137
Tabla 70: Método de enseñanza en el desarrollo de los cursos .....	139
Tabla 71: Forma de los cursos.....	140
Tabla 72: Técnicas de capacitación.....	141
Tabla 73: Tipos de evaluación .....	142
Tabla 74: Proyectos para la parroquia Mulaló .....	143
Tabla 75: Relación comunitaria.....	145
Tabla 76: Nivel de trabajo en equipo con otros miembros de la comunidad... ..	146
Tabla 77: Capacidad de Liderazgo .....	147
Tabla 78: Aporte para emprendimientos turísticos comunitarios. ....	148

Tabla 79: Objetivos de vinculación .....	149
Tabla 80: Tiempo de ejecución de los proyectos.....	150
Tabla 81: Disponibilidad de tiempo .....	151
Tabla 82: Genero .....	164
Tabla 84: Edad.....	165
Tabla 85: Estado Civil.....	166
Tabla 86: Número de integrantes de su familia.....	167
Tabla 87: Nivel de Estudios .....	168
Tabla 88: Conocimiento acerca de la terminología “Atractivo Turístico” .....	169
Tabla 89: Existencia de Actividades en la Parroquia .....	170
Tabla 90: Tipo de actividades se realizan.....	171
Tabla 91: Nivel de visitas de los atractivos turísticos de la parroquia .....	172
Tabla 92: Fuente de ingresos económicos secundarios .....	173
Tabla 93: Aceptación sobre el incremento de los recursos económicos.....	174
Tabla 94: Alternativas para generar ingresos económicos complementarios. ....	175
Tabla 95: Necesidad más importante de la Parroquia. ....	176
Tabla 96: ¿Entidades ayudan a satisfacer las necesidades locales? .....	177
Tabla 97: Importancia de los atractivos turísticos para la población .....	178
Tabla 98: Turismo como fuente económica para mejorar la calidad de vida ..	179
Tabla 99: Percepción para convertirse en un referente turístico.....	180
Tabla 100: Capacidad económica para crear un emprendimiento turístico. ...	181
Tabla 101: Capacitaciones para el emprendimiento turístico. ....	182
Tabla 102: Conocimiento de los programas de la Universidad .....	183
Tabla 103: Participación en programas de vinculación.....	184
Tabla 104: Oferta de cursos de la Universidad UFA ESPE .....	185
Tabla 105: Nivel de participación de la UFA ESPE con el sector rural .....	186
Tabla 106: Necesidad de vinculación con la universidad UFA ESPE .....	187
Tabla 107: Aceptación para formar parte de un programa de vinculación .....	188
Tabla 108: Temas de capacitación .....	189
Tabla 109: Método de enseñanza en el desarrollo de los cursos .....	191
Tabla 110: Forma de los cursos.....	192
Tabla 111: Técnicas de capacitación.....	193
Tabla 112: Tipos de evaluación .....	194
Tabla 113: Proyectos para la parroquia Once de Noviembre .....	195
Tabla 114: Relación comunitaria.....	197
Tabla 115: Nivel de trabajo en equipo con otros miembros de la comunidad. ....	198
Tabla 116: Capacidad de Liderazgo .....	199
Tabla 117: Aporte para llevar a cabo emprendimientos turísticos .....	200
Tabla 118: Objetivos de vinculación .....	201
Tabla 119: Tiempo de ejecución de los proyectos.....	202
Tabla 120: Disponibilidad de tiempo para capacitación .....	203

Tabla 121 Analisis Comparativo – Indicadores .....	218
Tabla 122 Genero .....	227
Tabla 123 Edad.....	228
Tabla 124 País de origen .....	229
Tabla 125 Estado civil.....	230
Tabla 126 Nivel de ingresos .....	231
Tabla 127 Principal destino de viaje de los visitantes en Cotopaxi .....	232
Tabla 128 Principales razones para visitar el lugar.....	233
Tabla 129 Frecuencia de visita .....	234
Tabla 130 Composición del grupo .....	235
Tabla 131 Permanencia promedio .....	236
Tabla 132 Modalidad de viaje .....	237
Tabla 133 Preferencia en el tipo de establecimientos de hospedaje .....	238
Tabla 134 Ubicación del alojamiento .....	239
Tabla 135 Oferta de hospedaje.....	240
Tabla 136 Servicio de los establecimientos de hospedaje.....	241
Tabla 137 Oferta de Establecimientos de Alimentación.....	242
Tabla 138 Servicio de los establecimientos de alimentación .....	243
Tabla 139 Tipo de transporte utilizado .....	244
Tabla 140 Características positivas .....	245
Tabla 141 Características negativas.....	246
Tabla 142 Promedio de gasto diario .....	247
Tabla 143 Temporadas usuales de viaje .....	248
Tabla 144 Visita a la Parroquia rural Mulaló .....	249
Tabla 145 Motivo de visita a la Parroquia rural Mulaló .....	250
Tabla 146 Visita a la Parroquia rural Once de Noviembre .....	251
Tabla 147 Tipo de turismo de preferencia .....	252
Tabla 148 Necesidades urgentes .....	253
Tabla 149 Fuentes de información turística .....	254

## RESUMEN

El presente trabajo de titulación pretende identificar el nivel de contribución y participación de la Carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, con los sectores más vulnerables del Cantón y Provincia en materia de desarrollo turístico, teniendo en cuenta que la academia forma parte de los actores claves para el impulso y dinamización del turismo en el territorio. A fin de elevar este nivel, se busca planificar proyectos turísticos de alto impacto, mediante la participación activa de la academia con el sector productivo, para ello se efectuó una etapa fundamental basada principalmente en la aplicación y análisis minucioso de un diagnóstico estratégico aplicado puntualmente al sector turístico de las parroquias rurales Mulaló y Once de Noviembre, pertenecientes al Cantón Latacunga, a fin de conocer la realidad turística local, así como también evaluar la situación y problemática del modelo actual de vinculación manejado por la carrera, con el objetivo de usar la actividad vinculante como vía para el acercamiento a estos sectores, este exhaustivo análisis permitió generar una nueva propuesta de vinculación a través del diseño de un programa denominado “Contribuyendo al Desarrollo Turístico Rural” “CODETUR”, que contiene diez proyectos trabajados bajo líneas de Capacitación, Asesoría Turística, Emprendimiento Turístico, y Formación de Habilidades Turísticas, elaborados en base a las necesidades y requerimientos de la población, encaminados principalmente a guiar las actividades turísticas en la zona de influencia, potencializar las habilidades de sus habitantes y contribuir al desarrollo socio-económico de sus pobladores.

### **PALABRAS CLAVE:**

- **TURISMO RURAL.**
- **TURISMO COMUNITARIO.**
- **TURISMO - DESARROLLO SOCIOECONÓMICO.**
- **PARROQUIA RURAL MULALÓ.**
- **PARROQUIA RURAL ONCE DE NOVIEMBRE.**

## SUMMARY

The present titling work intends to identify the level of contribution and participation of the Engineering Degree in Tourism and Hotel Management of the University of the Armed Forces ESPE, with the most vulnerable sectors of the Canton and Province in the field of tourism development, taking into account Says that the academy is part of the key players for the promotion and dynamism of tourism in the territory. In order to raise the level, it is planned to plan high-impact tourism projects through the active participation of the academy with the productive sector, for which a fundamental stage was made based mainly on the application and meticulous analysis of a strategic diagnosis applied punctually to the tourism sector of the rural parishes Mulaló and Once de Noviembre, belonging to Canton Latacunga, in order to know the local tourist reality, as well as to evaluate the situation and problematic of the current model of linkage managed by the race, with the objective of using the binding activity As a way of contribution of these sectors, exhaustive analysis that allowed the creation of a new linking proposal through the design of a program called Contribution to Rural Tourism Development "**CODETUR**" containing ten projects worked under the lines of Training, Tourism Consulting, Tourism Entrepreneurship , And Training of Tourist Skills, based on the needs and requirements of the population, aimed mainly at guiding tourism activities in the area of influence, enhancing the skills of its inhabitants and contributing to the socio-economic development of its inhabitants.

### KEY WORDS:

- **RURAL TOURISM**
- **COMMUNITY TOURISM**
- **TOURISM - SOCIOECONOMIC DEVELOPMENT**
- **RURAL PARISH MULALÓ**
- **RURAL PARISH ONCE DE NOVIEMBRE**

# CAPÍTULO I

## 1. GENERALIDADES

### 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

#### 1.1.1. Planteamiento del problema Macro

La vinculación de la Universidad con el sector productivo es conocido en América Latina como la solución para los países de menor desarrollo, y con retraso respecto de los países industriales, es por ello que se han visto obligados a tomar medidas tendientes a reforzar y promover la vinculación entre la universidad y el sector productivo, con objeto de prepararse para responder a los desafíos de la sociedad moderna y sobre todo, para estar en condiciones de integrarse a la globalización de la economía mundial. (Acuña, 1993)

Se cita además que muchas de las veces la vinculación ha fracasado debido a factores como la escasa o nula comunicación entre la Universidad y el sector productivo impidiendo el involucramiento de estas instituciones con proyectos basados en la búsqueda de desarrollo para estos sectores, así mismo está el recelo por parte del sector productivo al pensar que la Universidad no pueda mantener la discreción de los resultados que se obtengan de algún convenio entre estas, ya que ciertos aspectos pueden representar ventajas competitivas cuya discreción se vuelve vulnerable en la vinculación, por otra parte, limita la posibilidad de una escasa legitimidad de la universidad como prestadora de servicios tecnológicos.

Sin embargo, en los últimos años, de la década de los ochenta y a comienzos de los años noventa, se ha dado un cierto aceleramiento por parte de los agentes de la vinculación, para lograr su realización. (Acuña, 1993)

A nivel de Latinoamérica, lo antes expuesto, indica que de alguna manera, la vinculación juega un rol importante en el terreno de la educación superior y el desarrollo del sector productivo, lamentablemente a pesar de reconocer la importancia que este proceso representa para el desarrollo de los países de la región, ha tenido un lento desempeño mismo que debe ser fortalecido mediante estrategias innovadoras de vinculación.

### **1.1.2. Planteamiento del problema Meso**

En el 2007 tras el cambio de gobierno el Ecuador empezó un proceso de transformación en cuanto a la planificación estratégica del país con la finalidad de mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013-2017)

Uno de los aspectos más importantes en cuestión es minimizar el alto porcentaje de pobreza en el país especialmente en los sectores rurales donde la concentración de problemas sociales es más evidente y las oportunidades de desarrollo siguen siendo muy limitadas, provocando el constante desplazamiento de las personas hacia otros lugares, en busca de mejorar su condición de vida. Muchas de las veces esto puede deberse a la falta de apoyo por parte de las entidades encargadas impidiendo que dichos sectores se vean beneficiados.

En el objetivo número dos del Plan Nacional del Buen Vivir es posible identificar que una de las políticas es Garantizar el Buen Vivir Rural y la superación de las desigualdades sociales y territoriales, con armonía entre los espacios rurales y urbanos teniendo como un lineamiento estratégico fortalecer la vinculación con el sistema nacional de información y producción de conocimiento, destinados a la innovación y mejora de las actividades humanas en los espacios rurales.

Las oportunidades de generar ingresos económicos y mejorar la calidad de vida para estos sectores son múltiples desde potenciar sus actividades convencionales como los son la agricultura, ganadería, entre otros, o implementar en base a estas nuevas estrategias de desarrollo local, considerando la situación actual del país y el cambio en la matriz productiva, misma que arroja que el turismo se ha convertido en un sector prioritario y cuyas estrategias de estado buscan posicionar **“El turismo consciente, ético, responsable, sostenible e incluyente”**. (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013-2017)

Todo apunta hacia la iniciativa de crear emprendimientos turísticos dentro de los sectores rurales, considerando que el turismo reúne excelentes características como herramienta económica y para la solución a problemas y necesidades de los pobladores, sin embargo, hasta el momento existen sectores relegados que requieren atención de las entidades de turismo como Ministerios, Cámaras y Jefaturas, que impulsan este tipo de emprendimientos, lamentablemente no se puede cubrir a todos los requerimientos debido a la magnitud del mercado.

La limitación de recurso humano, económico, publicitario y los escasos conocimientos técnicos también son impedimento para que se establezcan verdaderos proyectos que ayuden a generar importante actividad y movimiento turístico en la zona rural.



Lastimosamente instituciones como las universidades que podrían apoyar mediante la vinculación y el compromiso social para contribuir a la solución de problemas comunitarios y a la satisfacción de necesidades del sector productivo mantienen una escasa participación con el sector.

Sin embargo, es posible palpar el gran avance en cuanto a la vinculación de las universidades hacia la comunidad y sin desmerecer este progreso cabe levantar una crítica en cuanto a que la mayoría de proyectos de las Instituciones se limitan al cumplimiento del bienestar social como programas de salud, alfabetización, capacitación, entre otros, que si bien favorecen la calidad de vida de las personas involucradas no contemplan acciones de desarrollo socio-económico que motive a la creación de emprendimientos, genere fuentes de empleo, minimice el desplazamiento de sus habitantes y sobre todo fortalezca la identidad de las personas del sector.

Las Instituciones de Educación Superior deben mostrar mayor interés en este tipo de acciones no solo porque se encuentran en la obligación legal de hacerlo sino porque el desarrollo de un país depende de un trabajo conjunto en el que las universidades también forman parte de esta responsabilidad y que indiscutiblemente deben ser partícipes en el camino hacia la construcción del buen vivir.

### **1.1.3. Planteamiento del problema Micro**

La Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE-L contribuye al sector productivo a través de la vinculación, contemplando en su Régimen Académico: Proyectos de Impacto Social, Practicas Pre-Profesionales y Pasantías, Consultorías y Prestación de Servicios, Seguimiento a Graduados y Educación Continua, desarrollando proyectos afines a la oferta académica, que aportan a los sectores más vulnerables.

Sin embargo no todas estas líneas se han potencializado ya que los proyectos que se han planteado con anterioridad y que se plantean en la actualidad contemplan en su mayoría proyectos de capacitación y formación, que si bien favorecen la situación de los sectores vinculados no es el único medio que aporta para el desarrollo de los mismos.

Para el año 2015 se plantean cinco programas de vinculación de los cuales uno de ellos está orientado a la línea del turismo básicamente con acciones de capacitación. Tomando en cuenta que este sector se ha convertido en prioridad nacional y que representa **“el tercer rubro de ingresos para el país”** (Naranjo, 2015), no se visualizan mayores esfuerzos por aportar al verdadero desarrollo de este sector a través de la vinculación, a pesar de que la institución universitaria oferta la carrera de turismo.

Esta debilidad puede deberse a la múltiple línea de proyectos que deben desarrollarse bajo el perfil de las diferentes carreras limitando la compleja labor de diseñar una propuesta de vinculación específica para el sector turístico que potencie su dinámica y desarrollo y que a su vez permita a la universidad convertirse en una institución de apoyo para la actividad turística en aquellos sectores menos atendidos.

Esta propuesta inclusive puede ser el primer paso que le permita a la institución a través de carrera de hotelería y turismo contar con una especialización en la vinculación generando mayor competitividad.

Por tal motivo se formula el siguiente problema de investigación:

## 1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo contribuir desde la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, Carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera, en el desarrollo del sector turístico de las parroquias rurales Mulaló y Once de Noviembre?

## 1.3. ANTECEDENTES

Algunos son los avances teóricos y prácticos que se han impulsado a lo largo del tiempo en cuanto a la vinculación, esfuerzos que se han centrado básicamente en la reflexión acerca de la importancia de esta actividad, de sus aportes y de sus actuales limitaciones tanto para la universidad como para los sectores de intervención, así como de los múltiples beneficios que aporta para el desarrollo de un país.

Este papel protagónico de la articulación entre estas dos instituciones , ha exigido la realización de transformaciones institucionales profundas dentro de la institución universitaria, a fin, de instrumentar estrategias de gestión del conocimiento que permitan tanto la potenciación de las capacidades académicas e institucionales para generar, difundir, transferir y afianzar conocimientos científicos y tecnológicos propios, así como favorecer el desarrollo del sector productivo al más alto nivel.

Existen varios criterios que avalan la importancia de la actividad vinculante entre la universidad y los sectores productivos.

Por ejemplo (Meléndez, 1995) en su artículo Argumentos para la Vinculación del Desarrollo Sostenible con el Patrimonio Natural y Cultural en Turismo menciona que *“La gestión del patrimonio es una responsabilidad compartida, no solo del Estado o de los profesionales especializados, sino también de la comunidad que requiere conocer su patrimonio y utilizarlo lo mejor posible”*.

Otra importante acotación la hace (Acuña, 1993) cuando señala que *“La vinculación entre la universidad y el sector productivo resulta un procedimiento susceptible de ser impulsado”*, por cuanto a que la relación generada entre ambas instituciones contribuye y estimula el desarrollo científico y tecnológico que se requiere para superar el atraso y la pobreza por el que atraviesa un importante porcentaje de la población alrededor del mundo.

Por lo citado anteriormente, es claramente visible la importancia de la vinculación, convirtiéndose así en un fenómeno trascendental que se ha esparcido alrededor del mundo gracias al aporte que esta brinda cuando su gestión es adecuada, llegando a influenciar con mayor incidencia a los países subdesarrollados que se encuentran en la búsqueda de oportunidades de crecimiento y desarrollo, es así como en el Ecuador se trabaja esta iniciativa a través de leyes y reglamentos que fomentan la vinculación de las Instituciones de Educación Superior (IES) con los sectores más vulnerables del país como alternativa para alcanzar el buen vivir.

El Consejo de Educación Superior (CES) a través del Reglamento de Régimen Académico, diciembre 2014, establece que una de sus atribuciones es normar lo relacionado con los programas y cursos de vinculación con la sociedad establece en el capítulo II de la EDUCACIÓN CONTINUA, VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD Y FORMACIÓN DOCENTE, en el artículo 82 que *“La vinculación con la sociedad hace referencia a los programas de educación continua, investigación y desarrollo, y gestión académica, en tanto respondan, a través de proyectos específicos a las necesidades del desarrollo local regional y nacional”*.

Es decir, se dictamina que las IES participarán en la elaboración de programas y proyectos que beneficien a zonas de influencia urbana marginal y rural, es por ello que en la actualidad, las Universidades del país tienen la obligación y el compromiso social de generar programas en los que se consiga mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

La necesidad de incorporar a las empresas e instituciones privadas localizadas en las áreas de interés histórico o natural, a participar de la planificación de actividades turísticas

Ecuador toma medidas con la finalidad de reorientar la investigación en base a las necesidades locales que presentan varios sectores del país, desde la realidad de las instituciones públicas y privadas.

#### **1.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA**

La Provincia de Cotopaxi posee importantes recursos turísticos de tipo natural y cultural que generan un mínimo impacto en la actividad turística esto puede deberse a diferentes factores que impiden su progreso como la escasa publicidad, desconocimientos de los atractivos, esfuerzos aislados o necesidad de recurso humano capacitado que aporte al beneficio de los mismos, por tanto es beneficioso que los establecimientos universitarios en este caso la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPEL a través de los estudiantes de la Carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera forme parte del desarrollo del sector turístico involucrándose con el mismo mediante un programa de vinculación.

La importancia de realizar la presente investigación radica en el aporte de la Institución de Educación Superior; que como ente de conocimiento científico debe dar a los sectores menos atendidos, con la finalidad de aportar con el beneficio social que además involucre el desarrollo del sector turístico de las zonas de influencia a través de la participación de estudiantes y docentes de la Carrera de Turismo y Hotelería.

Los resultados del programa de vinculación tendrán como beneficiarios a todos los actores involucrados en el mismo, por un lado tendrán beneficio directo los habitantes de las parroquias que formaran parte del programa, ya que posibilita la generación de nuevas fuentes de empleo que a su vez minimiza el desplazamiento de sus pobladores y por ende mantiene la unión familiar, además impulsa el fortalecimiento de su identidad dando como resultado final la mejora de su calidad de vida a través de sus propios recursos capacidades y conocimientos.

Por otra parte se beneficia a los estudiantes universitarios ya que se integran a la realidad del sector turístico desde su periodo de formación académica ayudando a mejorar la calidad de los profesionales y permitiendo que aun estando en las aulas universitarias puedan formar parte del proceso de desarrollo y dinamización del turismo.

Cabe recalcar que la investigación es perfectamente factible desde el punto de vista en que los GADs parroquiales de Mulaló y Once de noviembre mediante su gestión autónoma persiguen el desarrollo de sus parroquias considerando al turismo como una vía de para su cumplimiento, en los Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDyOT 2011-2014) se contempla la participación de otras instituciones para erradicar las pocas oportunidades de actividades turísticas por las que atraviesan las parroquias.

Así mismo se cuenta con la aceptación formal de las Autoridades de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE-L, así como de los coordinadores de carrera, por otra parte está la existencia de suficiente información teórica que proporcionan pautas para llevar a cabo el programa de vinculación y que respalda al mismo.

La investigación tiene su interés, para las autoridades académicas y los docentes de la Universidad, ya que los resultados del programa de vinculación establecerán la línea base mediante la cual la institución podrá basarse para aportar con el desarrollo de los sectores vulnerables en turismo y sus integrantes.

El impacto que tendrá el Programa de Vinculación para la carrera de Hotelería y Turismo incidirá en el sentido que es la primera ocasión que se la realizará una propuesta de este tipo que además es parte de la responsabilidad social directamente apegada a la visión estratégica en la que se encuentra el país, es decir que no se trata de un proyecto efímero, ya que al adaptarse a las líneas del Plan Nacional del Buen Vivir 2013 - 2017, a la Agenda zonal 3 para el Buen Vivir, al Plan de Tur 2020 y al Reglamento de Régimen Académico 2014 se está entregando un proyecto sostenible en el tiempo que permite que los actores del proceso tengan beneficios en base a una estructura de vinculación con actividades organizadas y un sistema estandarizado de estas.

## **1.5. OBJETIVOS**

### **1.5.1. Objetivo General**

Diseñar un programa de vinculación para la Carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE-L, que fomente el turismo local y contribuya a mejorar la calidad de vida de las personas en parroquias rurales, mediante acciones de desarrollo turístico.

### **1.5.2. Objetivos Específicos**

- ∅ Identificar el nivel de participación de la Carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, con los sectores más vulnerables del Cantón y Provincia en materia de desarrollo turístico, como actor clave para el impulso y dinamización del turismo en el territorio.
  
- ∅ Realizar un diagnóstico estratégico de las potencialidades y problemas del sector turístico de las parroquias rurales Mulaló y Once de Noviembre, así como de la situación y problemática actual de la Vinculación en la Carrera de Hotelería y Turismo de la universidad de las Fuerzas Armadas ESPE-L.
  
- ∅ Analizar e interpretar los resultados obtenidos de la investigación de campo.
  
- ∅ Diseñar proyectos turísticos ejecutables a través de la actividad vinculante, que respondan a los resultados del diagnóstico estratégico, como instrumento para el desarrollo de la vinculación de la carrera de turismo y hotelería con el sector rural.

### **1.6. HIPOTESIS**

La realización de un programa de vinculación para la Carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE incidirá en el desarrollo del sector turístico de las parroquias rurales Mulaló y Once de Noviembre.



## **1.7. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.7.1. Variable independiente**

- ⊗ Programa de Vinculación.

### **1.7.2. Variable dependiente**

- ⊗ Sector Turístico de las parroquias rurales Mulaló y Once de Noviembre.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Fundamentación Filosófica

Se trata de una investigación crítico propositiva, centra su estudio en la contribución del turismo en el desarrollo sostenible de la población.

Siendo el turismo uno de los sectores económicos con mayores dimensiones en el mundo, y uno de los que registra mayor crecimiento, según la Organización Mundial de Turismo, 2015. Tiene la capacidad no solo de desarrollar esta actividad en la zona intervenida, sino que, activa el sistema turístico completo de la zona de influencia y con ello atiende a problemas sociales, económicos y culturales de los diferentes grupos y más aún de aquéllos sectores vulnerables como es el caso del sector rural.

Los casos prácticos en los que han sido aplicados planes, programas y proyectos de turismo y las leyes cada vez más sólidas que fomentan e incentivan la actividad turística alrededor del mundo avalan que la contribución del turismo ha generado desarrollo y cambios excepcionales en materia socio-económica, uno de ellos es el aporte a los objetivos nacionales de reducción de la pobreza, al impulsar el emprendimiento local, promocionar a los pequeños negocios ya existentes, al brindar nuevas y mejores plazas de empleo, en particular a las mujeres y jóvenes que son los grupos menos favorecidos.

Así mismo el turismo puede conducir a la equidad de género logrando la emancipación plena de la mujer en cualquier ámbito de la sociedad, así como otros múltiples beneficios a acarrea esta actividad, como la garantía de una vida sana, promover la innovación, reducir la desigualdad, la protección ambiental, entre otros.

En lo expuesto radica lo más original y característico de la presente investigación que pretende vincular a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE-L con las parroquias rurales de Mulaló y Once de Noviembre, en las que se realizara un previo análisis de las potencialidades y debilidades turísticas presentes en cada una de ellas, con el objetivo de diseñar e implementar proyectos de turismo afines a la realidad turística de las mismas, como primer mecanismo para el desarrollo sostenible tanto en el aspecto turístico como socio-económico.

## **2.2. Fundamentación Legal**

### **2.2.1. Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017**

El Plan Nacional para el Buen Vivir, es un instrumento creado para articular las políticas públicas con la gestión y la inversión pública. El Plan cuenta con 12 Estrategias Nacionales; 12 Objetivos Nacionales, cuyo cumplimiento permitirá consolidar el cambio que los ciudadanos y ciudadanas ecuatorianos con el país que anhelamos para el Buen Vivir. (Foros Ecuador , 2013)

El presente proyecto busca alinearse a los objetivos 2, 3 y 4 de el Plan Nacional para el Buen Vivir en los que prevalece el auspicio a la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social el mejoramiento a la calidad de vida de la población y al fortalecimiento de las capacidades y potencialidades de la ciudadanía

### **2.2.2. Matriz Productiva**

El Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 menciona que en la matriz productiva se asienta la esencia de la realidad económica y social de los países, para el Ecuador, su transformación se vuelve la acción primordial que permitirá resolver el desempleo, la pobreza y la inequidad.

El cambio de la matriz productiva debe asentarse en el impulso a los sectores estratégicos, estableciendo así que para 2030, el Ecuador exportara un 40% de servicios, en su mayor parte de alto valor agregado y con una participación relevante del turismo.

### **2.2.3. Sectores estratégicos**

Según el (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013- 2017) El Gobierno Nacional prioriza el sector de servicios y por ende al sector turístico, como una alternativa para la erradicación de la pobreza, el desempleo, la inequidad y la mejora en la calidad de vida de los habitantes del país, mencionando también que al contar con este importante apoyo así este sector las actividades de desarrollo se facilitan considerablemente.

### **2.2.4. Plan de Tur 2020**

El PLANDETUR 2020 es parte de la planificación nacional del Ecuador que propone un modelo de desarrollo del turismo sostenible basado en sus territorios y productos turísticos que permitan satisfacer las necesidades cambiantes de los segmentos de turistas actuales y potenciales aprovechando sus ventajas comparativas y elementos de unicidad. Uno de estos elementos es el liderazgo del Ecuador en el turismo gestionado por sus comunidades que ofrecen experiencias memorables a través la convivencia e intercambio con culturas ancestrales. (Blog del Ministerio de Turismo, 2007)

Es un proceso ampliamente participativo que involucra a los actores directamente relacionados con el turismo de los sectores privado, comunitario y público, que de manera estratégica logrará que el turismo sostenible sea un eje dinamizador del desarrollo del país y un ejemplo en la gestión del desarrollo turístico equilibrado, con equidad, eficacia y eco-eficiencia. (Blog del Ministerio de Turismo, 2007)

### **a) Objetivos del Plan de Tur 2020**

1. Generar un proceso orientador que coordine los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus territorios y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada.
2. Crear las condiciones para que el turismo sostenible sea un eje dinamizador de la economía ecuatoriana que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística actual, aprovechando sus ventajas comparativas y elementos de unicidad del país.
3. Insertar al turismo sostenible en la política de Estado y en la planificación nacional para potenciar el desarrollo integral y la racionalización de la inversión pública y privada.

#### **2.2.5. Ley de turismo**

La Ley de Turismo el Ministerio de Turismo establece en sus Generalidades:

Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades.

#### **2.2.6. Ley orgánica de Educación Superior 2010**

- ⌘ Establece en su capítulo 2 de los fines de la Educación Superior art. 8 literal (h) que ésta debe contribuir en el desarrollo local y nacional de manera permanente, a través del trabajo comunitario o extensión universitaria.

- ⌘ Así mismo el art. 14 de los Principios de la Educación Superior literal (a) menciona que se debe garantizar la investigación y su vinculación con lo sociedad, y asegurar crecientes niveles de calidad, excelencia académica y pertinencia.
  
- ⌘ Aclara también en el art. 87 De la Garantía de Igualdad de Oportunidades que como requisito previo a la obtención del título los y las estudiantes deberán acreditar servicios a la comunidad mediante prácticas o pasantías pre profesionales, debidamente monitoreadas, en los campos de su especialidad de conformidad con los lineamientos generales definidos por el Consejo de Educación Superior.

Dichas actividades se realizarán en coordinación con organizaciones comunitarias, empresas e instituciones públicas y privadas relacionadas con la respectiva especialidad.

- ⌘ Por otra parte el art. 88 del mismo capítulo menciona que para cumplir con la obligatoriedad de los servicios a la comunidad se propondrá beneficiar a los sectores rurales marginados, si la naturaleza de la carrera lo permite o a prestar servicios en centros de atención gratuita.

### **2.2.7. Reglamento General a la Ley Orgánica de Educación Superior 2011**

El artículo 17 del Reglamento General a la LOES, dispone: “El Reglamento de Régimen Académico normará lo relacionado con los programas y cursos de vinculación con la sociedad así como los cursos de educación continua, tomando en cuenta las características de la institución de educación superior, sus carreras y programas y las necesidades del desarrollo nacional, regional y local”.

## **2.2.8. Reglamento de Régimen Académico, diciembre 2014**

En el Reglamento Régimen Académico del Consejo de Educación Superior se fundamentan los siguientes principios:

### **TITULO VI VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD**

#### **CAPÍTULO I**

##### **PERTINENCIA**

**Artículo 77.- Pertinencia de las carreras y programas académicos.-** Se entenderá como pertinencia de carreras y programas académicos a la articulación de la oferta formativa, de investigación y de vinculación con la sociedad, con el régimen constitucional del Buen Vivir, el Plan Nacional de Desarrollo, los planes regionales y locales, los requerimientos sociales en cada nivel territorial y las corrientes internacionales científicas y humanísticas de pensamiento.

#### **CAPÍTULO II**

##### **EDUCACIÓN CONTINUA, VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD Y FORMACIÓN DOCENTE**

**Artículo 82.- Vinculación con la sociedad y educación continua.-** La vinculación con la sociedad hace referencia a los programas de educación continua investigación y desarrollo y gestión académica en tanto respondan a través de proyectos específicos a las necesidades del desarrollo local, regional y nacional.

Las instituciones de educación superior deberán crear obligatoriamente instancias institucionales específicas para planificar y coordinar la vinculación con la sociedad a fin de generar proyectos de interés público.

### **CAPÍTULO III**

#### **PRÁCTICAS PRE PROFESIONALES Y PASANTÍAS**

**Artículo 93.- Realización de las prácticas pre profesionales.-** Las instituciones de educación superior diseñarán, organizarán y evaluarán las correspondientes prácticas pre profesionales para cada carrera. Para el efecto, las IES implementarán programas y proyectos de vinculación con la sociedad con la participación de sectores productivos, sociales y culturales.

Estas prácticas se realizarán conforme a las siguientes normas:

1. Las actividades de servicio a la comunidad contempladas en los artículos 87 y 88 de la LOES serán consideradas como prácticas pre profesionales. Para el efecto, se organizarán programas y proyectos académicos que deberán ejecutarse en sectores urbano o-marginales y rurales. Estas prácticas tendrán una duración mínima de 160 horas del mínimo de 400 horas de prácticas pre profesionales establecidas en el artículo 89 del presente reglamento.

6. Las IES organizarán instancias institucionales para la coordinación de los programas de vinculación con la sociedad y las prácticas pre profesionales, en una o varias carreras.



## 2.2.9. Reglamento Interno de Régimen Académico y de Estudiantes de la Universidad De Las Fuerzas Armadas – Espe 2014

### CAPÍTULO X

#### PRÁCTICAS Y PASANTÍAS PRE PROFESIONALES

**Art. 339.- Prácticas pre profesionales.-** Son actividades de aprendizaje orientadas a la aplicación de conocimientos y al desarrollo de destrezas y habilidades específicas que un estudiante debe adquirir para un adecuado desempeño en su futura profesión. Estas prácticas deberán ser de investigación - acción y se realizarán en el entorno institucional, empresarial o comunitario, público o privado, adecuado para el fortalecimiento del aprendizaje. Servirán para afianzar y aplicar los conocimientos y poner en práctica las habilidades y destrezas desarrolladas en el transcurso de su formación académica, de acuerdo al plan de estudios de la carrera. Dichas actividades, son de carácter obligatorio y se desarrollarán con la supervisión y asistencia de tutores académicos y empresariales, dependiendo el caso.

Las prácticas pre profesionales comprenden prácticas pre profesionales no remuneradas, pasantías, ayudantías de cátedra, ayudantía de investigación y servicio a la comunidad.

**Art. 344.- Servicio a la comunidad.-** Se enmarcan todos los servicios que se puedan proveer, basados en las necesidades de la sociedad y en la capacidad técnica, profesional y operativa de la Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE. Para el efecto se organizarán programas y proyectos académicos que deberán ejecutarse en sectores urbano-marginales y rurales.

**Art. 347.- De la aprobación de programas y proyectos de servicio a la**

**Comunidad.-** Los programas y proyectos de vinculación con la sociedad, servicio a la comunidad y proyectos sociales, deberán ser conocidos y priorizados por el consejo de departamento, posteriormente serán revisados por el Vicerrectorado

de Investigación Innovación y Transferencia de Tecnología y aprobados por Consejo Académico. Los formatos serán facilitados por la Unidad de Vinculación con la Sociedad.

## **CAPÍTULO XI**

### **SERVICIO A LA COMUNIDAD Y VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD**

**Art. 380.- Servicio a la comunidad.-** Para cumplir con la obligatoriedad de los servicios a la comunidad se propenderá beneficiar a sectores rurales y marginados de la población si la naturaleza de la carrera lo permite, o a prestar servicios en centros de atención gratuita.

Las actividades de servicio a la comunidad contempladas en los artículos 87 y 88 de la LOES serán consideradas como prácticas pre profesionales. Para el efecto, se organizarán programas y proyectos académicos que deberán ejecutarse en sectores urbano-marginales y rurales. Estas prácticas tendrán una duración mínima de 160 horas.

**Art. 381.- Programas de vinculación con la sociedad.-** El fin de los Programas es contribuir al mejoramiento de la calidad de vida, asegurando el impacto de las acciones a los beneficiarios.

**Art. 382.- De los programas y proyectos de vinculación con la sociedad.-** Estos programas y proyectos deben contribuir a las necesidades sociales y ser propuestos considerando entre otros los siguientes aspectos:

- a) Los planes de desarrollo local, provincial y del país;
- b) Las necesidades locales, provinciales, regionales y nacionales;
- c) Los dominios académicos de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.

La Unidad de Vinculación con la Sociedad, analizará el aporte de los Programas de Vinculación con la Sociedad, de la Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE, para su reforzamiento y mejoramiento, el primer mes de cada año de forma obligatoria o en otras fechas de ser pertinente.

**Art. 383.- Clasificación de los proyectos de vinculación con la sociedad.-**

Los proyectos de vinculación con la sociedad se clasifican en:

- a) Proyecto de consultoría y prestación de servicios;
- b) Proyectos de educación continua; y,
- c) Proyectos sociales

**Art. 384.- Proyectos sociales.-** Los proyectos sociales son los que respaldarán las horas de cumplimiento del servicio a la comunidad y deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Pertenecer a un programa de vinculación con la sociedad;
- b) Deben estar alineados al Plan Nacional del Buen Vivir;
- c) Deben tener impacto social;
- d) Contribuir a la solución de problemas específicos y mejorar de la calidad de vida de los ecuatorianos, radicados en los sectores urbano marginales o rurales;
- e) Los proyectos deben aportar al proceso de formación de los estudiantes;
- f) La comunidad contribuye con recursos que no son financieros, tales como: mano de obra, alimentación, hospedaje, transporte, entre otras, las mismas que deberán ser valoradas y constar en el proyecto;
- g) Contar con la participación de docentes y estudiantes; y,
- h) Demás requisitos que en su momento se consideren necesarios implementar.

**Art. 385.- De los proyectos de vinculación con la sociedad.-** La Unidad de Vinculación con la Sociedad coordinará con los departamentos, la selección de los proyectos de vinculación con la sociedad. No se consideran como proyectos de vinculación con la sociedad, las actividades aisladas que no estén enmarcadas en la planificación general de la universidad. Todos los programas y proyectos de vinculación con la sociedad que se realicen, deberán ser documentadas en los formatos que para tal fin facilite la Unidad de Vinculación con la Sociedad.

**Art. 386.- De los directores de proyectos de vinculación con la sociedad.-**

Los directores de proyecto de vinculación con la sociedad, serán docentes. Deben entregar al Vicerrectorado de Investigación, Innovación y Transferencia de Tecnología las evidencias y el informe final de la ejecución de cada proyecto a su cargo, conforme a las directrices dadas por la Unidad de Vinculación con la Sociedad; en un plazo máximo de 15 días posteriores a la culminación, del mismo, conforme al cronograma de actividades, para su análisis, evaluación final y registro.

**Art. 387.- De las responsabilidades del director del proyecto de vinculación con la sociedad.-** Las responsabilidades del director del proyecto de vinculación con la sociedad, serán las siguientes:

- a) Planificar, monitorear y evaluar el proyecto;
- b) Coordinar y verificar las condiciones que garanticen al estudiante realizar un servicio a la comunidad enmarcado en los objetivos del programa y proyecto;
- c) Elaborar el cronograma de trabajo que realizará el estudiante, durante su servicio a la comunidad;
- d) Presentar al director de carrera, el cronograma de trabajo del servicio a la comunidad, dentro de los quince días hábiles previos a la realización del servicio a la comunidad;

- e) Orientar al estudiante en todo lo relativo al desarrollo del servicio a la comunidad;
- f) Llevar un registro de las actividades del servicio a la comunidad. Para lo cual la Unidad de Vinculación con la Sociedad, facilitará los formatos pertinentes; y,
- g) Una vez culminado el servicio a la comunidad, deberá remitir el informe de actividades al coordinador de vinculación con la sociedad, y éste a su vez al Vicerrector de Investigación, Innovación y Transferencia de Tecnología, en un lapso no mayor a los 8 días hábiles posteriores.

**Art. 388.- Responsabilidades de la Unidad de Vinculación con la Sociedad.-**

La Unidad de Vinculación con la sociedad es la responsable de:

- a) Registrar los resultados;
- b) Realizar la evaluación final de los proyectos;
- c) Seleccionar los medios para la difusión de los resultados; y,
- d) Coordinar la difusión de los resultados de acuerdo a las políticas institucionales.

**Art. 389.- Certificados de servicio a la comunidad y de vinculación con la sociedad.-** La elaboración y emisión de los certificados de servicio a la comunidad, lo realizará el Vicerrectorado de Investigación, Innovación y Transferencia de Tecnología, por intermedio de la Unidad de Vinculación con la Sociedad.

El Vicerrectorado de Investigación, Innovación y Transferencia de Tecnología, emitirá un certificado a los docentes que participen en proyectos de vinculación con lo sociedad.

**Art. 390.- De los coordinadores de vinculación con la sociedad.-** Serán designados mediante orden de rectorado y tendrán las siguientes responsabilidades:

- a) Identificar las áreas de vinculación con la sociedad de acuerdo al dominio académico del departamento, en coordinación con los docentes y actores sociales.
- b) Presentar el plan anual de vinculación con la sociedad;
- c) Coordinar la creación de programas de vinculación con la sociedad;
- d) Gestionar y coordinar las actividades relacionadas con la formulación, ejecución y cierre de programas y proyectos de vinculación con la sociedad.
- e) Coordinar con los directores de departamento, carrera y proyectos sociales la participación de los docentes y estudiantes en los proyectos de vinculación con la sociedad;
- f) Reportar semestralmente las actividades de los programas, en los formatos que para el efecto facilite la Unidad de Vinculación con la Sociedad;
- g) Presentar un informe anual de forma obligatoria o cuando el caso lo amerite, al Vicerrectorado de Investigación, Innovación y Transferencia de Tecnología, sobre el desarrollo de los programas y proyectos de vinculación con la sociedad, para su análisis y toma de decisiones de fortalecimiento o mejora;
- h) Mantener los respaldos documentales de los programas de vinculación con la sociedad;
- i) Apoyar a que los proyectos de vinculación con la sociedad de su departamento, se ejecuten en el tiempo establecido según el cronograma de trabajo; y,
- j) Las demás obligaciones que en su momento el Vicerrector de Investigación, Innovación y Transferencia de Tecnología lo disponga.

## **2.2.10. Plan estratégico Institucional de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE 2014 - 2017.**

### **a) Alineamientos al Plan Nacional del Buen Vivir – PNBV**

**OBJETIVO 4 DEL PNBV:** “Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía”

- ⊗ Potenciar el rol de docentes y otros profesionales de la educación como actores clave en la construcción del buen vivir.
- ⊗ Promover la interacción recíproca entre la educación, el sector productivo y la investigación científica y tecnológica, para la transformación de la matriz productiva y la satisfacción de necesidades.

### **b) Objetivos Estratégicos, indicadores y Estrategias de la UFA-ESPE con respecto a vinculación.**

#### **OBJETIVO ESTRATEGICO 4**

Incrementar el impacto social de los programas de vinculación.

#### **INDICADORES:**

- ⊗ Tasa de incremento de los programas de vinculación con impacto verificado.
- ⊗ Número de proyectos ejecutados conjuntamente con empresas y gobiernos locales en apoyo al desarrollo de la zona de influencia.

**ESTRATEGIAS:**

- ⌘ Actualizar la oferta de servicios de la universidad hacia la comunidad.
- ⌘ Generar programas de apoyo al emprendimiento productivo en las zonas de influencia.
- ⌘ Implementar programas educativos para grupos vulnerables en las zonas de influencia.
- ⌘ Incrementar el número de proyectos estudiantiles en las zonas de influencia.

**OBJETIVO ESTRATEGICO 7**

Incrementar la capacidad y calidad del sistema de vinculación integrándolo con el sistema de investigación y con el modelo formativo.

**INDICADORES:**

- ⌘ Porcentaje de estudiantes participando en proyectos de vinculación.
- ⌘ Porcentaje de personal académico que participa en actividades de vinculación.

**ESTRATEGIAS:**

- ⌘ Incrementar la participación de estudiantes y profesionales en actividades de vinculación con la comunidad.
- ⌘ Mejorar el sistema de vinculación con la sociedad.



- ⌘ Mejorar los procesos de vinculación articulados a la formación y la investigación, orientados a aplicar alternativas de solución en las zonas de influencia.

## **2.3. Categorías Fundamentales**

### **Variable Independiente**

#### **2.3.1. Programa de vinculación**

En base a los conceptos dictados por Giacomo Gould y Nidia Abatedaga (2008) con respecto a la definición de Programa y Vinculación respectivamente, es posible citar que un programa de vinculación se define como el conjunto de procesos y prácticas planeados, sistematizados y continuamente evaluados con el propósito de desarrollar acciones y proyectos para solucionar problemas y satisfacer necesidades manteniendo un beneficio mutuo entre los participantes.

#### **2.3.2. Plan**

Un plan es una herramienta de reflexión y trabajo que sirve como punto de partida para encaminar acciones desarrolladas para abordar un problema en cuestión, agrupa varios programas y sus respectivos proyectos, actividades, entre otros, con miras a lograr una parte de los objetivos estratégicos de la organización. (Velasco, 2007)

#### **2.3.3. Programa**

Ahora es necesario entender que es un programa y Nidia Abatedaga autora del libro “Comunicación, Epistemología y metodologías para planificar por Consensos” define a este como aquel ámbito que agrupa a varios Proyectos

específicos, cuya interrelación está dada por la relación que las partes tienen con el todo que es el tema eje del programa y éste a su vez será el ámbito que contendrá proyectos que son una parte pequeña que pertenece a una totalidad mayor.

Otra definición establece que un programa es un conjunto de proyectos coordinados que se ejecutan para lograr objetivos específicos con arreglo a parámetros de tiempo, costo y desempeño definidos. Los programas destinados a lograr una meta común se agrupan en una entidad común. (Planificación de proyectos y programas Manual de orientación. 2010).

Un programa materializa un conjunto de decisiones, cuyas directrices deben estar orientadas a solucionar los problemas, satisfacer necesidades y conseguir los objetivos planteados. Saavedra, R. Castro, L. Restrepo, O. Rojas, A. (2001).

#### **2.3.4. Tipos de Programas**

##### ☉ Los programas sectoriales

Se sujetarán a las previsiones contenidas en el Plan y especificarán los objetivos, prioridades y políticas que regirán el desempeño de las actividades del sector administrativo de que se trate. Contendrán asimismo, estimaciones de recursos y determinaciones sobre instrumentos y responsables de su ejecución.

##### ☉ Los programas institucionales

Que deban elaborar las entidades paraestatales, se sujetarán a las previsiones contenidas en el Plan y en el programa sectorial correspondiente. Las entidades, al elaborar sus programas institucionales, se ajustarán, en lo conducente, a la ley que regule su organización y funcionamiento.

#### ∅ Los programas regionales

Se referirán a las regiones que se consideren prioritarias o estratégicas, en función de los objetivos nacionales fijados en el Plan, y cuya extensión territorial rebase el ámbito jurisdiccional de una entidad federativa.

#### ∅ Los programas especiales

Se referirán a las prioridades del desarrollo integral del país fijados en el plan o las actividades relacionadas con dos o más dependencias coordinadas de sector.

#### ∅ Los programas anuales

Para la ejecución del Plan y los programas sectoriales, institucionales, regionales y especiales, las dependencias elaboran programas anuales, que incluirán los aspectos administrativos y de política económica y social correspondientes. Estos programas anuales, que deberán ser congruentes entre sí regirán, durante el año de que se trate, las actividades de la Administración Pública Federal en su conjunto y servirán de base para la integración de los anteproyectos de presupuesto anuales que las dependencias y entidades deberán elaborar conforme a la legislación aplicable.

### **2.3.5. Proyecto**

Según la Federación Internacional de Sociedades de la Secretaria de Ginebra en su manual “Planificación de proyectos y programas de orientación”. (2010). Un proyecto es un conjunto de actividades coordinadas que se ejecutan para

lograr objetivos específicos con arreglo a parámetros de tiempo, costo y desempeño definidos. Los proyectos encaminados a lograr una meta común constituyen un programa.

Partiendo de este concepto se puede conjeturar que un proyecto está integrado por una serie de acciones que deberán ser puestas en marcha por los actores involucrados con la finalidad de buscar soluciones a problemas existentes, en el caso de los proyectos de turismo la complejidad es aún mayor ya que se trata de proyectos sociales en el que la participación de los individuos es el eje principal de este tipo de proyectos.

#### **2.3.6. Vinculación**

Para entender de mejor manera, la palabra vinculación es necesario conceptualizarla, Giacomo Gould Bei en su libro “Vinculación Universidad- Sector Productivo” menciona que está definida como el conjunto comprensivo de procesos y prácticas planeados, sistematizados y continuamente evaluados donde los elementos académicos y administrativos de una IES se relacionan entre unos y otros, y externamente con otras personas y organizaciones, con el propósito de desarrollar y realizar acciones y proyectos de beneficio mutuo.

Por tal motivo se puede mencionar que la vinculación es una herramienta importante que y permite en este caso la integración de las universidades con los sectores comunitarios como aporte para su desarrollo obteniendo como resultado un bien común.

## **Variable Dependiente**

### **2.3.7. Parroquia rurales**

Se define como el territorio más pequeño dentro de la división política del Ecuador, cada parroquia tiene varios recintos, los mismos que son pequeños poblados que están dentro del territorio que forma parte de la parroquia. (Alcivar, 2010)

Por su parte el (Código Orgánico de Organización Territorial, 2010), establece que las parroquias rurales constituyen circunscripciones territoriales integradas a un cantón a través de ordenanza expedida por el respectivo concejo municipal o metropolitano

#### **a) Parroquia San Francisco de Mulaló**

Geográficamente se encuentra situada en la provincia de Cotopaxi al noreste de las faldas del volcán Cotopaxi, limitando al Norte con el Cantón Mejía, al Sur con las parroquias Aláquez y Joséguango Bajo, al Este con la Provincia del Napo, y al Oeste, con las parroquias Pastocalle, Tanicuchi y Guaytacana. La parroquia se localiza a 19Km de Latacunga.

La parroquia Mulaló posee una altitud aproximada de 3.000 msnm, el clima en esta zona se ve afectado por la cordillera Central que lo modifica en la parte baja y planicies con un clima templado tórrido y en la parte alta de la cordillera caracterizándose los fríos de páramo.

La parroquia Mulaló cuenta con 21 Barrios y 6 Comunidades, cuenta con aproximadamente 2.666 familias con un promedio de 4.8 miembros por cada familia, es decir, Mulaló cuenta al momento con una población aproximada de 12.141 habitantes.

## **b) Parroquia Once de Noviembre**

Geográficamente se encuentra situada en la Provincia de Cotopaxi, Cantón Latacunga, años atrás la Parroquia se la conocía con el nombre del caserío de San José de Ilinchisi, la misma que por Acuerdo Ejecutivo N0 417, con fecha 8 de junio de 1939, se eleva a “Parroquia Once de Noviembre”, desde entonces es parte de las parroquias rurales que pertenecen a la provincia de Cotopaxi, del Cantón Latacunga

Se localiza en la zona Oeste de la ciudad de Latacunga, a una altura de 2.950 m.s.n.m. (metros sobre el nivel del mar)

Su población está distribuida en diez barrios que comprenden Cristo Rey, Barrio Centro, San Gerardo, Las Parcelas, San Pedro, San Alfonso La Libertad, Angamarca, Plaza Arenas, La Unión, concentrándose la población en el barrio Centro Once de Noviembre.

### **2.3.8. Comunidad**

Sería fácil dictar un concepto en el que se diga que una comunidad es un grupo de individuos que comparte un determinado espacio geoFigura y tiene ciertos elementos en común, sin embargo su significado conlleva un sin número de elementos que deben ser profundamente analizados, (Bartle, 2011) en su publicación “Comunidad una Descripción Sociológica”, mantiene una visión mucho más amplia en la que hace referencia que una comunidad no solamente son espacios poblados o el conjunto de viviendas, estas más bien son solo el producto de una organización social y cultural, tampoco es simplemente un grupo de individuos, se trata más bien de todo un sistema sociocultural.

Es un modelo sociológico en el que se visualiza un conjunto de interacciones, comportamientos humanos, formas de vida, costumbres, tradiciones, creencias y valores que comparte un grupo de personas.

Las comunidades pueden presentar diferentes características en cuanto a formas, tamaños, aspectos y ubicaciones, pueden incluso parecerse entre ellas pero ninguna es exactamente igual a la otra, cada una mantiene peculiaridades distintas y propias.

Se dice que una comunidad tiene vida propia que va más allá de la suma de todas las vidas de sus residentes, sin embargo, es precisamente esa suma la que le otorga la esencia innata a cada comunidad que se ve reflejada en sus formas de vida, sus tradiciones, su cultura, sus valores, sus políticas y por cómo han sabido manejar su territorio.

Las comunidades son una importante fuente de conocimientos, en estas reposan y viven todavía anécdotas, historias, leyendas costumbres y tradiciones que de cierta manera, caracterizan a todo un país o región, en una comunidad todos sus elementos culturales pueden ser transmitidos y guardados durante generaciones, a diferencia de los centros urbanos y grandes ciudades en las que éstas han ido desapareciendo por completo, se olvidan o prefieren ser olvidadas, poniendo en riesgo la identidad de los pueblos.

“De igual forma, que una célula viva, planta o animal trasciende a sus átomos, una institución, un patrón de comportamiento, trasciende a sus individuos humanos” (Bartle, 2011). Los integrantes o miembros de una comunidad, a pesar de ser grupos conformados por personas individuales están sujetos a compartir íntimamente un pensamiento o una creencia que van moldeando el criterio de sus pobladores en cuanto a diferentes aspectos sociales, es ahí donde nace la esencia de cada comunidad.

En este sentido, una comunidad se mide como el conjunto o agrupación de personas que interactúan entre sí, que pertenecen a un determinado espacio geográfico, y que integran elementos del sistema social tanto políticos, económicos, religiosos y culturales, cabe señalar que estos grupos se caracterizan por acunar costumbres, tradiciones, modos de vida, formas organizativas, entre otros, que conceden a una comunidad identidad propia.

### **2.3.9. Desarrollo comunitario**

El desarrollo comunitario es uno de los ámbitos de actuación más valorados dentro de la acción social, que permite la intervención en estos grupos sociales para generar cambios positivos dentro de los mismos, en otras palabras, el desarrollo comunitario se dirige especialmente a aquellas comunidades sobre las cuales se presentan problemas o dificultades con el objetivo de dar atención a las necesidades para lograr su desarrollo y mejorar su calidad de vida. (Marchioni, 2007).

Para lograr cambios positivos se debe considerar que el ámbito operativo del desarrollo de la comunidad está en manos de la misma comunidad, la participación de las personas es de vital importancia ya que las acciones a implantar deben ser construidas en base a los intereses y aspiraciones de las personas que la componen.

Se dice que el desarrollo de una comunidad debe responder a los problemas y necesidades de sus integrantes, en muchas de las ocasiones estos son medidos desde ese aspecto económico, de salud, educación y vivienda, sin embargo, no siempre es considerado el realce de la identidad cultural como línea base que encamine dicho desarrollo.



Para que el desarrollo de una comunidad tenga éxito las acciones que se tomen deben surgir del aprovechamiento y movilización de los recursos existentes dentro de la zona de influencia y eso también integra las características de la identidad cultural de las comunidades, esto no solo facilita la operacionalización de las acciones sino que de esta manera no se debilita ni pone en riesgo la esencia de las comunidades.

Un verdadero desarrollo comunitario se visualiza no solo cuando se han generado nuevas fuentes de empleo o cuando el nivel económico de la población ha mejorado, sino cuando a esto se suma que la identidad de una comunidad sea elevada a su máximo punto, siendo este el valor agregado en la construcción de acciones del desarrollo comunitario. En conclusión, este debe responder a la solución de problemas comunitarios teniendo en cuenta las características socio-culturales de sus habitantes

#### **2.3.10. Turismo**

Según la Organización Mundial del Turismo OMT, El turismo comprende actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su residencia habitual por menos de un año y con fines de ocio, negocios, estudio, entre otros.

Esta definición sintetizada y acertada que en la actualidad se le otorga al turismo es el resultado del proceso de surgimiento de esta actividad, cuya esencia radica en los constantes cambios que han moldeado a la sociedad en general, es decir, en la antigüedad ya se evidenciaban desplazamientos de los hombres primitivos quienes viajaban para buscar comida o escapar del peligro, en aquella época no se trataba de turismo porque no eran actos de libre voluntad, sino que se veían obligados a realizar por diferentes circunstancias, sin embargo de manera inconsciente ya se practicaban las actividades turísticas.

El turismo como tal, surge en el siglo XIX, como consecuencia de la Revolución Industrial en la que hacen los primeros desplazamientos con la motivación principal del ocio, descanso, cultura, salud, negocios, relaciones familiares y/o descanso de las actividades habituales.

Según (Riveros & Blanco, 2003) en su artículo "El Agroturismo, una Alternativa para Revalorizar la Agroindustria Rural como Mecanismo de Desarrollo Local, Analizan al turismo desde dos perspectivas: la primera, es la económica en la que se señala que el turismo como tal adquiere mayor fuerza e importancia con el transcurso del tiempo ya que se trata de una actividad generosa que articula a un gran número de sectores, activando un fuerte movimiento económico no solo del mercado turístico sino de toda la estructura empresarial conformada por instituciones bancarias, compañías de seguros, entre otras.

Por su parte motiva e incentiva la creación de microempresas familiares o independientes que demandan recurso humano generando nuevas fuentes y oportunidades de trabajo tomando un ejemplo de ello es el caso de Perú, *"país en el que más del 75% de los proveedores de servicios turísticos son microempresas de menos de cinco trabajadores"* (Zambrano 2001).

La visión antropológica por su parte, considera al turismo como una forma de expansión tanto económica, social, cultural, política y psicológica de las sociedades que genera excedentes y que ha potenciado el desarrollo de las comunicaciones y desplazamientos humanos y con ello ha facilitado la ocupación de los espacios de ocio y descanso de los grupos sociales.

A esto hay que sumarle el importante aporte que ha dado el turismo para la revalorización de los recursos naturales y culturales de alrededor del mundo, seguramente ninguna agresiva campaña dirigida a minimizar la desintegración socio-cultural que sufren los países especialmente los subdesarrollados a consecuencia de la globalización, como por ejemplo la pérdida de la identidad cultural, el desinterés por conservar las costumbres y tradiciones o inclusive la inconciencia con el medio ambiente, hubiese generado impactos tan positivos como lo ha hecho la actividad turística.

### **2.3.11. Turismo rural**

Según la (Organización Mundial de Turismo OMT, 1993), el turismo rural es el conjunto de actividades que se desarrollan en un entorno rural, excediendo el mero alojamiento y que pueden constituirse, para los habitantes del medio, en una fuente de ingresos complementarios a los tradicionalmente dependientes del sector primario, convirtiéndose en un rubro productivo más de la empresa agropecuaria.

Es decir, el término turismo rural se utiliza cuando la cultura rural es un componente clave del producto ofrecido. El rasgo distintivo de los productos del turismo rural es el deseo de ofrecer a los visitantes un contacto personalizado, de brindarles la oportunidad de disfrutar del entorno físico y humano de las zonas rurales y, en la medida de lo posible de participar en las actividades que incorporan el conocimiento de la cultura de los habitantes, formas organizativas, prácticas productivas, tradiciones y estilos de vida de la población local, todo esto como componentes clave del producto.

El agroturismo, el montañismo, la equitación, el turismo de aventura, los viajes educativos, el turismo orientado al deporte y la salud, y el turismo cultural son tan sólo algunos ejemplos de actividades que se consideran parte del concepto de turismo rural.

Las condiciones económicas y sociales de los sectores rurales no son las mejores por lo que el turismo rural constituye una alternativa económica para estos que presentan mayor vulnerabilidad. El turismo rural debe fundamentarse sobre los criterios de sustentabilidad y respetando tres ejes fundamentales:

1. Ambiental: La actividad turística debe ser amigable con el medio ambiente, no debe causar afectaciones ni destruirlo.
2. Social: No debe modificar, alterar ni destruir la cultura del lugar.
3. Económico: Debe distribuirse el resultado de la actividad económica, beneficiando a todos los pobladores del lugar.

### **Aspectos positivos del turismo rural**

- ⌘ Genera nuevos emprendimientos evitando, de esta manera, la emigración de los pobladores de zonas rurales hacia las urbanas
- ⌘ Rehabilitar áreas agrícolas económicamente deprimidas por las crisis recurrentes del sector.
- ⌘ Ayuda a promocionar el mantenimiento de escenarios naturales, el estilo tradicional de vida del lugar, el patrimonio cultural y crea conciencia sobre su conservación.
- ⌘ El turismo gestionado y controlado por las familias campesinas puede ser un modo de aumentar sus ingresos y diversificarlos, contribuyendo así a consolidar su economía.
- ⌘ No debe concebirse como una actividad que pueda o tenga que sustituir a la agropecuaria o a cualquier actividad tradicional.

## **Aspectos negativos del turismo rural**

- ⌘ Si no es realizado bajo los principios de sustentabilidad y respeto, puede transformar en mera mercancía a la tradición y cultura de un determinado ámbito rural o de un pueblo, o una comunidad, y con ello afectar su desarrollo y permanencia.
  
- ⌘ Si no es respetuoso de los recursos naturales y del medio ambiente en que se desarrolla, puede producir contaminación, erosión del suelo y afectar al mantenimiento de la biodiversidad
  
- ⌘ En algunos casos, el esfuerzo y el tiempo dedicado a la segunda actividad, el turismo, por la demanda y la mayor retribución que brinda, produce el alejamiento de algunos productores de la actividad agropecuaria principal de su establecimiento

### **2.3.12. Turismo rural comunitario**

Turismo rural comunitario se define como toda actividad turística que se desarrolla en zonas rurales, pequeñas localidades o zonas alejadas del casco urbano que gracias al apoyo de entidades públicas y privadas han puesto en marcha emprendimientos ligados esta actividad, misma que surgen como una oportunidad para los sectores de escasos recursos económicos pero cuya ubicación geográfica, cultura, formas organizativas, modos de vida y actividades productivas constituyen la materia prima de esta modalidad, permitiéndoles acceder a los múltiples beneficios de esta brinda, en la que prima la intervención activa de la comunidad fomentando la relación intercultural entre el anfitrión y el turista representando a su vez grandes desafíos para las comunidades quienes deben potencializar su oferta para satisfacer las necesidades de la demanda turística.

### **2.3.13. Tipos de Turismo**

(Quesada, 2007), En su libro Elementos del Turismo establece 8 tipos de turismo y 6 subtipos que son clasificados de la siguiente manera:

#### **a. Turismo Cultural**

Se trata de una serie de disciplinas y de aspectos relacionados con el acontecer histórico del hombre, que se manifiesta a través de la exclusiva identidad, forma de ser, vivir y de expresión de un pueblo en un espacio geoFigura determinado.

Desde esta perspectiva, el viaje por motivaciones culturales lo hace por conocer, disfrutar o estudiar rasgos específicos o combinados (historia, arqueología, arquitectura, religión, filosofía, política, etnología, folclor y otros) de un pueblo, país o región en especial.

#### **b. Turismo de Salud**

Este tipo de turismo lo practican las personas que viajan a un destino caracterizado, por sus especiales condiciones y facilidades para el descanso y la recuperación, o para recibir un tratamiento o intervención quirúrgica que mejore las deficiencias físicas, estéticas o de salud en general.

### c. Turismo Naturalista

Este tipo de turismo es el realizado por las personas que se sienten atraídas o motivadas para conocer, disfrutar o estudiar un recurso natural singular o característico de un destino. Según sea el grado de interés y de identificación con este recurso, así será el nivel de especialización que puede alcanzar esta modalidad, la cual puede subdividirse en turismo de naturaleza suave, turismo de naturaleza fuerte y ecoturismo.

### d. Turismo de naturaleza suave (soft nature)

Es el que practica la mayoría de las personas y consiste en los viajes que ellas realizan a un lugar con especiales atributos naturales y escénicos, con el fin de disfrutar esos recursos, pero sin realizar estudios o investigaciones. El turista naturalista suave, tiene especial predilecciones por las áreas silvestres o por los sitios naturales poco degradados o intervenidos por el hombre.

### e. Turismo de naturaleza fuerte (hard nature)

Está conformado por quienes viajan a zonas naturales específicas con el objeto de investigar o ampliar sus conocimientos respecto a un ecosistema, hábitat o especie (animal o vegetal) en particular. Es un turismo investigativo y por ello algunos, en su momento, lo denominaron o asociaron con el turismo científico, aunque este concepto comprende además de las ramas propias del turismo naturalista (botánica, zoología, ecología etc.) otras pertenecientes a distintas disciplinas, cuyos estudiosos viajan para investigar o profundizar aún más en su campo de especialización (historia, vulcanología, agronomía, etcétera).

#### f. Ecoturismo

Define como viajes responsables que conservan el entorno y sostienen el bienestar de la comunidad local. Se acompaña por códigos éticos y un enorme grupo de viajeros internacionales, estudiantes, pensadores y el apoyo de los gobiernos de algunos países industrializados.

#### g. Turismo alternativo

Esta modalidad de turismo tiene las siguientes subdivisiones:

##### ⌘ Turismo de Aventura

El turismo de aventura es otra de las modalidades del turismo alternativo, y sin duda alguna, una de las formas que mayores expectativas genera a su alrededor, quizás por el término mismo que evoca, o bien por un cierto misticismo y tabúes que se han generado en su entorno.

La problemática comienza desde su propio nombre, algunos lo llaman turismo deportivo, otros más turismo de aventuras, otros tantos turismo de adrenalina o bien turismo de reto, y si bien su denominación es lo de menos, los conceptos si llegan a ser determinantes. Estas denominaciones generan confusiones y preocupaciones entre el turista e inclusive entre los prestadores y comercializadores de estos servicios.



### § Turismo Rural

El turismo rural contribuye a diversificar la oferta de productos y a sostener la economía de las comunidades rurales.

Tiene como finalidad mostrar y explicar una serie de experiencias relativas a la vida rural campesina.

### § Turismo Comunitario

El turismo comunitario se caracteriza en que una porción considerable del control y los beneficios están en manos de miembros de comunidades locales. El Turismo Comunitario surge como una alternativa económica de las comunidades rurales, campesinas, indígenas, "mestizas" o afrodescendientes propias de un país, para generar ingresos complementarios a las actividades económicas diarias y defender y revalorizar los recursos culturales y naturales locales.

### § Agroturismo

El Agroturismo ha dado como resultado los rancho-hoteles en Estados Unidos, con un éxito ascendente, pues ofrecen a los turistas, semanas completas de estadía con todos los servicios incluidos, además de enseñarles a cultivar, cosechar, operar los sistemas de riego y combatir plagas, entre otras actividades.

Una de las ventajas del Agroturismo es que las compras de productos alimenticios se hacen en la misma granja, o en otras vecinas, de modo que la demanda económica favorece directamente a la comunidad.

Para el turista, esto significa una oportunidad de entrar en contacto con la naturaleza aun cuando se trate de espacios sometidos a procesos productivos intensos, conocer los rasgos de una actividad dependiente de ella, pasear en bicicleta o en caballo, alimentarse con productos frescos y sanos.

En este caso la investigación estará centrada en la clasificación de turismo comunitario, tomando en cuenta que este sector se ha vuelto de gran importancia para muchos países, en la actualidad las comunidades están incursionado en este tipo de turismo como una oportunidad para su desarrollo así como para generar ingresos económicos para sus familiares y su misma localidad con la ayuda de entidades encargadas de regular la actividad.

#### **2.3.14. Entidades Reguladoras de la Actividad Turística**

##### **⌘ Públicos**

El Ministerio de Turismo es un organismo estatal rector del Sistema Turístico encargado de elaborar, establecer y controlar las políticas de dicho sistema esto se señala en base a la visión de la institución indicada en su página web como:

“El Ministerio de Turismo como ente rector, lidera la actividad turística en el Ecuador, desarrollo sostenible, consciente y competitivamente el sector, ejerciendo sus roles de regulación, planificación, gestión, promoción, difusión y control”.

Otras de las entidades que forman parte de la actividad son:

- Unidad de Turismo del Gobierno Provincial
- Jefatura de Turismo
- Cámara Provincial de Turismo de Cotopaxi ( ente privado)

**Documentos que regulan la actividad turística.**

- Ley de Turismo
- Reglamento General de actividades Turísticas
- Normas INEN
- Normas ISO

Las entidades anteriormente mencionadas están en la obligación de aportar al proceso de desarrollo y dinamización del turismo, sin embargo por la cantidad de requerimientos es difícil que se pueda dar atención a todos estos, es por ello que deben integrarse instituciones como las de Educación Superior con la finalidad de ser un organismo de apoyo que aporte mediante un sistema de vinculación, la participación de los estudiantes con conocimientos técnicos, nuevas tecnologías, etc. Hacia estos sectores.

## **CAPÍTULO III**

### **3. DIAGNOSTICO ESTRATÉGICO**

#### **3.1. ESTUDIOS Y EVALUACIONES**

Se trata de una planificación desarrollada en espacios rurales cuyo enfoque es de carácter sostenible y comunitario.

##### **Delimitación del área de estudio**

La delimitación del sistema turístico de la parroquia rural Mulaló se establecerá en base a la extensión total del territorio de la misma, de igual manera, se trabajará con la parroquia rural Once de Noviembre, la ciudad de la Latacunga será parcialmente diagnosticada por tratarse del centro turístico más cercano.

### 3.1.1. Resumen del Inventario y clasificación de atractivos turísticos.

#### 3.1.1.1. Resumen de Atractivos Turísticos - Parroquia Mulaló.

Tabla 1

#### Resumen de Atractivos Turístico de Mulaló

Provincia: Cotopaxi		Cantón: Latacunga			Parroquia: Mulaló
N°	ATRACTIVO	CLASIFICACIÓN DEL ATRACTIVO			OBSERVACIONES
		CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	
1	Volcán Cotopaxi	Sitios Naturales	Montañas	Volcanes	Cara Sur Del Volcán es de Propiedad Privada.
2	Parque Nacional Cotopaxi	Sitios Naturales	Sistemas De Áreas Protegidas	Parques Nacionales	<p>Creado el 27 de agosto 1975.</p> <p>Cuenta con una superficie total de 32255,03 Ha.</p> <p>9.189 Ha estas dentro de la parroquia Mulaló que corresponde al 28,47%.</p> <p>Temperaturas que varían entre los 0 y 15°C.</p>

CONTINÚA



3	Cerro Morurco	Sitios Naturales	Montañas	Altas Montañas	<p>Camino asfaltado hasta Mulaló , lastrado hasta San Elías, camino regular.</p> <p>Existe una cabaña ubicada en San Elía, disponible para alojar a montañistas.</p>
4	Área Nacional De Recreación "El Boliche"	Sitios Naturales	Sistemas De Áreas Protegidas	Área Nacional De Recreación	<p>Creada mediante acuerdo ministerial del 26 de julio de 1979 - Registro Oficial No. 69 del 20 de noviembre 1979.</p> <p>Reserva natural es conocida por su extensa plantación de pinos y cipreses, que cubre aproximadamente 200 hectáreas.</p> <p>Superficie total de 392,08 hectáreas.</p> <p>276,80 están dentro de la parroquia de Mulaló que corresponde al 71,60%.</p> <p>El Boliche se caracteriza por su estratégica ubicación, cercana a varios centros poblados.</p>

CONTINÚA



5	Laguna De Limpiopungo	Sitios Naturales	Ambientes Lacustres	Lagunas	Se pueden realizar actividades como caminatas, avistamiento de aves, camping, entre otras.
6	Hacienda San Agustín De Callo	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Civil	Se encuentra ubicada en la parroquia Mulaló.  Edificación Inca destinada a los linajes cuzqueños.  Se trata de un tambo real de los Incas.
7	Piedra Chilintosa	Manifestaciones Culturales	Etnográficas	Tradiciones Y Creencias Populares	Se encuentra ubicada a 4 km del centro de Mulaló.  Asentada en propiedad privada.  No se realizan actividades entorno al atractivo.
8	Pucará Salitre	Manifestaciones Culturales	Históricas	Zonas Históricas-Sectores	Se encuentra ubicado dentro de la parroquia Mulaló, al norte del Volcán Cotopaxi, sobre una elevación aislada entre el río Pita al este y la quebrada Pucará al oeste.

**Fuente:** (INPC, 2015)

### 3.1.1.2. Propuesta de Atractivos Turísticos - Parroquia Once De Noviembre

Según los datos obtenidos en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial PDyOT 2011, la parroquia rural Once de Noviembre no cuenta con atractivos turísticos identificados, registrados o inventariados.

Esto en base a información levantada en la provincia de Cotopaxi y el Cantón Latacunga a través de talleres participativos y la información obtenida de instituciones como: Dirección de Turismo del Municipio de Latacunga, Concejo Provincial de Cotopaxi, Instituto de Patrimonio Cultural, Ministerio del Ambiente, y en los datos de los diferentes planes que tiene el cantón y la provincia.

Por lo tanto el siguiente cuadro presenta una propuesta de atractivos turísticos elaborado en base al criterios de sus pobladores.

**Tabla 2**

#### Propuesta de atractivos turísticos - Once de Noviembre

ATRATIVOS TURISTICOS EXISTENTES	UBICACIÓN	ACTIVIDAD TURÍSTICA	ORIGEN DE TURISTAS (LOCAL, NACIONAL Y EXTRANJERO)	TIPO DE ADMINISTRACIÓN (COMUNITARIA, PÚBLICA, PRIVADA, MIXTA)
Mirador con vista a la parroquia al cantón Pujilí, parroquia la Victoria y por el otro lado al Cantón Latacunga.	Barrió Centro. (Centro de la parroquia.)	Avistamiento a la parroquia al cantón Pujilí, a la parroquia la Victoria y por el otro lado al Cantón Latacunga.	Local, nacional y extranjero.	Público.

CONTINÚA





Ciénega abierto en las Parcelas y San Gerardo.	Barrios Las Parcelas y San Gerardo.	Ruta ecológica, pulmón de la parroquia Once de Noviembre.	Local, nacional y extranjero.	Privado comunitario.
Santuario de la Virgen de Guadalupe.	Barrió Centro.	Práctica religiosa y de peregrinación.	Local, nacional y extranjero.	Privada, Curia diocesana o Arquidiócesis de Latacunga.
Desfile tradicional "Mamá Negra".	Toda la parroquia.	Rescate cultural celebración Once de Noviembre.	Local, nacional y extranjero.	Público, privado y comunitario.
Feria del plato de cuy, conejo con papas y chicha de jora.	Toda la parroquia.	Degustación de la gastronomía local en la que se destaca al plato de cuy y conejo con papas, como plato típico de la parroquia, y el helado de sabores.	Local, nacional y extranjero.	Público y privado.

**Fuente :** (GAD Parroquial Once de Noviembre, 2011)

### **3.1.2. Planes de desarrollo previos para la localidad**

#### **3.1.2.1. Parroquia rural Once de Noviembre.**

No existen datos precisos que ayuden a la planificación y elaboración del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Once de Noviembre referente al componente turístico.

Debido a la carencia y ausencia de espacios y o atractivos turísticos en la Parroquia el comité de trabajo del PDyOT de aquel entonces presenta una propuesta turística para la parroquia, tratando de dar respuesta a la

preocupación de la comunidad en los temas relacionados con: parques, áreas protegidas, áreas de recreación.

Es así que nace la propuesta que el ciénego de la zona baja que se encuentra entre los barrios las Parcelas y San Gerardo para que se convierta en una área protegida y aprovechar este potencial transformarlo en una unidad turística comunitaria, esto con la finalidad de a corto, mediano y largo plazo la parroquia cuente con un pulmón de oxigenación que minimice la contaminación que sufrirá la parroquia en el futuro debido a su desarrollo.

La propuesta nace de la propia comunidad mediante los talleres participativos con la idea de transformar este lugar en un proyecto específico que contribuya y beneficie a toda la comunidad de la Parroquia Once de Noviembre, y que a su vez sea responsable con el medio ambiente.

Han pasado casi 6 años y no se visualizan los resultados esperados por la comunidad, a la fecha no se ha consolidado este proyecto, claramente hay que recordar que se trata únicamente de una propuesta pero son los miembros de la Junta Parroquial quienes en base a diferentes factores tales como la importancia del proyecto, la existencia y disponibilidad suficiente de supuesto y si este no debe ser invertido en aspectos prioritarios para la parroquia, como abastecimiento de agua potable, alcantarillado, vías y asfaltado entre otros que ayuden a satisfacer la necesidades básicas de la población.

Así como este existen otros proyectos que han sido propuestos y que deben ser estudiados y tomados en cuenta al momento de la formulación de los proyectos de vinculación con la finalidad de simplificar el trabajo a los dirigentes y pobladores de la parroquia. A continuación se presenta una la lista de proyectos planteados en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2011.

**Tabla 3****Propuesta de Proyectos parroquia Once de Noviembre****CIÉNEGO ABIERTO**

- Ciénego de la zona baja que se encuentra entre los barrios las Parcelas y San Gerardo, se transforme en un área protegida, se aproveche este potencial, transformarle en una unidad turística comunitaria, esto con la finalidad de a corto plazo la parroquia cuente con un pulmón de oxigenación de la contaminación que sufrirá la parroquia; se encuentra a una altura de 2.850 msnm, con temperatura entre los 13 a 15 grados

**MIRADOR EN LA PLANADA DEL BARRIO CENTRO**

- Construcción del mirador en el barrio Centro, el mismo que su atractivo será el poder mirar desde un solo punto a las parroquias de Poaló, La Victoria, Eloy Alfaro y los cantones de Latacunga y Pujilí, con una altura de 2.950 msnm, con temperaturas de entre los 12 a 15 grados centígrados

**CONSTRUCCIÓN DE LA GRUTA DE LA VIRGEN NUESTRA SEÑORA DE GUADALUPE**

- Gruta que será un indicador de la fé catolica en la parroquia y escenario de reencuentro con las familias y visitantes, ya que la virgen de Guadalupe es muy conocida y venerada por la comunidad de la parroquia, contando con un buen plan de promoción turística albergara a turistas locales, nacionales y extranjeros, se encuentra en una altura de 2.950 msnm, y su temperatura es de entre los 12 a 15 grados centígrados

**FERIAS DEL CUY, CONEJO PAPAS Y CHICHA**

- El plato de cuy, conejo, papas con chicha de jora, es el plato típico de la parroquia, aprovechando de los otros atractivos propuestos, se realizarán ferias en las épocas festivas y otras que la comunidad y la Junta Parroquial organice para promocional este plato típico, y al ser un plato muy conocido en la serranía se lograra la visita de turistas locales, nacionales y extranjeros



**Fuente:** (GAD Parroquial Once de Noviembre, 2011)

**Elaborado por:** (GAD Parroquial Once de Noviembre, 2011)

### **3.1.3. Actores sociales locales**

La actividad turística ha tomado un giro importante a lo largo del tiempo, la demanda turística le impone a la oferta turística nuevos retos, el turista actual viaja con la expectativa de encontrar experiencias diferentes a las convencionales, es así que, de cierta manera los visitantes ha dejado de lado el turismo convencional para sumergirse en actividades con mayor significado social de carácter vivencial como la que brinda la modalidad de turismo rural comunitario.

Dicho esto es preciso destacar que las actividades de turismo rural comunitario son el resultado de la gestión del territorio en el que se desarrollen. En este sentido es donde la relación de los actores sociales locales son elemento esencial para la articulación efectiva del espacio turístico, la capacidad de desarrollo de un territorio esta inmersamente relacionada con la voluntad de los actores para construir relaciones entre sí, para que de manera conjunta y coordinada se trabaje en mejora de las condiciones del territorio y cubran los nuevos parámetros de la demanda.

Es decir todos los actores locales forman parte indiscutible de la cadena de valor del turismo rural comunitario y su interrelación permite la configuración de la actividad turística en el territorio.

Son tres los actores inmersos en la actividad turística rural comunitaria, que poseen gran capacidad para influir y configurar el territorio: la comunidad local, el sector público, el sector privado y los turistas. Estos últimos no forman parte del territorio configurado como destino, pero ejercen el poder de apropiación simbólica en ese espacio. (Moscoso, 2013). En el caso de las parroquias rurales Mulaló y Once de Noviembre los actores sociales locales son los miembros de las respectivas Juntas parroquiales, el sector empresarial, los pobladores con especial interés en los grupos de atención prioritaria como

mujeres, jóvenes y personas con discapacidad, y como entidad de apoyo técnico y operativo intervendrá la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE extensión Latacunga a través de la gestión de su personal administrativo, docente y estudiantil a través de proyectos de desarrollo turísticos, a este círculo se espera se unan otras instituciones gubernamentales y no gubernamentales que mediante alianzas estratégicas contribuyan al desarrollo no solo de las parroquias en cuestión sino de toda la provincia, con el objetivo de construir un territorio unido, fuerte, desarrollado y orgulloso de sus raíces.

### Interrelación de actores locales para el desarrollo del turismo local.

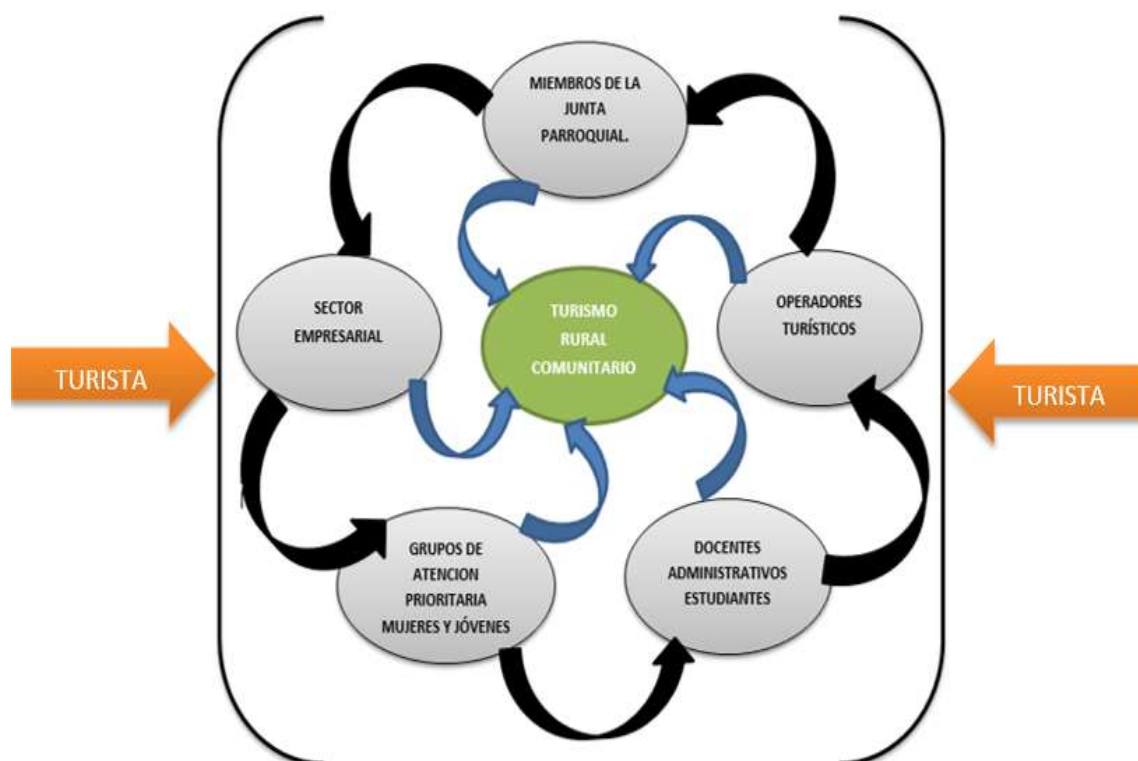


Figura 1. Interacción de actores locales

### 3.1.4. División político – territorial

#### 3.1.4.1. Parroquia Rural Mulaló

La parroquia Mulaló cuenta con 21 Barrios y 6 Comunidades, en donde según el autodiagnóstico con el levantamiento de información mediante las encuestas aplicadas a estos sectores en mayo a junio del 2011 la parroquia cuenta con aproximadamente 2.666 familias con un promedio de 4.8 miembros por cada familia, es decir, Mulaló cuenta al momento con una población aproximada de 12.141 habitantes:

Los barrios y comunidades de la parroquia son:

**Tabla 4**

#### **Barrios y comunidades de la parroquia Mulaló**

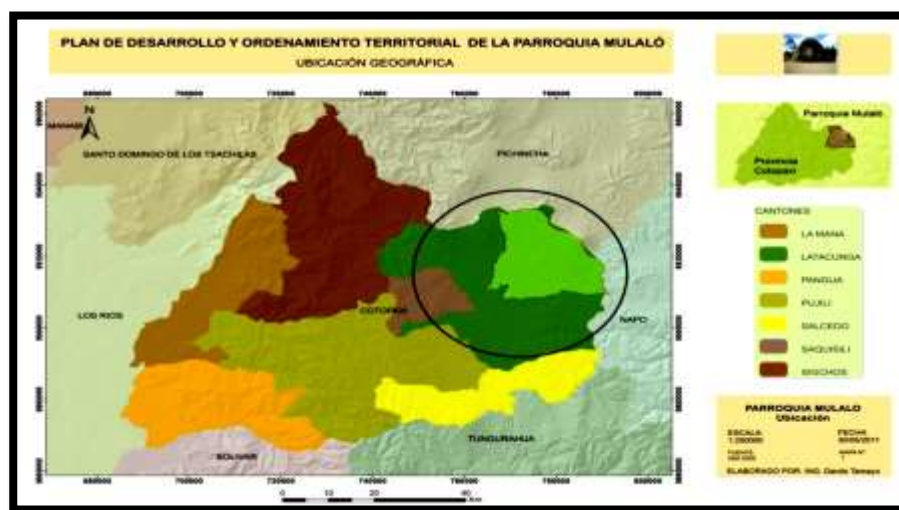
BARRIOS EN LA PARROQUIA	
N°	NOMBRE
1	Chinchil de Robayos
2	Chinchil de Villamarín
3	Churo Pinto Santa Catalina
4	Colcas Zona de Protección
5	El Caspi
6	El Rosal
7	La Libertad
8	Macaló Chico
9	Macaló Grande
10	Callo Mancheno
11	Mulaló Centro

CONTINÚA



12	Quisinche Alto
13	Rumipamba de Espinozas
14	Rumipamba de San Isidro
14	Rumipamba de Villacís
15	Salatilín
17	San Antonio de Limache
18	San Francisco de Espinozas
19	Ticatilín
20	Trompucho
21	La Dolorosa Barrancas
<b>COMUNIDADES DE LA PARROQUIA</b>	
1	Ashingua
2	Joseguango Alto
3	San Agustín de Callo
4	San Bartolo Tanitan
5	San Ramón
6	Langualó Grande

**Fuente:** (GAD Parroquial Mulaló, 2011)



**Figura 2 Ubicación geográfica de la parroquia Mulaló**

**Fuente:** (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial , 2011)

### 3.1.4.2. Parroquia rural Once de Noviembre

Se encuentra ubicada en el sector centro sur del Ecuador, en la provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga, la parroquia es la más pequeña dentro del cantón de la Latacunga, y se ubica en el margen Noroccidente de dicho Cantón.

Limita al Norte con la parroquia de Poaló, al Sur con el Cantón Pujilí, al Este con la parroquia Eloy Alfaro y al Oeste con la parroquia la Victoria, perteneciente al cantón Pujilí.



**Figura 3. Mapa División parroquial Mulaló**

**Fuente:** (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial , 2011)



### **3.1.5. Principales actividades económicas**

#### **3.1.5.1. Parroquia rural San Francisco de Mulaló**

La principal actividad productiva de la parroquia y a la que se dedica la mayor parte de la población se corresponde principalmente al sector primario de la economía, sobre sale la ganadería, agricultura de autoconsumo y la floricultura, esta última es la que otorga mayor generación de empleo, por su parte también está la pequeña industria láctea tiene su espacio reconocido con su principal producto “queso fresco” que permite tener un mercado local para los productores de leche y fuentes de trabajo, la minería se hace presente principalmente en la parte norte de la parroquia con la explotación de piedra pómez (chasqui) y material pétreo (piedra, arena, ripio ) del sedimento de las erupciones del volcán Cotopaxi.

La actividad turística en la parroquia es poco aprovechada sin embargo por su ubicación geográfica posee grandes atractivos naturales tales como el Cerro de Callo, La Piedra Chilintosa y Santa Bárbara en las faldas del majestuoso volcán Cotopaxi.

##### **➤ Infraestructuras lácteas**

La parroquia es una de las principales zonas de industrialización de la leche ya que en la provincia se cuenta con alrededor de 160 microempresas queseras de las cuales 25 se encuentran en la parroquia lo que representa el 25% a nivel provincial, en donde se procesa alrededor de 38.000 litros diarios de leche, de los cuales se procesan la leche producida en el sector rural en general de la parroquia alrededor de 20.000 litros más 18.000 litros aproximadamente de otros sectores rurales fuera de la parroquia.

Las 24 microempresas producen diariamente 9.240 quesos, 1500 litros de yogurt 1000 litros de leche procesada y 28.600 litros de suero producido, generando empleo a un número aproximado de 115 personas.

Tabla 5

## Micro Empresas Lácteas – Mulaló

<b>MULALÓ CENTRO</b>	
<b>N°</b>	<b>Nombre de la Empresa</b>
1	Lácteos Latacunga
2	Lácteos Ramírez e Hijos
3	ECUALAC
4	Lácteos María Belén
5	Lácteos El Marqués
6	Lácteos Primavera
7	Lácteos Cotopaxi
<b>EL ROSAL</b>	
8	FRILAC
9	Lácteos JR
10	Lácteos San Jorge JC
11	Lácteos Joel
12	JC
<b>JOSE GUANGO ALTO</b>	
13	Lácteos Alfonso Toapanta
14	Lácteos Rosario Rodríguez
15	Lácteos Alberto Martínez
16	Lácteos Carlota Ávila
17	Lácteos Patricio Zapata
18	Lácteos Ramiro Cumbagín
19	Lácteos Guido Monteros
20	Lácteos Carlos Guano
<b>RUMIPAMBA DE ESPINOZAS</b>	
21	MC La Purísima
22	Lácteos Rumipamba
<b>SALATILÍN</b>	
23	Lácteos San Luis
<b>LA LIBERTAD</b>	
24	Quesos Santa Martha

**Fuente:** (GAD Parroquial Mulaló, 2011)

➤ **Ganadería**

Existen alrededor de 25 haciendas dedicadas a la ganadería.

**Tabla 6**

**Haciendas Ganaderas - Mulaló**

<b>SECTOR</b>	<b>UBICACIÓN</b>
Barrancas (Silvio Villagómez)	La Dolorosa de Barrancas
La Dolorosa H. Fernando Lazcano	La Dolorosa de Barrancas
H. Sra Leonor Sánchez	La Dolorosa de Barrancas
Macalo Grande Gonzalo Tapia	Macalo Grande
Rumipamba	San Isidro
La Nueva Esperanza	Colcas
San Agustín de Callo	Miñón Plaza/San Agustín Callo
Callo Isinche	San Agustín
La Rinconada	E Caspi
Los Nevados	Santa Rita
Machay	San Agustín
Ilitio	Ran Ramón
Dolores del Carmen	Macalo Grande
Callo Mancheno	Mancheno
Calloboyero	Mancheno
El Tambo	Mulaló Centro
Coporación Santa Anita	San Francisco
La Victoria	Rumioamba de Espinozas
Hato Verde	San Francisco
San Francisco	San Francisco
H. Tuluchi	Langualo Grande
H. Tanitan	Langualo Grande
Limache 1	No producen
Limache 2	No producen leche
Santa Susana	No producen leche

**Fuente:** (GAD Parroquial Mulaló, 2011)

➤ **Agricultura**

**Tabla 7**

**Principales cultivos- Mulaló**

<b>CULTIVOS Y USO EN LA PARROQUIA MULALÓ</b>				
<b>Cultivos principales</b>	<b>Orden</b>	<b>%</b>	<b>% Consumo</b>	<b>% Venta</b>
Maíz	1	29.31	84	16
Papas	2	27.59	57	43
Habas	3	12.07	68	32
Choclo	4	6.90	90	10
Fréjol	5	6.90	70	30
Cebada	6	5.17	10	90
Huertos Familiares	7	1.72	100	
Otros *	8	1.72	90	10

**Fuente:** (GAD Parroquial Mulaló, 2011)

➤ **Florícolas**

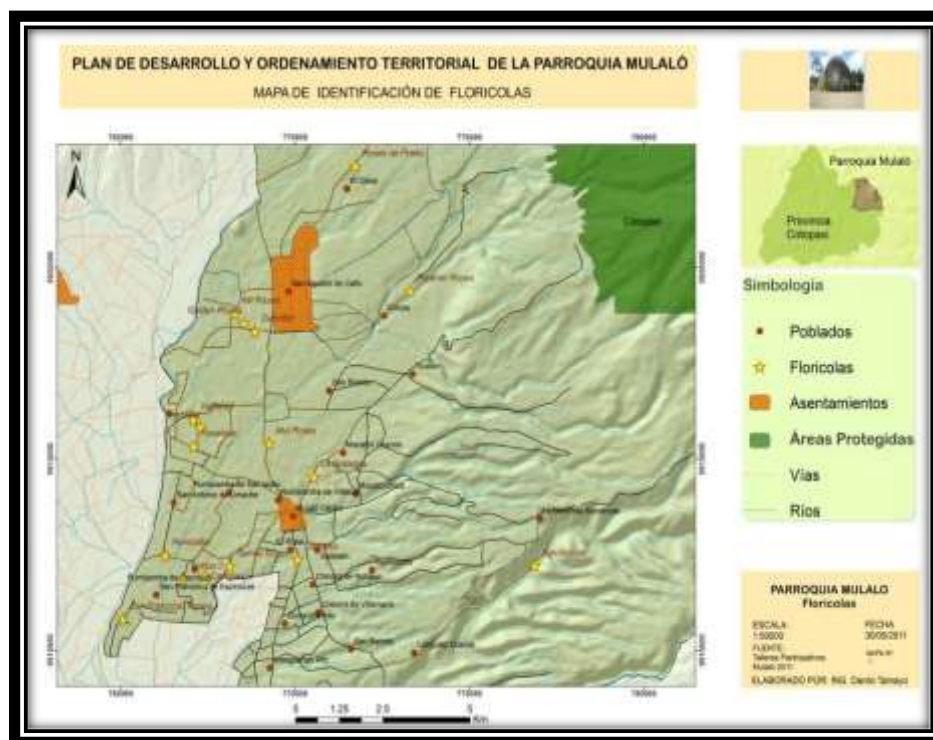
En la parroquia existen alrededor de 16 Florícolas, las mismas que se presenta en el siguiente mapa:

**Tabla 8**

**Florícolas- Mulaló**

<b>FLORICOLAS DE MULALÓ</b>		
<b>N°</b>	<b>SECTOR</b>	<b>FLORICOLA</b>
1	Colcas Zona de Protección y Albergue	Paramoroses
2	Rumipamba de Espinosas	Agrocox
3	Rumipamba de Espinosas	Pamboflor
4	Rumipamba de Espinosas	Continex
5	Rumipamba de Villacís	Rosas de Mulaló

**Fuente:** (GAD Parroquial de Mulaló, 2015)



**Figura 4. Mapa de identificación de Florícolas**

**Fuente:** (GAD Parroquial de Mulaló, 2015)

➤ **Crianza de especie menores**

Las familias de la parroquia Mulaló también se dedican a la crianza de especie menores como aves de corral, cuyes, conejos y la crianza de chanchos.

### 3.1.5.2. Parroquia rural Once de Noviembre y Mulaló

#### 3.1.6. Flora

##### 3.1.6.1. Flora Parroquia Mulaló



##### 3.1.6.2. Flora parroquia Once de Noviembre.



### 3.1.7. Fauna

#### 3.1.7.1. Fauna parroquia Mulaló



### 3.1.7.2. Fauna parroquia Once de Noviembre.





### 3.1.8. Identificación de las principales atracciones

#### 3.1.8.1. Parroquia rural Once de Noviembre

Según datos y registros levantados en la Provincia de Cotopaxi y el Cantón Latacunga, la Parroquia Once de Noviembre no cuenta con atractivos turísticos identificados, registrados o inventariados, estos datos corresponden al año 2011, de la información obtenida que corresponde a los talleres participativos, levantamiento de información de registros administrativos, en instituciones como: Dirección de Turismo del Municipio de Latacunga, Concejo Provincial de Cotopaxi, Instituto de Patrimonio Cultural, Ministerio del Ambiente, y en los datos de los diferentes planes que tiene el cantón y la provincia, no se tiene dato alguno que ayude a la planificación y elaboración del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Once de Noviembre. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia de Mulalo, 2015)

### 3.1.9. Prestadores de Servicios Turísticos

#### 3.1.9.1. Parroquia Rural Mulaló

**Tabla 9**

#### Hospedaje dentro de la parroquia Mulaló y alrededores

N°	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	CATEGORIA			
			Alim	tv	bar
1	SAN AGUSTIN DEL CALLO	HOSTERIAS	x	x	x
2	HOSTERIA LAIGUA	HOSTERIAS	x	x	
3	CABAÑA LOS VOLCANES	HOSTERIAS	x	x	x
4	LA CIENEGA	HOSTERIAS	x	x	x
5	LA QUINTA COLORADA	HOSTERIAS	x	x	x
6	CUELLO DE LUNA	HOSTERIAS	x	x	x
7	REFUGIO JOSE F. RIVAS	REFUGIO	x	x	x

**Fuente:** (GAD Parroquial Mulaló, 2011)

**Tabla 10****Establecimientos de Alimentación - Mulaló**

N°	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	TIPO	CAPACIDAD	ESPECIALIDAD	TIPO DE SERVICIO
1	HUAGRA CORRAL	RESTAURANTE	12		

**Fuente:** Trabajo de Campo

La lista de agencias de viajes y operadoras turísticas que se muestra a continuación corresponde aquellas que se encuentran ubicadas en la ciudad de Latacunga que en su mayoría realizan expediciones a dos de los atractivos más importantes de la Provincia tales como el Volcán Cotopaxi y la Laguna Quillota pudiendo de esta manera incluir en su oferta turística la visita a las parroquias Mulaló y Once de Noviembre en la modalidad de turismo rural.

**Tabla 11****Agencias de viajes y operadores turísticos - Mulaló**

N°	NOMBRE	CATEGORÍA
1	METROPOLITAN TOURING	INTERNACIONAL
2	LATUIR S.A.	INTERNACIONAL
3	SEITUR	INTERNACIONAL
4	DELGADO TRAVEL	INTERNACIONAL
5	ADAZ TOUR	INTERNACIONAL
6	ALOHA TRAVEL	DUALIDAD
7	SELVA NIEVE EXPEDICIONES	OPERADORA
8	TOBAR EXPEDITIONS	OPERADORA
9	EXPEDITION VOLCANO ROUTE	OPERADORA
10	NEIGES	OPERADORA
11	ZONA VERDE EXPEDICIONES	OPERADORA
12	MARCELO ARAQUE EXPEDICIONES CIA. LTDA	OPERADORA
13	ESTABUL TOURS	OPERADORA

**CONTINÚA**



14	RINALLACTATOURISM OPERATOR	OPERADORA
15	SUMAGÑAN EXPEDITION	OPERADORA
16	LIMPIAPUNGO TOURS	OPERADORA
17	GREIVAG TURISMO	OPERADORA
18	BOLICHETOURLS	OPERADORA
19	BERRAZUETA & BERRAZUETA	OPERADORA

**Fuente:** (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial , 2011)

#### **a) transporte internacional**

- ⊗ Aeropuerto de Guayaquil José Joaquín de Olmedo
- ⊗ Aeropuerto de Quito Mariscal Sucre

#### **a) transporte nacional**

- ⊗ Aeropuerto Internacional Cotopaxi
- ⊗ Cooperativa de Transporte de Buses Cotopaxi
- ⊗ Cooperativa de Transportes Latacunga
- ⊗ Cooperativa de Transportes Ciro
- ⊗ Compañía Intracc
- ⊗ Cooperativa Transportes Magdalena

#### **b) transporte local**

Cooperativa de Transporte Mulaló

#### **c) Artesanías**

En la parroquia Mulaló en la actualidad no se elaboran artesanías.

### 3.1.9.2. Parroquia Once De Noviembre

**Tabla 12**

#### **Establecimientos Hospedaje y alrededores - Once de Noviembre**

N°	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	CATEGORIA	SERVICIOS		
			alim	tv	bar
1	HOSTAL RESIDENCIAL RUMI WASI	HOSTAL	X	X	

**Fuente:** Trabajo de Campo

**Tabla 13**

#### **Establecimientos de Alimentación – Once de Noviembre**

N°	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	TIPO	CAPACIDAD
1		PICANTERÍA	12
2		PICANTERÍA	15
3		PICANTERIA	20

**Fuente:** Trabajo de Campo

La lista de agencias de viajes y operadoras turísticas que se muestra a continuación corresponde aquellas que se encuentran ubicadas en la ciudad de Latacunga, que en su mayoría realizan expediciones a dos de los atractivos más importantes de la Provincia, tales como, el Volcán Cotopaxi y la Laguna Quilotoa pudiendo de esta manera incluir en su oferta turística la visita a las parroquias Mulaló y Once de Noviembre en la modalidad de turismo rural.

**Tabla 14****Agencia de viajes u operadores turísticos – Once de Noviembre**

N°	NOMBRE	CATEGORÍA
1	METROPOLITAN TOURING	INTERNACIONAL
2	LATUIR S.A.	INTERNACIONAL
3	SEITUR	INTERNACIONAL
4	DELGADO TRAVEL	INTERNACIONAL
5	ADAZ TOUR	INTERNACIONAL
6	ALOHA TRAVEL	DUALIDAD
7	SELVA NIEVE EXPEDICIONES	OPERADORA
8	TOBAR EXPEDITIONS	OPERADORA
9	EXPEDITION VOLCANO ROUTE	OPERADORA
10	NEIGES	OPERADORA
11	ZONA VERDE EXPEDICIONES	OPERADORA
12	MARCELO ARAQUE EXPEDICIONES CIA. LTDA	OPERADORA
13	ESTABUL TOURS	OPERADORA
14	RINALLACTATOURISM OPERATOR	OPERADORA
15	SUMAGÑAN EXPEDITION	OPERADORA
16	LIMPIAPUNGO TOURS	OPERADORA
17	GREIVAG TURISMO	OPERADORA
18	BOLICHETOURLS	OPERADORA
19	BERRAZUETA & BERRAZUETA	OPERADORA

**Fuente:** (Jefatura de Turismo de Cotopaxi , 2014)

**a) transporte internacional**

- ⊗ Aeropuerto de Guayaquil José Joaquín de Olmedo
- ⊗ Aeropuerto de Quito Mariscal Sucre

**b) transporte nacional**

- ⊗ Aeropuerto Internacional Cotopaxi
- ⊗ Cooperativa de Transporte de Buses Cotopaxi
- ⊗ Cooperativa de Transportes Latacunga
- ⊗ Cooperativa de Transportes Ciro
- ⊗ Compañía Intracc
- ⊗ Cooperativa Transportes Magdalena

### **c) Transporte local**

En la actualidad la parroquia Once de Noviembre no cuenta con un sistema de transporte público, a esta parroquia se puede acceder mediante vehículo propio o a través de las cooperativas de taxis que operan en los poblados más cercanos a la parroquia tales como Latacunga y Pujilí.

### **d) Artesanías**

La información recopilada en los talleres y mesas de trabajo realizados en la parroquia rural Once de Noviembre el mes de julio del 2015 a los dirigentes barriales se determinó que la actividad artesanal en la parroquia carente, sin embargo se realizan figuras en fibra de vidrio cotizadas a nivel nacional, no ha existido evolución en este aspecto ya que de acuerdo a estudios previos realizados en el 2011 se registró la actividad artesanal, según el estudio del componente turismo realizado, se identifica además que los primeros pobladores de la Parroquia Once de Noviembre poseían en sus bienes grandes telares, en los que se fabricaban ponchos, cobijas y chalinas elaborados con lana de borrego, en la actualidad esta práctica ha desaparecido.

Los principales problemas que imposibilitaron a la población continuar con esta importante actividad radica principalmente en que las nuevas generaciones se vieron sumergidas en el impacto del desarrollo y sobre todo en la necesidad de satisfacer sus necesidades básicas y acceder a una mejor condición de vida, lamentablemente para conseguir esto se desplazaron de su lugar de origen desplazando al mismo tiempo la continuidad de su potencial artesanal abandonando de completo sus labores y su terruño.

Por otro lado la desvalorización de estas actividades por parte de población en general, la falta de capacitación, la limitada especialización e innovación y los escasos recursos de inversión también han influido en el cese de la actividad dejando a la parroquia de cierta manera sin identidad y sin la capacidad de generar ingresos económicos mediante negocios artesanales provocando indirectamente el estancamiento del desarrollo parroquial.

## Historia, Costumbres y Tradiciones.

**Tabla 15**

### Historia de la parroquia, visto desde la comunidad

HISTORIA DE LA PARROQUIA (Identidad, Valores Culturales)	DESCRIPCIÓN
Historias de los acontecimientos previos a la Parroquialización.	Anteriormente se la conocía como Caserío de San José de Llinchisi el mismo que formaba parte del Cantón Latacunga, como un barrio más de dicho cantón, y por decreto de Autoridades el 9 de junio de 1938 se decreta a parroquia Once de Noviembre.
Conocimientos en gastronomía.	En los inicios de la parroquia los asentamientos humanos se dedicaban a la fabricación de telares, por cuanto la misma comunidad tenía borregos en sus pastoreos y luego obtener la lana, quedando el borrego para el consumo y la comercialización. En la alimentación desde siempre se caracterizó por el consumo del cuy y conejo acompañado de las papas y la chicha de jora, por tradición se conoce que este plato tiene proteínas muy importantes y que sobre todo su carne no es dañina para la salud.
Historia de la Parroquia Once de Noviembre.	La parroquia Once de Noviembre toma el nombre, después de la batalla y la independencia de Latacunga, antes de que lleve el nombre, Once de Noviembre primero fue el caserío de Llinchisi, y se eleva a parroquia el 9 de junio de 1938.
Historia pre-inca, inca y colonial.	Rutas montañosas y caminos de herradura con la presencia de grandes chozas de paja, y la forma de supervivencia era el intercambio de productos con las otras provincias del país especialmente en la zona norte del país y parte de la costa Ecuatoriana.

**Fuente:** (GAD Parroquial Once de Noviembre, 2011)

**Tabla 16****COSTUMBRES Y TRADICIONES HISTÓRICOS DE LA PARROQUIA**

COSTUMBRES Y TRADICIONES		
COSTUMBRES	UBICACIÓN	DESCRIPCIÓN
Casa de la señora Zoila Calvopiña.	Barrió Central de Once de Noviembre.	Primera infraestructura de adobe y teja con más de 100 años de construcción, que sirvió como la primera escuela de la parroquia.
Casa del señor Leopoldo Orbea.	En el centro de la Parroquia.	Infraestructura de adobe y teja con más 100 años de construcción, que sirvió establecimiento educativo en la parroquia.
Casa del señor Adán Corrales.	Centro de la parroquia.	Infraestructura de adobe y teja con más de 60 años de construcción, Funcionamiento del registro civil de la parroquia.
Casa de la señora Dominica de Estrella.	Centro de la parroquia.	Construcción de adobe y teja con más de 100 años de construcción, en la que funciona la primera fábrica de telares, en la que se fabricaba ponchos, cobijas y chalinas con lana de borrego.
El 11 de Noviembre.	Toda la parroquia.	Fiestas Parroquiales, las festejan con variedad de actividades culturales y artísticas (el desfile tradicional de la mamá negra, comparsas, juegos pirotécnicos, bandas de pueblo etc.).
El 12 de diciembre.	Toda la parroquia.	Fiestas en honor a la Virgen de Guadalupe.
Del 21 al 26 de noviembre.	Barrió Cristo Rey.	Fiestas en honor al patrono, Cristo Rey.
El 24 de junio.	Las Parcelas.	Fiestas en honor a San Juan.
Entre el 8 y 12 de Mayo.	Barrió Plaza Arenas.	Fiestas del día de las madres y al patrono Jesús del Gran Poder.
Conejo, cuy con papas acompañado de chicha de jora.	Toda la parroquia.	Reconocimiento del plato típico de la parroquia.

**Fuente:** (GAD Parroquial Once de Noviembre, 2011)



**Tabla 17****Infraestructura cultural – Once de Noviembre**

Asentamiento/ localidad sitio ó lugar	Parque o Plaza adecuados para cultura y artes	Estado. B,R,M	Manejo Privado o Público	Uso	Existe Teatro u otro espacio
Barrió Centro.	Parque Central.	Regular.	Público /, Junta Parroquial.	Eventos Públicos.	No
Barrió Cristo Rey.	Plazoleta.	Regular.	Publico junta parroquial.	Eventos públicos.	No
Barrió Centro.	Iglesia Parroquial.	Regular, fue restaurado después del sismo de 1982.	Curia.	Eventos religiosos.	No
Plaza Arena.	Plazoleta.	Regular.	Comunidad.	Eventos Públicos, fiestas del barrio, corrida de toros.	No
San Gerardo.	Plazoleta.	Regular.	Comunidad.	Eventos públicos, corrida de toros, festividades.	No
San Alfonso.	Plazoleta.	Regular.	Comunidad.	Eventos públicos, corrida de toros, festividades.	No
Barrió Centro.	Casa del pueblo.	Bueno.	Junta Parroquial.	Vivienda médicos del sub centro de salud.	No

**Fuente:** (GAD Parroquial Once de Noviembre, 2011)

**Tabla 18****Cuadro de problemas- Once de Noviembre**

CUADRO DE PROBLEMAS	
SITIOS HISTORICOS.	SIN DOCUMENTACIÓN.
LUGARES NATURALES	SIN INFRAESTRUCTURA.
MANIFESTACIONES CULTURALES.	SIN SUSTENTO Y VALORIZACIÓN.
PATRIMONIO HISTORICO.	SIN REGISTRO.
TEXTOS PEDAGOGICOS SOBRE LA HISTORIA DE LA PARROQUIA.	NO EXISTEN.
ACTIVIDADES Y FESTIVIDADES POPULARES.	FALTA DE PARTICIPACIÓN POR LOS JOVENES Y NIÑOS.
BIBLIOTECA.	NO EXISTE.

**Fuente:** (GAD Parroquial Once de Noviembre, 2011)

## 3.2. ANÁLISIS Y SISTEMATIZACIÓN DE RESULTADOS

### 3.2.1. Encuesta aplicada al Sector Empresarial de Mulaló

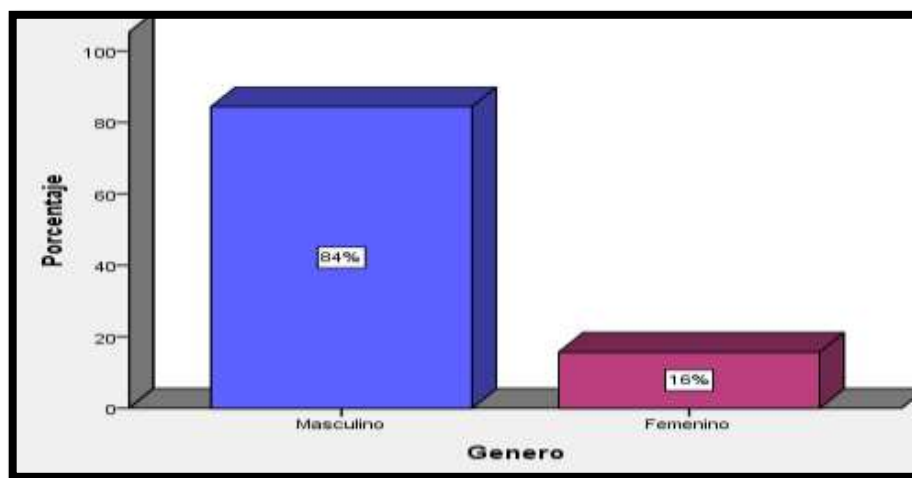
#### PARROQUIA SAN FRANCISCO DE MULALÓ ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Encuesta fue aplicada a 32 empresarios de la Parroquia San Francisco de Mulaló.

**Tabla 19**

**Genero**

	Genero	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Masculino	27	84,4
	Femenino	5	15,6
	Total	32	100,0



**Figura 5: Genero**

#### **Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas al sector empresarial de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 84% de los empresarios encuestados pertenecen al género masculino mientras que el 16% pertenecen al género femenino.

#### **Análisis.**

El Sector Empresarial de la parroquia rural Mulaló en su mayoría está liderado por el género masculino.

Tabla 20:

## Edad

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	De 18 a 20 años	1	3,1
	De 21 a 30 años	6	18,8
	De 31 a 40 años	9	28,1
	De 41 a 50 años	5	15,6
	Más de 50 años	11	34,4
Total		32	100,0

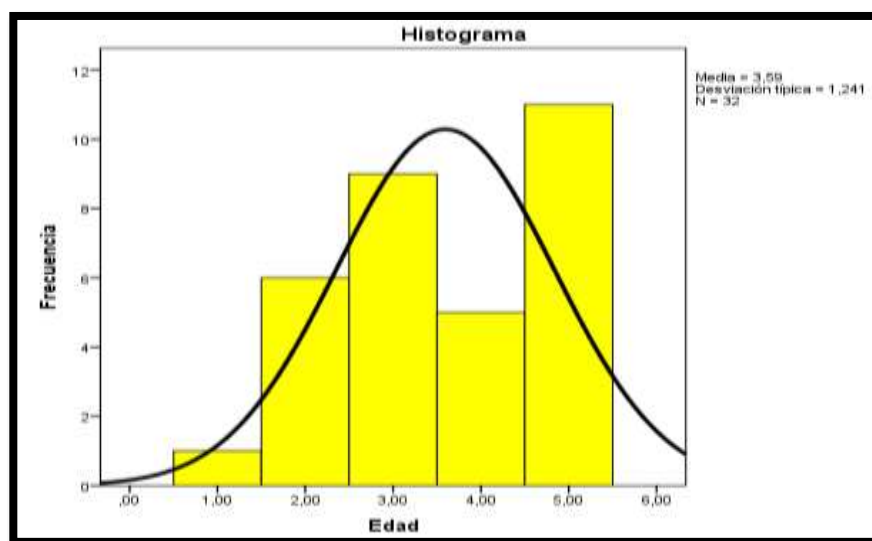


Figura 6: Edad

**Interpretación.**

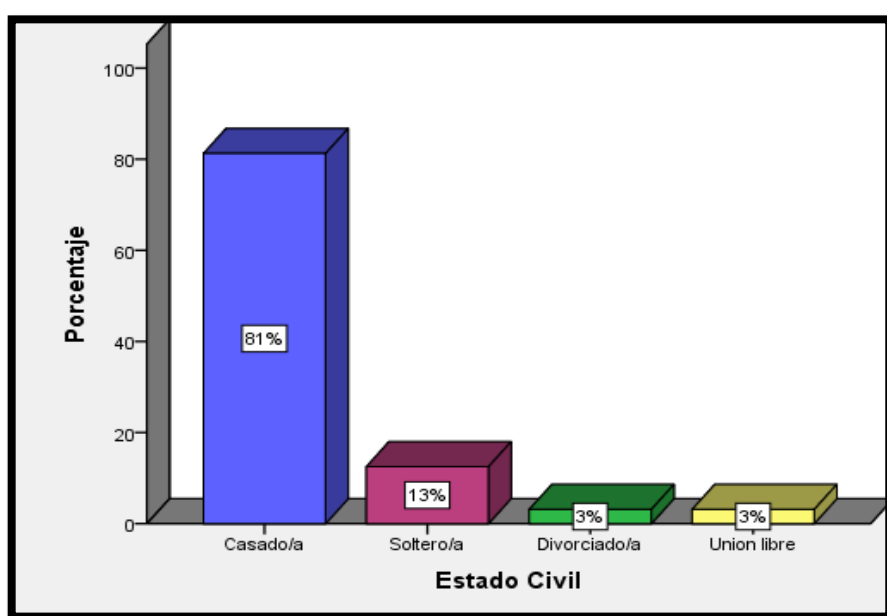
Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas al sector empresarial de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 84% de los empresarios encuestados tienen más de 50 años de edad, seguido del 28% quienes tienen de 31 a 40 años, por su parte el 18% corresponde a las personas de 21 a 30 años, mientras que el 3% incluye aquellos que tienen de entre 18 a 21 años de edad.

**Análisis.**

El Sector Empresarial de la parroquia rural Mulaló está constituido en su mayoría por personas mayores de 50 años, si bien es cierto los paradigmas e ideologías de las personas adultas son elementos difíciles de cambio y adaptación ante lo nuevo y diferente, es posible lograrlo cuando se explica de manera certera a las personas el beneficio que en este caso la actividad turística puede representar para mejorar sus condiciones de vida, así mismo cuando estas se enfrenan ante problemas empresariales permite modificar su pensamiento, generando así aceptación a las alternativas que brinden una posible solución a los mismos.

**Tabla 21:****Estado Civil**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Casado/a	26	81,3
	Soltero/a	4	12,5
	Divorciado/a	1	3,1
	Unión libre	1	3,1
	Total	32	100,0

**Figura 7: Estado Civil****Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas al sector empresarial de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 81% de los empresarios encuestados está casado, el 13% están solteros, por su parte el 3% corresponde a las personas divorciadas, mientras que el otro 3% incluye aquellas personas que se encuentran en unión libre.

**Análisis.**

El Sector Empresarial de la parroquia rural Mulaló está constituido en su mayoría por personas que de manera formal o informal se encuentran en unión con otra persona.

Tabla 22:

## Sector o barrio donde vive

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	El Rosal	4	12,5
	Joseguango Alto	5	15,6
	Joseguango Grande	1	3,1
	Centro de Mulaló	17	53,1
	Rumipamba de Espinozas	1	3,1
	Quisinche Alto	1	3,1
	Macalo grande	1	3,1
	Ninguna	2	6,3
Total		32	100,0

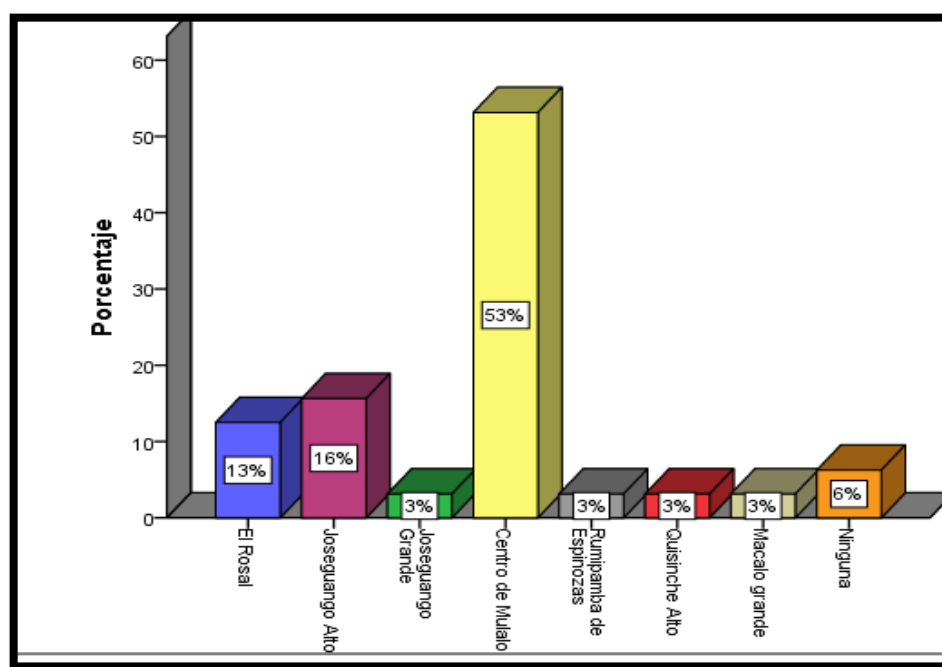


Figura 8: Sector o barrio donde vive

## Interpretación.

De acuerdo a los datos obtenidos en las encuestas aplicadas al sector empresarial de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 53% de los empresarios encuestados viven en el Centro de Mulaló, seguido del 16% quienes viven en Joseguango Alto, por su parte el 13% corresponde a las personas que viven en El Rosal.

Tabla 23:

## Número de integrantes de su familia

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Dos personas	5	15,6
	Tres personas	4	12,5
	Cuatro personas	4	12,5
	Cinco personas	15	46,9
	Más de 5 personas	4	12,5
Total		32	100,0

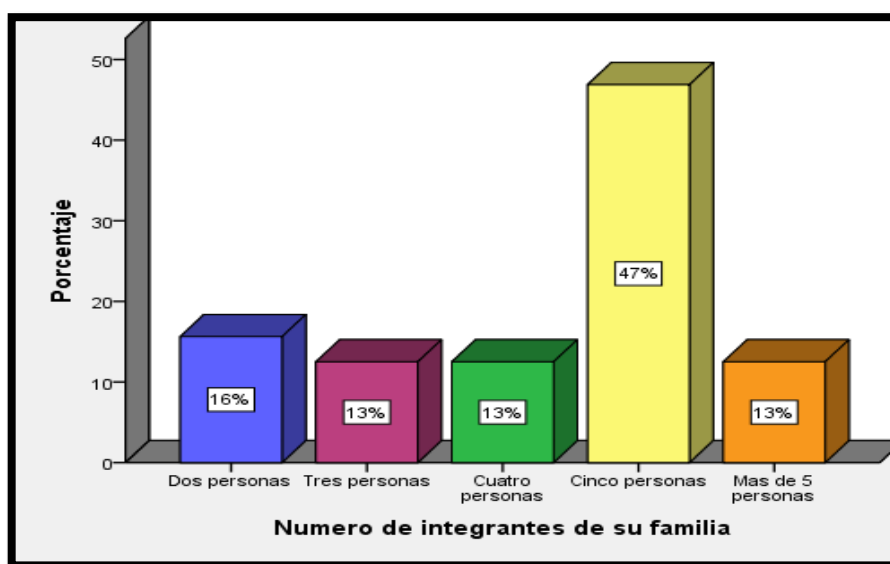


Figura 9: Número de integrantes por familia

**Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas al sector empresarial de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 47% de los empresarios encuestados tienen familias conformadas por cinco personas, el 16% por dos personas, mientras que en porcentajes iguales del 13% incluye aquellas personas cuyas familias están conformadas por tres, cuatro y más de 5 personas.

**Análisis.**

El Sector Empresarial de la parroquia rural Mulaló en su mayoría está conformada por familias grandes de cinco y más personas lo que significa que se generan mayores gastos familiares que en ocasiones los ingresos de sus actividades productivas difícilmente los pueden cubrir en su totalidad.

Tabla 24:

## Nivel de estudios

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Primaria	9	28,1
	Secundaria	7	21,9
	Bachillerato	11	34,4
	Superior	4	12,5
	Posgrado	1	3,1
	Total	32	100,0

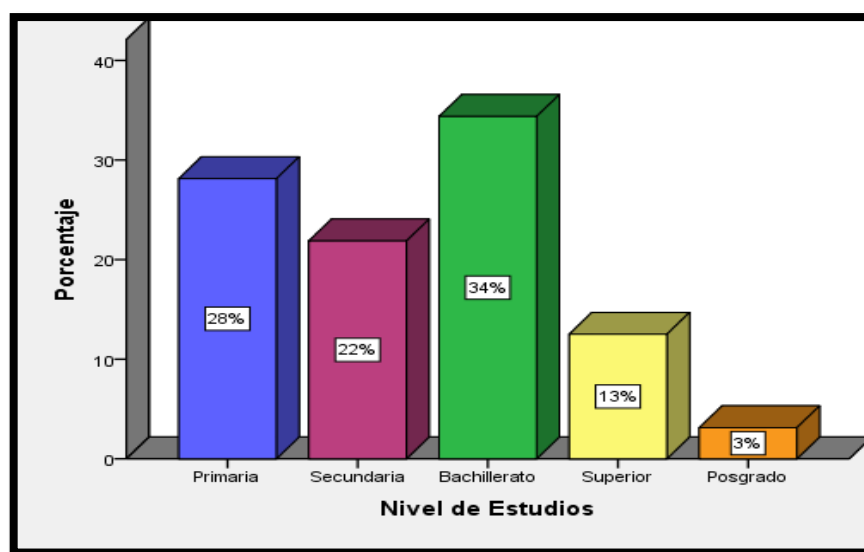


Figura 10: Nivel de estudios

**Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas al sector empresarial de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 34% de las personas que tienen un negocio han llegado al bachillerato, el 28% manifiesta haber cruzado la primaria, el 22% a alcanzado el nivel secundario, el 13% incluye aquellas personas que tienen título de tercer nivel, mientras que tan solo el 3% tiene posgrados.

**Análisis.**

El nivel de educación facilita el acceso a una mejor calidad de vida, minimiza el impacto de la pobreza de los individuos, y permite potencializar sus capacidades, en el caso de la mayor parte de las personas de la parroquia Mulaló que cuentan con un negocio, no han alcanzado el nivel de educación superior, volviendo vulnerable a esta población y limitándolos a participar ante una sociedad que se ha vuelto cada vez más competitiva y permitiendo de cierta manera que las grandes industrias opaquen a los trabajos tradicionales del sector rural, tales como la ganadería, agricultura, floricultura, entre otras.

Tabla 25:

## Actividad Productiva

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Ganadería	3	9,4
	Agricultura	3	9,4
	Pecuaria	1	3,1
	Floricultura	2	6,3
	Extracción Forestal	1	3,1
	Extracción Minera	2	6,3
	Servicios	11	34,4
	Producción de Lácteos	6	18,8
	Avicultura	2	6,3
	Fabricación de muebles	1	3,1
	Total	32	100,0

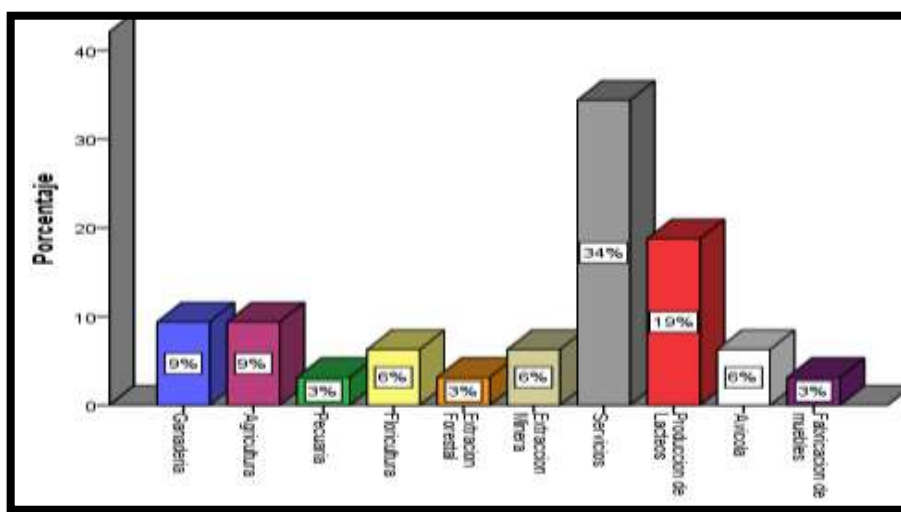


Figura 11: Actividad Productiva

## Interpretación.

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas al sector empresarial de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 34% de las personas con negocios que han sido encuestadas señalan que su actividad económica está ligada al sector de servicios, el 19% manifiesta que se dedica a la producción de lácteos, seguido del 9% que se dedican a la ganadería y agricultura, el 6% se dedica a la floricultura y avicultura, mientras que tan solo el 3% señala dedicarse a la fabricación de muebles.



Tabla 26:

## Sector de la actividad productiva

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	El Rosal	4	12,5
	Joseguango Alto	3	9,4
	Joseguango Grande	1	3,1
	Centro de Mulaló	17	53,1
	Rumipamba de Espinozas	1	3,1
	Quisinche Alto	1	3,1
	La Libertad	2	6,3
	Paramo San Elías	1	3,1
	Ninguno	2	6,3
	Total	32	100,0

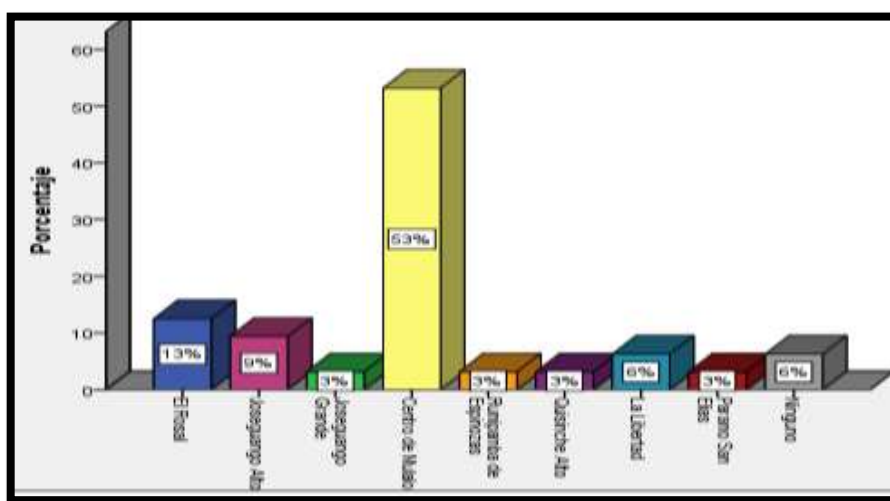


Figura 12: Sector de la actividad productiva

## Interpretación.

De acuerdo a los datos arrojados en la encuestas se determina que el 53% de los empresarios encuestados realiza su actividad productiva en el Centro de Mulaló, seguido del 12% quienes señalan que las desarrollan en el barrio el Rosal, el 9% se encuentra en Joseguango Bajo, mientras que en porcentajes iguales del 3% tiene sus negocios y empresas en Joseguango Grande, Rumipamba de Espinosas, Quisinche Alto y en el Paramo de San Elías.

## Análisis.

En base a estas estadísticas es posible señalar que la mayor concentración de empresas de la zona se encuentra en el centro de Mulaló así como en los sectores más cercanos a este, en el caso de generar proyectos turísticos estos se deben centralizar principalmente en estos sectores, e ir anexando aquellas empresas que se encuentren más alejadas, mismas que deberán tener las condiciones y la predisposición de sus dueños para generar actividad turística.

Tabla 27:

**Aceptación de emprendimientos turísticos**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	29	90,6
	No	3	9,4
	Total	32	100,0

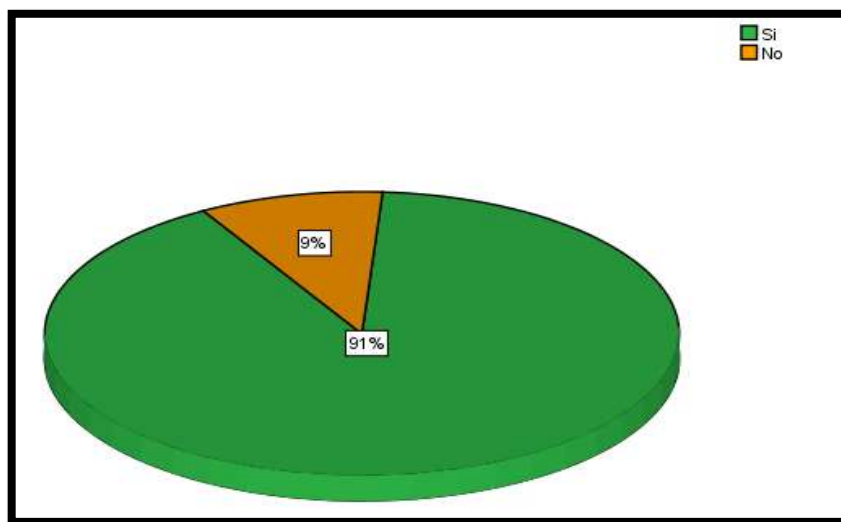


Figura 13: Aceptación de emprendimientos turísticos

**Interpretación.**

De acuerdo a los datos arrojados en la encuestas se determina que al 91% de los empresarios encuestados le gustaría generar un emprendimiento turístico a partir de su actividad productiva diaria para mejorar sus ingresos económicos, mientras que el 9% restante manifiesta lo contrario.

**Análisis.**

Gran parte de las personas que se dedican a la industria láctea, agricultura, ganadería, florícolas, servicios entre otras esta consiente que la actividad turística es una de las alternativas para mejorar sus condiciones de vida y se ve evidenciado en la aceptación que tienen para implementar actividades turísticas en base a sus actividades productivas.

Tabla 28:

## Percepción del turismo para el Sector Empresarial

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	No creo que mi negocio pueda venderse como actividad turística, para ello están los atractivos naturales y culturales.	3	9,4
	Mis actividades productivas pueden ser parte de la actividad turística, ayudándome a incrementar mis ingresos	11	34,4
	Me gustaría adaptar mi actividad productiva convencional como un emprendimiento turístico	16	50,0
	Ninguno/Sin respuesta	2	6,3
	Total	32	100,0

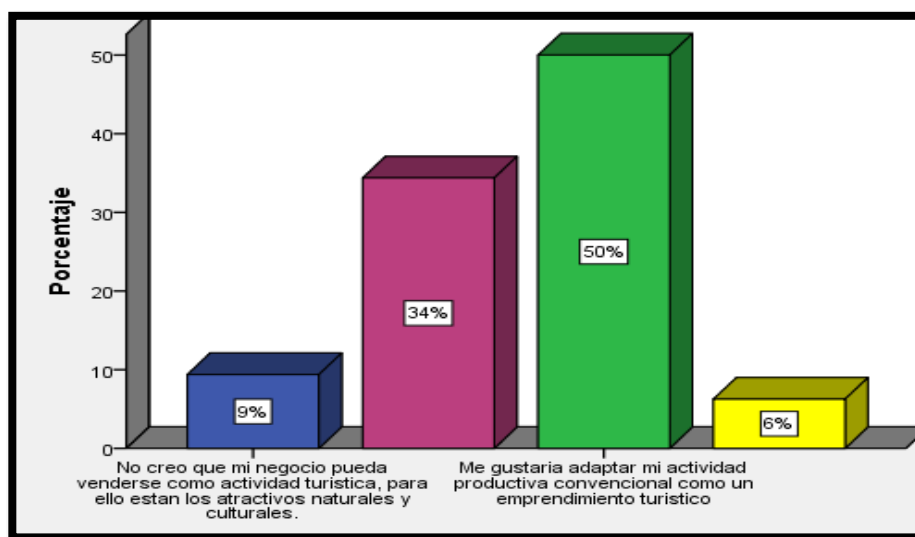


Figura 14: Percepción del turismo para el Sector Empresarial

**Interpretación:** Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas al sector empresarial de la parroquia rural Mulaló demuestran que al 50% le gustaría adaptar su actividad productiva convencional como un emprendimiento turístico, por su parte el 34% consideran que sus actividades productivas pueden ser parte de la actividad turística de la parroquia, ayudándolos a incrementar sus ingresos, mientras que el 9% restante No cree que su negocio pueda venderse como actividad turística, para y señalan que para ello están los atractivos naturales y culturales que posee la parroquia.

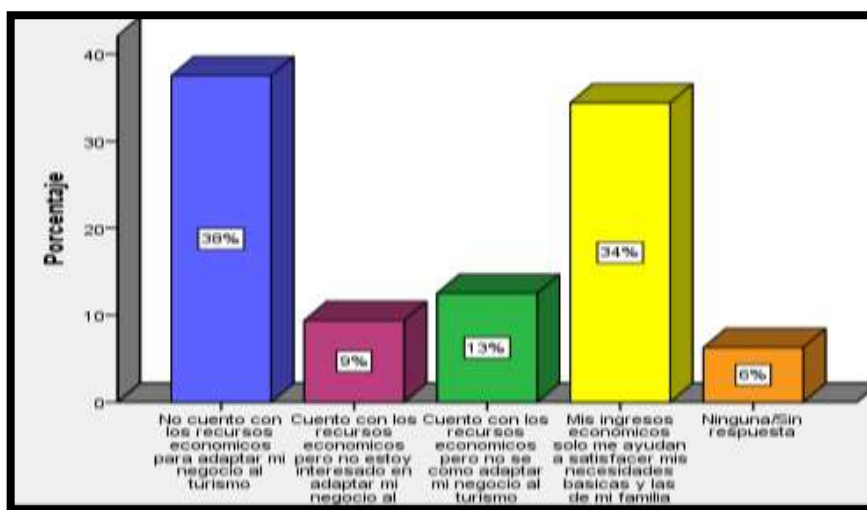
**Análisis:** El estudio realizado afirma que la mayor parte de las personas considera que el turismo puede ser una actividad económica complementaria a la habitual así como un recurso para mejorar su calidad de vida y están dispuestos a tomar este reto adaptando sus negocios a la actividad turística.

Tabla 29:

**Capacidad de inversión**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	No cuento con los recursos económicos para adaptar mi negocio al turismo	12	37,5
	Cuento con los recursos económicos pero no estoy interesado en adaptar mi negocio al turismo	3	9,4
	Cuento con los recursos económicos pero no sé cómo adaptar mi negocio al turismo	4	12,5
	Mis ingresos económicos solo me ayudan a satisfacer mis necesidades básicas y las de mi familia	11	34,4
	Ninguna/Sin respuesta	2	6,3
Total		32	100,0

Figura



15:

**Capacidad de inversión**

**Interpretación:** Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas al sector empresarial de la parroquia rural Mulaló demuestran que del 91% de empresarios que les gustaría generar un emprendimiento turístico a partir de sus actividades productivas el 37% manifiesta no contar con los recursos económicos para adaptar su negocio al turismo, por su parte para 34% la situación es más crítica ya que sus ingresos económicos solo ayudan a satisfacer sus necesidades básicas y las de su familia, la situación es distinta para el 12% de empresarios que manifiestan contar con los recursos económicos pero desconocen cómo adaptar su negocio a la actividad turística mientras que el 9% restante cuenta con los recursos económicos pero no están interesados en adaptar su negocio al turismo.

**Análisis:** En muchas de las ocasiones la aceptación y predisposición de las personas para lograr cambios en sus negocios no es suficiente, el principal limitante para ello es el factor económico que muchas de las veces solo permiten satisfacer las necesidades básicas de las familias coartando la posibilidad de emprender nuevas alternativas de negocios, presentándose así la incógnita por parte de los empresarios si de verdad vale la pena invertir en aquello.

Tabla 30:

**Acceso a préstamos bancarios**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	13	40,6
	No	19	59,4
	Total	32	100,0

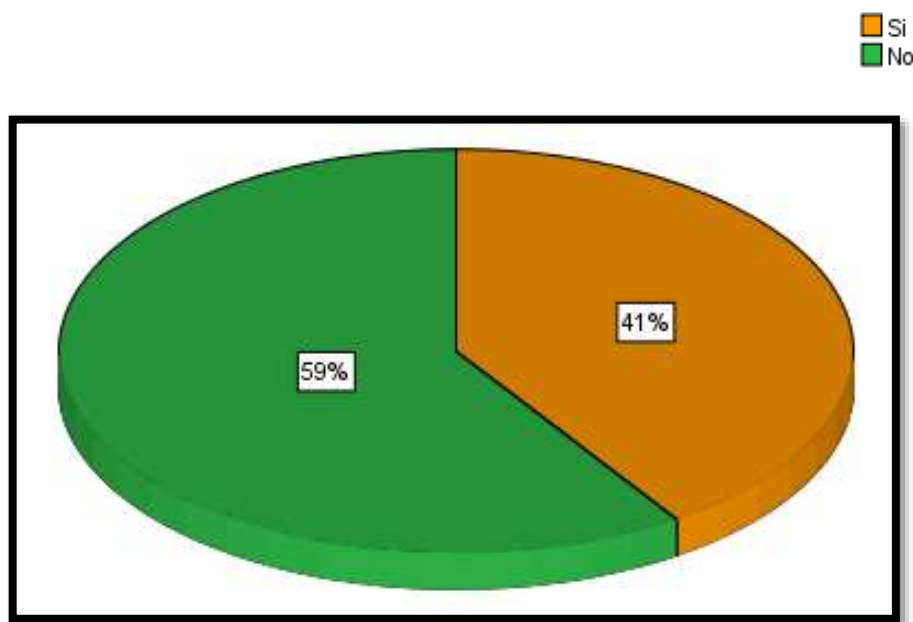


Figura 16: Acceso a préstamos bancarios

**Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas al sector empresarial de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 59% de los empresarios encuestados manifiesta no tener fácil acceso a préstamos bancarios, mientras que el 41% señala que si tiene fácil acceso a estos.

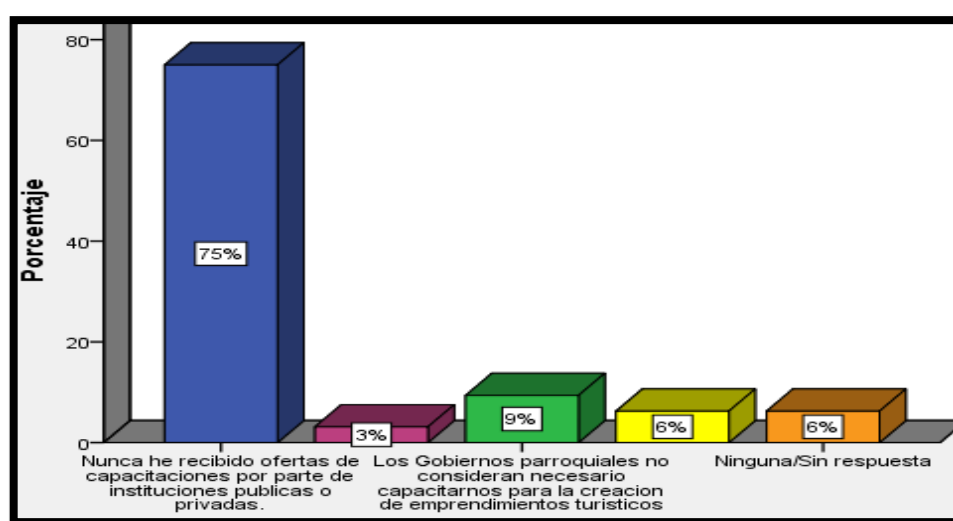
**Análisis**

Al no contar con los recursos económicos para adaptar un negocio al turismo el acceso a préstamos bancarios posibilita esta acción, sin embargo no todos los pequeños y medianos productores tienen fácil acceso a estos, debido a su perfil económico y en muchas de las ocasiones a causa de su avanzada edad, coartando la posibilidad mejorar sus negocios y por ende mejorar sus condiciones de vida.

Tabla 31:

**Capacitaciones para el emprendimiento turístico**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Nunca he recibido ofertas de capacitaciones por parte de instituciones públicas o privadas.	24	75,0
	Los Gobiernos parroquiales y otras instituciones constantemente están capacitando en temas de emprendimiento turístico	1	3,1
	Los Gobiernos parroquiales no consideran necesario capacitarnos para la creación de emprendimientos turísticos	3	9,4
	No me interesa participar en capacitaciones de ese tipo	2	6,3
	Ninguna/Sin respuesta	2	6,3
	Total	32	100,0

**Figura 17: Capacitaciones para el emprendimiento turístico****Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas al sector empresarial de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 75% de los empresarios encuestados nunca han recibido ofertas de capacitaciones por parte de instituciones públicas o privadas, el 9% señala que los Gobiernos parroquiales no consideran necesario capacitar a los pequeños y medianos productores para la creación de emprendimientos turísticos, por su parte al 6% no le interesa participar en capacitaciones de ese tipo, mientras que tan solo el 3% coincide en que los Gobiernos parroquiales y otras instituciones constantemente están capacitando en temas de emprendimiento turístico.

**Análisis**

La parroquia rural Mulaló es un sector altamente productivo que a su vez por sus características paisajísticas es ideal para impulsar el turismo rural comunitario, lastimosamente el desconocimiento y falta de capacitación de las personas acerca de los beneficios de esta actividad incide en que la personas se vean poco motivadas a encaminar sus negocios a la misma, viéndola como una oportunidad algo lejana en el tiempo.

Tabla 32:

## Programas de la UFA ESPE

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	5	15,6
	No	27	84,4
	Total	32	100,0

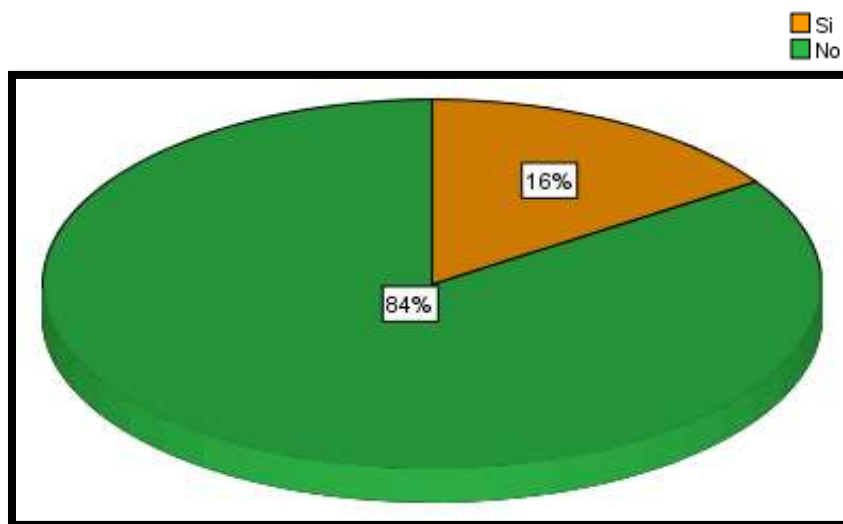


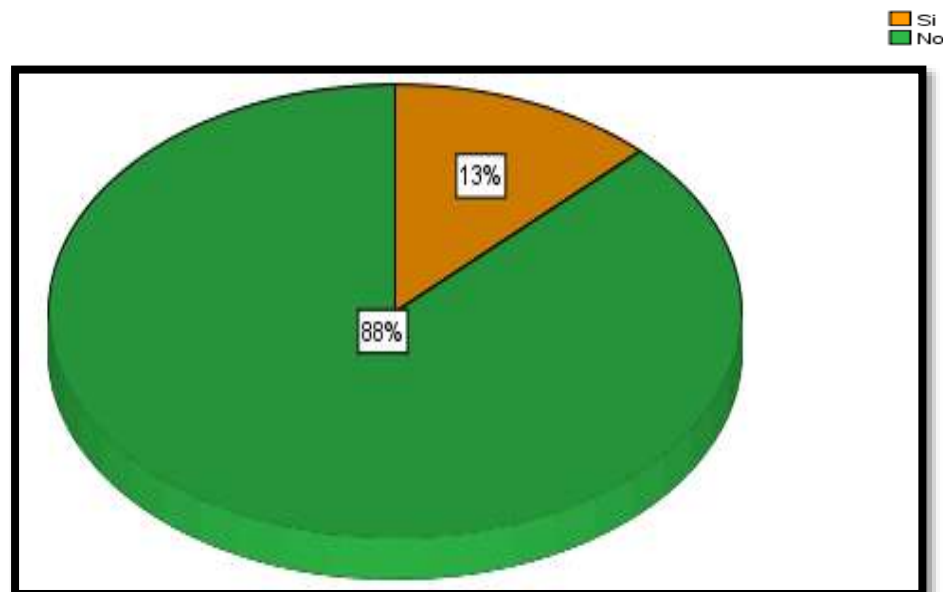
Figura 18: Programas de la UFA ESPE

**Interpretación:** De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas al Sector Empresarial de la Parroquia rural Mulaló el 84% señala no conocer los programas que realiza la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE en beneficio de la colectividad, mientras que tan solo el 15% manifiesta si conocerlos.

**Análisis:** En teoría la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE Extensión Latacunga promueve programas de vinculación con la comunidad buscando contribuir con el desarrollo de los sectores más vulnerables mediante cursos de capacitaciones en las diferentes áreas, sin embargo cuando se le pregunto a los pequeños y medianos productores de la parroquia Mulaló si conocen los programas que realiza la Universidad en beneficio de la colectividad los resultados fueron negativos, dando como resultado el desconocimientos de más de la mitad de la población encuestada sobre la participación de la institución, es así que la pregunta se orienta a que tan trascendente es la intervención de la universidad con estos sectores, cabe destacar que no es necesario haber formado parte de uno de estos programas para medir el nivel de participación de la universidad. Tomando en cuenta que la vinculación más allá de ser una obligación es una responsabilidad social todas las Instituciones de Educación Superior deben prestar su recurso tecnológico y humano para intervenir de manera constante, participativa y conjunta en el desarrollo de los sectores más necesitados.

**Tabla 33:****Participación en proyectos de vinculación de la UFA ESPE.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	4	12,5
	No	28	87,5
	Total	32	100,0

**Figura 19: Participación en proyectos de vinculación de la UFA ESPE.**

**Interpretación:** De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas al Sector Empresarial de la Parroquia rural Mulaló el 88% señala no haber participado en programas de vinculación de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, mientras que el 13% manifiesta si haber participado.

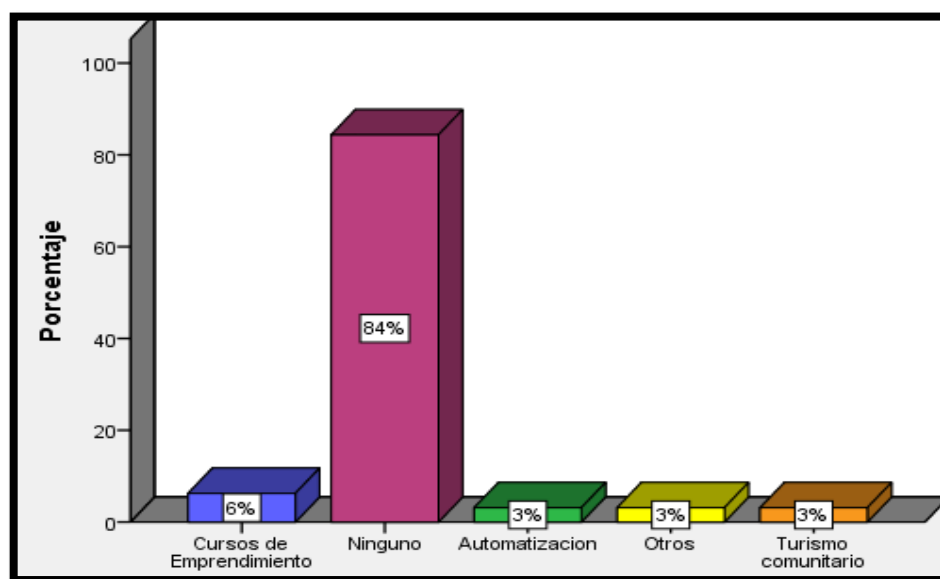
**Análisis:** Es evidente que existe desconocimiento por parte de las personas acerca de los programas de vinculación de la universidad, por tanto el efecto es la escasa participación de estas en los cursos que se dictan, si bien es cierto las capacitaciones que brinda la institución están sectorizadas, se debe analizar que si estas tuviesen trascendencia y generaran impactos importantes en aquel sector, las demás comunidades u poblados no dudarían en solicitar vincularse a la universidad.

Las limitaciones que presenta el sistema de vinculación en la UFA ESPE limita a su vez el nivel de impacto que se genera en la comunidad o sector atendido, dando como resultado la opaca participación de la misma y el elevado nivel de desconocimiento de su gestión, considerando que las universidades deben apoyar y contribuir mediante la vinculación al desarrollo de la población es necesario fortalecer estos lazos a través de proyectos realmente efectivos, que cubran las expectativas de los participantes.



**Tabla 34:****Tipo de cursos**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Cursos de Emprendimiento	2	6,3
	Ninguno	27	84,4
	Automatización	1	3,1
	Otros	1	3,1
	Turismo comunitario	1	3,1
	Total	32	100,0

**Figura 20: Tipo de cursos****Interpretación:**

Según los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas al Sector Empresarial de la Parroquia rural Mulaló del 13% de encuestados que ha participado alguna vez en proyectos de vinculación de la universidad de las Fuerzas Armadas ESPE el 6% señala que ha asistido a cursos de emprendimiento, el 3% manifiesta haber asistido a cursos de automatización, mientras que el otro 3% manifiesta haber participado en cursos o capacitaciones de turismo comunitario.

**Análisis:**

A pesar de contar con un elevado porcentaje de pequeños y medianos productores que quieren adaptar sus negocios a la actividad turística, se evidencia la casi nula existencia de personas que han tomado cursos de este tipo, una de las razones conlleva a que tanto instituciones públicas como privadas no ha ofertado este tipo de cursos y menos aun dentro de la parroquia, otra de las razones implica que los cursos no han sido diseñados en base a las necesidades y requerimientos de las personas a las que van a beneficiar.

Tabla 35:

**Capacitaciones para el emprendimiento turístico**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Alto	5	15,6
	Medio	6	18,8
	Bajo	8	25,0
	Nulo	13	40,6
	Total	32	100,0

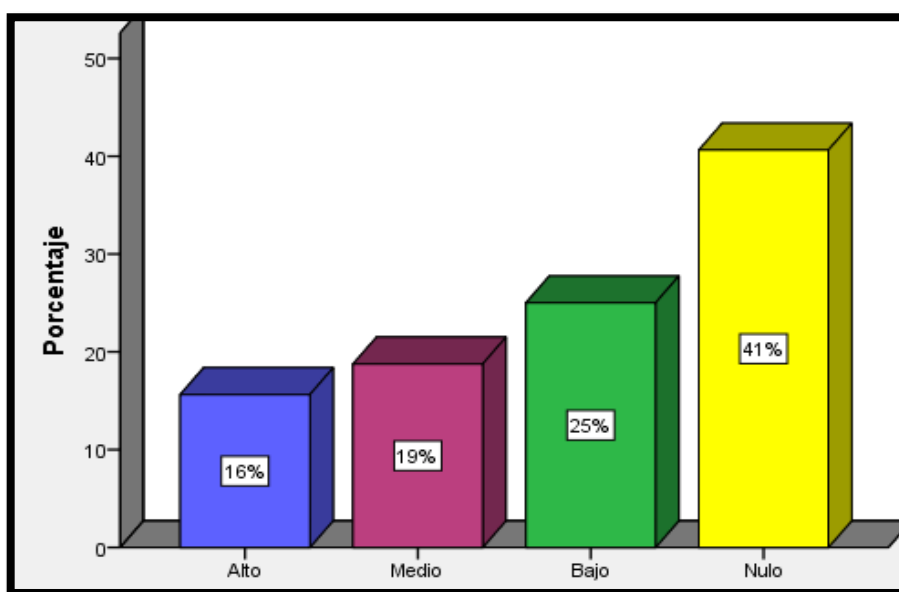


Figura 21: Capacitaciones para el emprendimiento turístico

**Interpretación.**

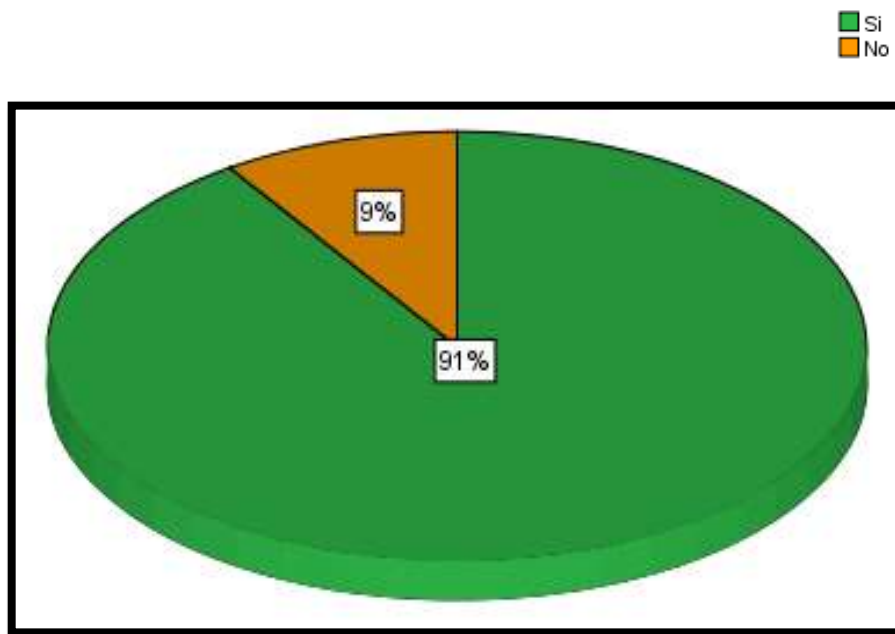
En base a los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas al Sector Empresarial de la Parroquia rural Mulaló del 41% de encuestados manifiesta que es nulo el nivel de participación de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE con el sector rural, el 25% señala que es bajo, el 3% lo cataloga como medio, mientras que el 16% considera que el alto,

**Análisis**

Evidentemente el nivel de participación de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE con el sector rural no está generando impacto en el medio.

**Tabla 36:****Necesidad de vinculación**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	29	90,6
	No	3	9,4
	Tot al	32	100,0

**Figura 22: Necesidad de vinculación****Interpretación.**

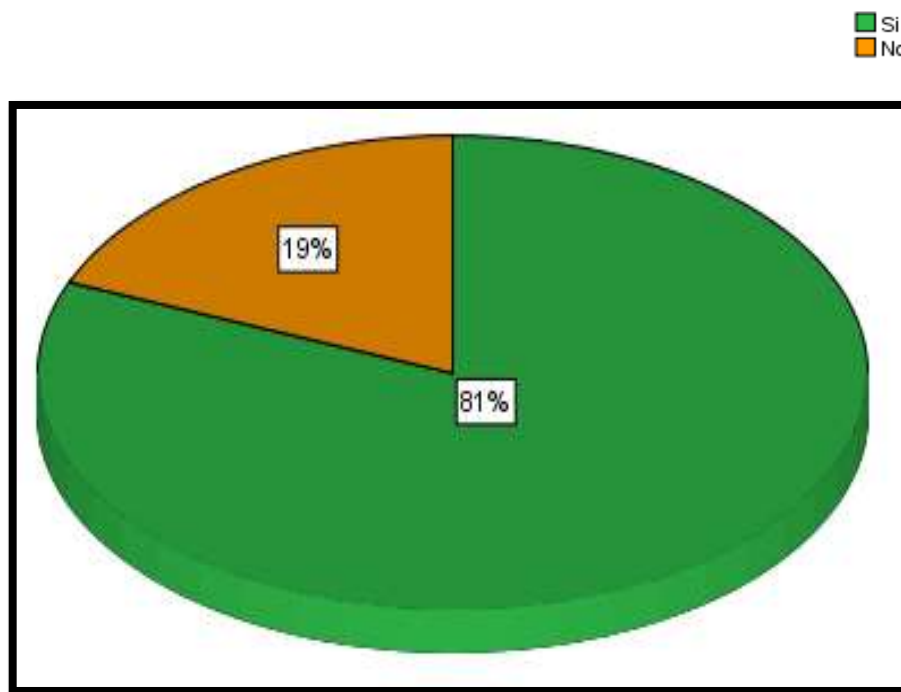
En base a los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas al Sector Empresarial de la Parroquia rural Mulaló el 91% de encuestados manifiesta que considera la necesidad de vincular al sector empresarial con la universidad de las Fuerzas Armadas ESPE como mecanismo para mejorar sus ingresos y a su vez impulsar el desarrollo turístico local, mientras que el 9% opina lo contrario.

**Análisis**

El objetivo del sector empresarial con respecto a una posible vinculación con la UFA ESPE es claro y puntual, éste busca generar proyectos turísticos reales y concretos que brinden solución a problemas especialmente económicos y que incrementen la productividad y competitividad de sus empresas, con el fin de mejorar su calidad de vida y que a su vez impulsen el desarrollo turístico local.

**Tabla 37:****Aceptación de proyectos turísticos con la UFA ESPE**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	26	81,3
	No	6	18,8
	Tota l	32	100,0

**Figura 23: Aceptación de proyectos turísticos con la UFA ESPE****Interpretación.**

Los resultados obtenidos demuestran que el 81% de los empresarios encuestados tienen el deseo de participar en un programa de vinculación con la Universidad de las Fuerzas que permita fortalecer su negocio a través de actividades turísticas mientras que el 19% restante manifiesta lo contrario.

**Análisis.**

Los empresarios encuestados de la parroquia rural Mulaló están dispuestos a integrarse a proyectos de Vinculación, conjuntamente con el personal docente y estudiantes de la universidad, con la finalidad de orientar sus actividades productivas convencionales a la actividad turística.

Tabla 38:

## Temas de capacitación

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA		PORCENTAJE		TOTAL
	SI	NO	SI	NO	
Como generar turismo mediante mis actividades productivas	14	18	70%	30%	100%
Elaboración de planes de negocio turísticos	10	22	50%	50%	100%
Desarrollo de productos turísticos	12	20	60%	40%	100%
Como promocionar mi empresa como emprendimiento turístico	19	13	95%	5%	100%
Calidad en los servicios turísticos	9	23	45%	55%	100%
Atención al cliente	13	19	65%	35%	100%
Ingles	9	23	45%	55%	100%
Ninguna/Sin respuesta	3	29	15%	85%	100%

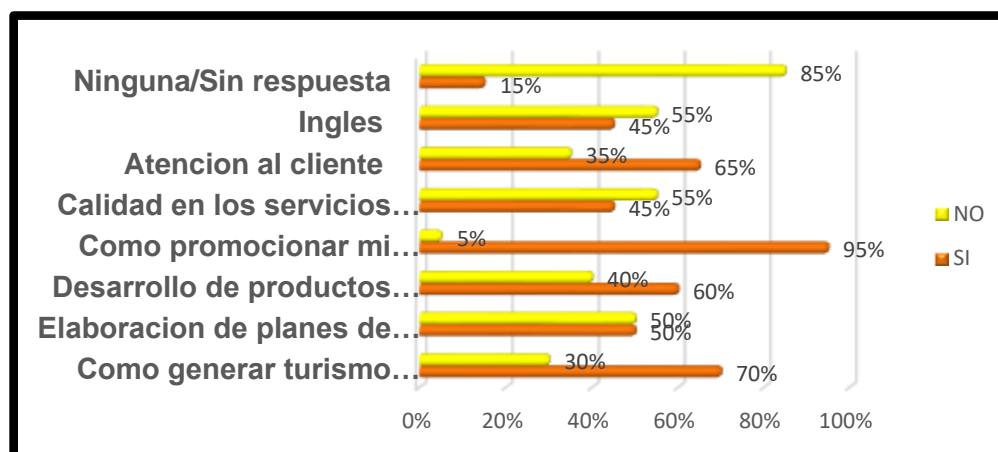


Figura 24: Temas de capacitación

**Interpretación:** Los resultados obtenidos demuestran que al 95% de los empresarios encuestados le gustaría recibir capacitaciones para promocionar su empresa como emprendimiento turístico al 70% le gustaría saber cómo generar turismo mediante sus actividades productivas, así mismo el 65% del sector empresarial busca capacitaciones acerca de atención al cliente, el 60% quiere aprender a desarrollar productos turísticos, por su parte al 50% también le interesa elaborar planes de negocio turísticos para sus empresas, mientras que el 45% manifiesta que también tomaría cursos de calidad en los servicios turísticos, así como aprender el idioma inglés.

**Análisis:** Cuando se le pregunto a las personas que iban a ser encuestadas, acerca de una posible vinculación con la universidad de las fuerzas armadas ESPE extensión Latacunga manifestaron mucha expectativa no obstante dejando en claro que no están dispuestos a recibir capacitaciones, sin embargo cuando se les aplico la encuesta los resultados arrojan un alto índice de aceptación en algunos de los temas de capacitación planteados, a través de esto se puede concluir que el sector empresarial busca temáticas que cubran sus expectativas y despierten un verdadero interés de capacitarse y que a su vez orienten a los pequeños y medianos productores a emprender y direccionar sus negocios a la actividad turística.

Tabla 39:

## Tipo de proyectos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA		PORCENTAJE		TOTAL
	SI	NO	SI	NO	
Creación de un centro de asesoramiento turístico en las Instalaciones de la Universidad ESPE	7	25	35%	65%	100%
Creación y organización de una red de productores dedicados a la actividad turística	13	19	65%	35%	100%
Planificación y organización de ferias anuales en las que se promocionen productos elaborados en la parroquia	12	20	60%	40%	100%
Otros	1	31	5%	95%	100%
Ninguna/Sin respuesta	4	28	20%	80%	100%
	37				

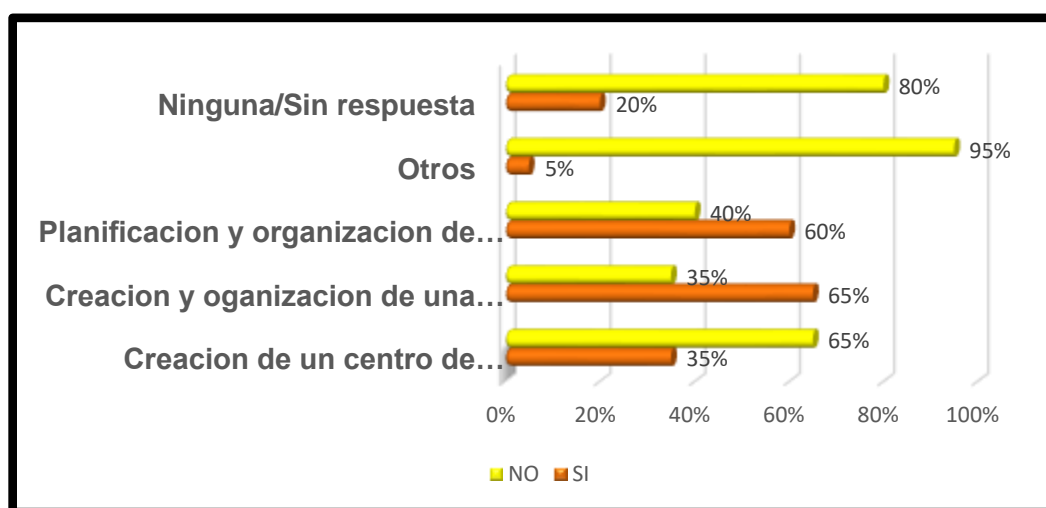


Figura 25: Tipo de proyectos

**Interpretación:** Los resultados obtenidos demuestran que el 65% de los pequeños y medianos productores encuestados muestran un alto interés en la creación y organización de una red de productores dedicados a la actividad turística, así mismo el 60% le gustaría participar ferias anuales en las que se promocionen productos elaborados en la parroquia, mientras que en menor porcentaje del 35% las personas encuestadas consideran la necesidad de la creación de un centro de asesoramiento turístico en las Instalaciones de la Universidad ESPE

**Análisis:** De manera paulatina las comunidades y sectores rurales se integran a la actividad turística por los múltiples beneficios que esta les ofrece, el sector productivo de la parroquia rural Mulaló considera que la mejor alternativa para dinamizar el turismo en la zona es la formación de una red de pequeños y medianos productores organizados a través de un programa de turismo rural.

Tabla 40:

## Objetivos de vinculación

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA		PORCENTAJE		TOTAL
	SI	NO	SI	NO	
Capacitaciones permanentes sobre los proyectos planteados	11	21	55%	45%	100%
Asesoramiento continuo sobre los proyectos planteados	11	21	55%	45%	100%
Proyectos turísticos bajo la asistencia e involucramiento del sector empresarial, la universidad y los gobiernos locales	12	20	60%	40%	100%
Ninguna/Sin respuesta	5	27	25%	75%	100%
	39				



Figura 26: Objetivos de vinculación

**Interpretación:** Proyectos turísticos puestos en marcha bajo la asistencia e involucramiento tanto del sector empresarial, la universidad y los gobiernos locales es el resultado que los pequeños y medianos productores buscan entre el vínculo del sector productivo con la universidad así lo manifiesta el 60% de los encuestados, por su parte el 55% también manifiesta que el resultado deben ser capacitaciones permanentes sobre los proyectos que se planteen, mientras que con el mismo porcentaje del 55% las personas esperan asesoramiento continuo sobre los proyectos que se desarrollen.

**Análisis:** Más de la mitad de la población busca que tanto empresas públicas y privadas lleguen a ellos con propuestas de proyectos reales y ejecutables, su afán no es participar de capacitaciones en temas turísticos mientras no exista la necesidad de hacerlo, es decir si no existe aún actividad turística en la zona la necesidad de capacitación se vuelve nula, este tipo de formaciones solo producen efectos positivos mientras vayan acompañadas de proyectos palpables.

Tabla 41:

## Capacitaciones para el emprendimiento turístico

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Estudio de Casos reales	20	62,5
	Resolución de ejercicios y problemas	2	6,3
	Aprendizaje basado en problemas	2	6,3
	Aprendizaje cooperativo	4	12,5
	Ninguno	4	12,5
Total		32	100,0

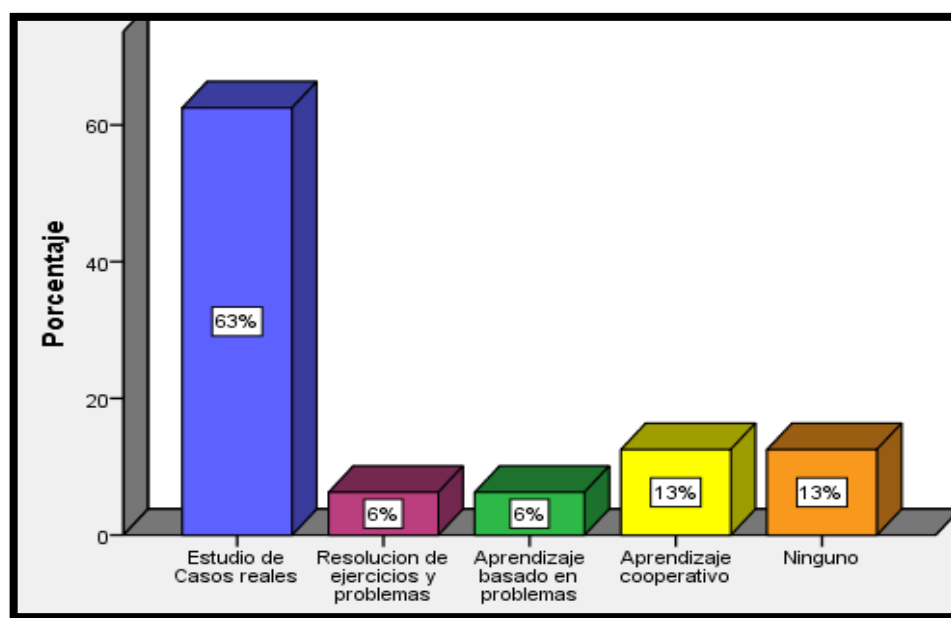


Figura 27: Capacitaciones para el emprendimiento turístico

**Interpretación:**

Los resultados obtenidos demuestran que el 63% de los pequeños y medianos productores encuestados consideran que el método más adecuado para su aprendizaje es a través del estudio de casos reales, así mismo el 13% manifiesta que mediante un aprendizaje cooperativo, mientras que en porcentajes iguales del 6% los encuestados señalan que mediante resolución de ejercicios y problemas y el aprendizaje basado en problemas.

**Análisis:**

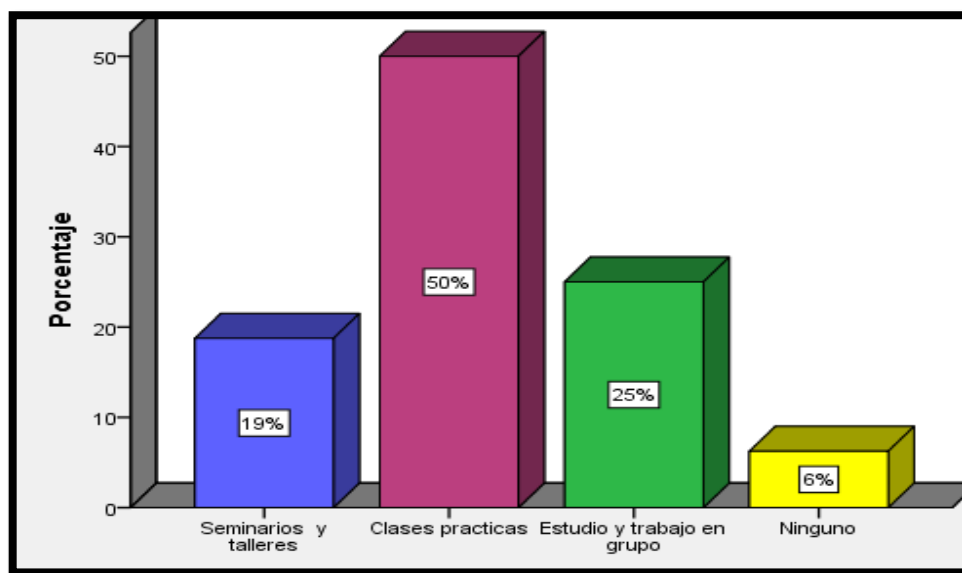
En el caso de impartir cursos de capacitación para este sector, los coordinadores de vinculación, docentes, y estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, deben considerar que dichas capacitaciones se encaminen hacia el estudio de casos reales cualquiera fuese la temática de capacitación, ya que resulta más aceptable para esta población.



Tabla 42:

**Formas de capacitación**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Seminarios y talleres	6	18,8
	Clases practicas	16	50,0
	Estudio y trabajo en grupo	8	25,0
	Ninguno	2	6,3
	Total	32	100,0

**Figura 28: Formas de capacitación****Interpretación.**

Los resultados obtenidos demuestran que el 50% de los pequeños y medianos productores encuestados consideran que la forma más adecuada en que se deben dictar las capacitaciones es mediante clases prácticas, por su parte el 25% manifiesta deben ser mediante el estudio y trabajos en grupo mientras que el 19% considera que la mejor forma es con seminarios t talleres.

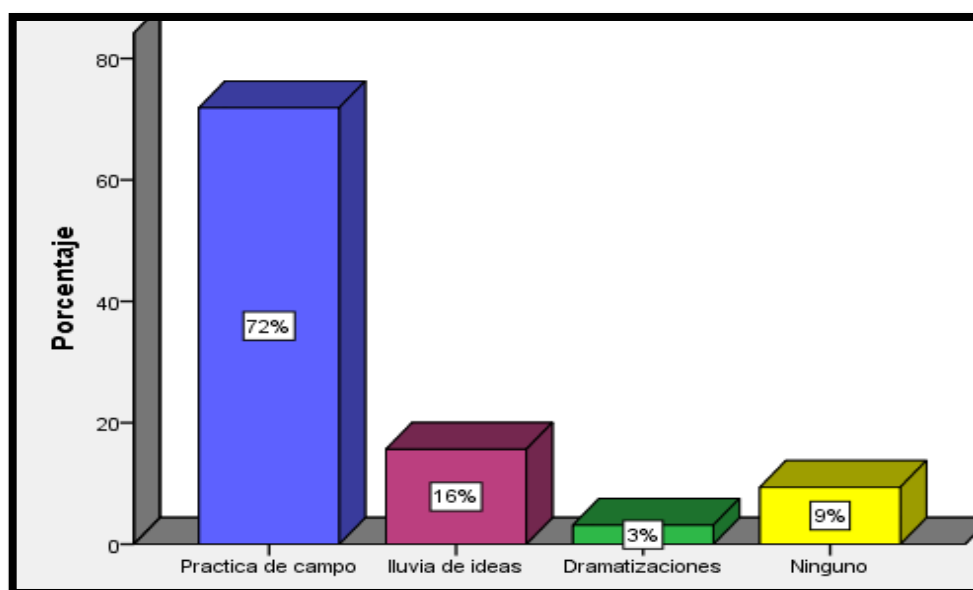
**Análisis.**

En el caso de impartir cursos de capacitación para este sector, los coordinadores de vinculación, docentes, y estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, deben considerar que dichas capacitaciones se dicten en su mayoría con clases prácticas mas no teóricas mismas que tienden a desanimar y aburrir a los participantes por la escasa dinámica .

Tabla 43:

**Técnicas de capacitación**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Practica de campo	23	71,9
	lluvia de ideas	5	15,6
	Dramatizaciones	1	3,1
	Ninguno	3	9,4
	Total	32	100,0

**Figura 29: Técnicas de capacitación****Interpretación.**

Los resultados obtenidos demuestran que el 72% de los pequeños y medianos productores encuestados consideran que la técnica más adecuada para asegurar su aprendizaje es la práctica de campo, por su parte el 16% considera que la lluvia de ideas es la mejor alternativa, mientras que el 3% no descarta a las dramatizaciones como una alternativa.

**Análisis.**

En el caso de impartir cursos de capacitación para este sector, los coordinadores de vinculación, docentes, y estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, deben considerar que dichas capacitaciones se realicen en su mayoría con prácticas de campo en donde las personas palpén de mejor manera la realidad de la actividad turística en sus empresas.

Tabla 44:

## Formas de evaluación

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Con trabajos y proyectos	15	46,9
	Pruebas y evaluaciones orales	4	12,5
	Pruebas o evaluaciones escritas	1	3,1
	Auto- evaluación entre compañeros	8	25,0
	Ninguno	3	9,4
	Otros	1	3,1
	Total	32	100,0

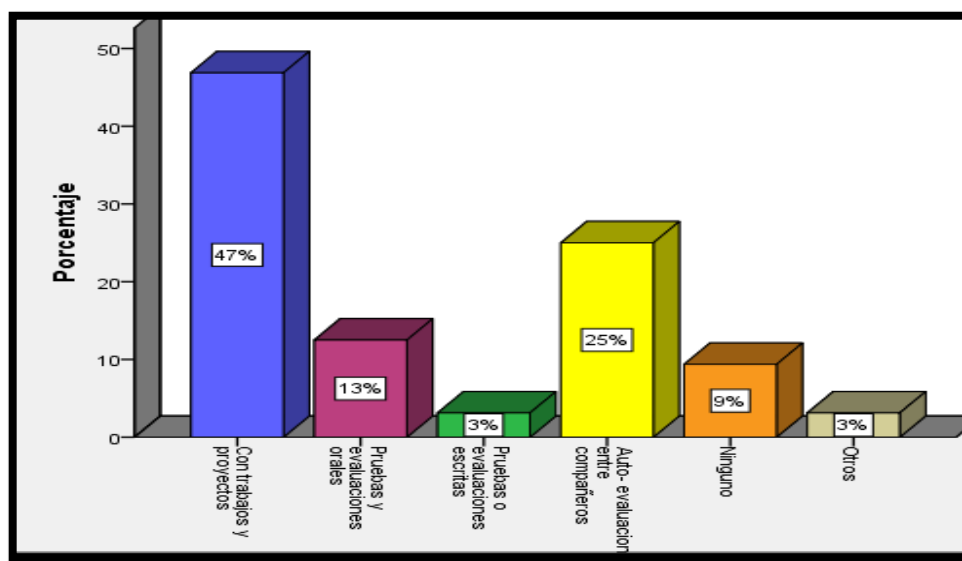


Figura 30: Formas de evaluación

**Interpretación:**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas demuestran que el 47% de los encuestados dice que le gustaría ser evaluado con trabajos y proyectos, el 25% con autoevaluación entre compañeros, mientras que el 13% prefiere las pruebas o evaluaciones orales.

**Análisis:**

A la mayoría de los encuestados gustaría ser evaluado con trabajos y proyectos, puesto que solamente las personas que han obtenido un conocimiento claro de los temas de capacitación pueden realizar un buen trabajo o proyecto investigativo o de campo, la autoevaluación de compañeros también es considerada como una buena forma de ser evaluado, sin embargo para ello se debe tener claro que todos los compañeros deben tener el mismo nivel de conocimiento para que exista una correcta calificación.

Tabla 45:

## Disponibilidad de tiempo

		HORA								Total
		7h00	9h00	10h00	13h00	14h00	15h00	16h00	17h00	
DIA	LUNES	0	2	0	1	1	0	1	0	5
	MARTES	0	1	0	1	0	0	1	2	5
	MIERCOLES	0	1	0	1	0	0	1	6	9
	JUEVES	1	1	0	1	0	0	1	2	6
	VIERNES	0	1	0	1	0	0	3	3	8
	SABADO	1	0	2	1	3	1	0	4	12
	DOMINGO	0	0	0	0	2	1	2	1	6
	Total	2	6	2	6	6	2	9	18	51

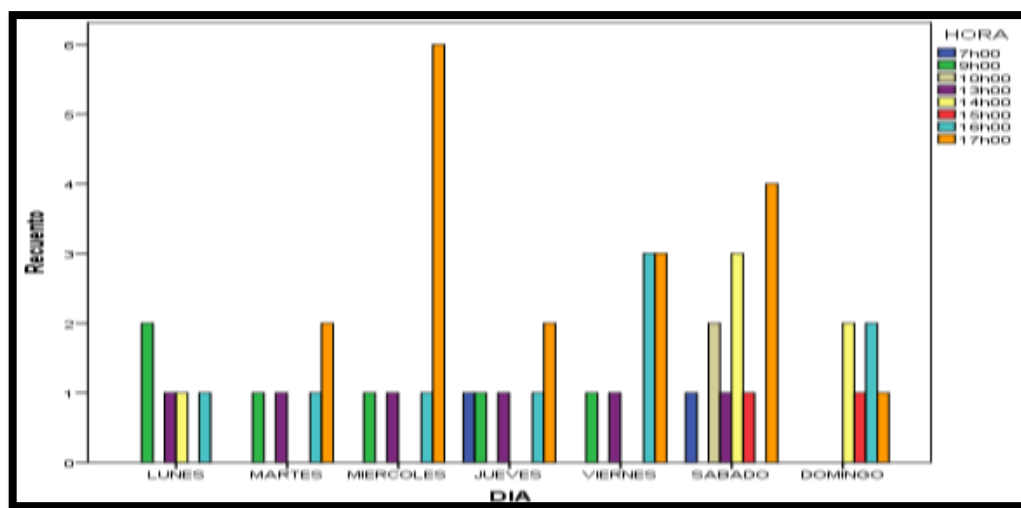


Figura 31: Disponibilidad de tiempo

## Interpretación:

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas al sector empresarial de la parroquia rural Mulaló demuestran que los días miércoles, jueves y viernes a partir de las 17h00 y sábados del igual manera a las 17h00 son los más apropiados para realizar las reuniones de vinculación.

## Análisis:

La asistencia de las personas que formaran parte de los proyectos de vinculación es uno de los factores de mayor importancia para el éxito de los mismos, es por ello que es necesario ajustar los horarios de disponibilidad de los participantes en medida que la mayoría de estos pueda asistir a las reuniones.

### **3.2.1.1. Análisis final - Sector Empresarial Mulaló**

Los sectores rurales son mayormente vulnerables a contraer problemas económicos y sociales debido a su lento desarrollo y crecimiento, que influye directamente en la calidad de vida de los pobladores, uno de los principales indicadores de aquello es el nivel de pobreza, mismos que arrojan que en el área rural el porcentaje de pobreza es del 43,35% mientras que la pobreza extrema es del 19,74% a diferencia del área urbana cuyo porcentaje es evidentemente menor con el 15,07%, datos del año 2015 entregados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Pero así mismo este sector es el que mayor riqueza productiva posee y puede enlazarse fácilmente a la actividad turística, en la actualidad mucho se habla de la sostenibilidad al momento de plantear cualquier tipo de proyecto, y cuando se habla de sostenibilidad automáticamente se piensa en actividades económicas y el turismo es una de las actividades económicas más compatibles con la conservación y representa un modelo nada agresivo para el desarrollo local.

El turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes en el mundo y es además el sector de mayor crecimiento del país, sin embargo, por muchos años las comunidades fueron ajenas a esta importante actividad sin percibir ningún tipo de beneficio, hoy en día y de manera paulatina distintas comunidades de todo el país aprenden adherirse a este circuito económico y ser parte activa del turismo.

Sin embargo, no siempre es fácil para un pequeño o mediano productor del sector rural adaptar su negocio a la actividad turística y se vuelve más difícil aun si se lo hace de manera individual ya que se requiere de un sin número de factores que posibilitan y dan vida a la actividad, en este punto nace la necesidad que estos sectores cuenten con el apoyo conjunto de instituciones tanto públicas como privadas que solidifiquen estos proyectos y que de forma masiva beneficien al sector

Se debe considerar también, que antes de iniciar cualquier acción es indispensable consultar a la población cuya zona de influencia va a ser intervenida sobre la aceptación que tienen para adherirse a la actividad turística, así como la manera en que los proyectos deben ser manejados, no diciendo con esto que serán los técnicos quienes lleven adelante los proyectos, sino que formaran parte de ellos que mediante su experiencia y necesidades contribuyan en la planificación de soluciones que se ajusten a la realidad local .

Es así, que los resultados obtenidos en las encuestas dan como resultado que el sector productivo de la parroquia rural Mulaló muestra gran interés por participar en emprendimientos de turismo en vinculación con la Universidad de las Fuerzas armadas ESPE extensión Latacunga y el Gobierno parroquial, en donde sus actividades productivas convencionales se vean fortalecidas y sean valoradas por quienes las visiten y participen de ellas de manera temporal.

Cabe señalar que el Sector Empresarial de la parroquia rural Mulaló en su mayoría está liderado por el género masculino y constituido por personas mayores de 50 años de edad, si bien es cierto los paradigmas e ideologías de las personas adultas son elementos difíciles de cambio y adaptación ante lo nuevo y diferente, es posible lograrlo cuando se explica de manera certera a las personas el beneficio que en este caso la actividad turística puede representar para mejorar sus condiciones de vida, así mismo cuando estas se enfrenan ante problemas empresariales se ven en la necesidad de generar ciertos cambios que brinden una posible solución a los mismos.

Se trata de un sector en el que el 80% de la población ha contraído matrimonio y cuyas familias en su mayoría están conformada de entre cinco y más personas lo que significa que se generan mayores gastos familiares que en ocasiones los ingresos de sus actividades productivas difícilmente los pueden cubrir en su totalidad.

Aún tratándose del sector que maneja mayor conocimiento de producción y mercado dentro de la parroquia la gran mayoría de las personas no han alcanzado el nivel de educación superior, estos se encuentran en nivel de bachillerato, primaria y secundaria, volviéndolos vulnerables ante problemas sociales y económicos e impidiendo de cierta manera el acceso a una mejor calidad de vida y limitándolos a participar ante una sociedad que se ha vuelto cada vez más competitiva, permitiendo de cierta manera que las grandes industrias opaquen el trabajo tradicional del sector rural tales como la ganadería, agricultura, floricultura, entre otros.

Es posible señalar también que la mayor concentración de empresas de la zona se encuentra en el centro de Mulaló así como en los sectores más cercanos a este, en el caso de generar proyectos turísticos estos se deben centralizar principalmente en estos sectores ya que se cuenta con su aceptación, e ir anexando aquellas empresas que se encuentren más alejadas, pero que cuentan con las condiciones y la predisposición de sus dueños para generar actividad turística.

Por otra parte y en base a los resultados arrojados se determinó que al 91% de los empresarios encuestados le gustaría generar un emprendimiento turístico a partir de su actividad productiva diaria para mejorar sus ingresos económicos, y considerando que el 85% de las personas creen que el turismo puede ser una actividad económica complementaria a la habitual y un recurso para mejorar su calidad de vida, están dispuestos a tomar este reto adaptando sus negocios a la actividad turística.

Lamentablemente en muchas de las ocasiones la aceptación y predisposición de las personas para lograr cambios en sus negocios no es suficiente, el principal limitante para ello es el factor económico que muchas de las veces solo permiten satisfacer las necesidades básicas de las familias coartando la posibilidad de emprender nuevas alternativas de negocios, presentándose así la incógnita si de verdad vale la pena invertir en aquello, este es el caso de la parroquia rural Mulaló en donde el 37% de los encuestados

manifiesta no contar con los recursos económicos para adaptar su negocio al turismo, por su parte para 34% la situación es más crítica ya que sus ingresos económicos solo ayudan a satisfacer sus necesidades básicas y las de su familia.

Al no contar con los recursos económicos el acceso a préstamos bancarios posibilita esta acción, sin embargo el 59% de los pequeños y medianos productores de la parroquia no tienen fácil acceso a estos, debido a su perfil económico y en muchas de las ocasiones a causa de su avanzada edad, coartando la posibilidad de mejorar sus negocios y por ende mejorar sus condiciones de vida, es así que las instituciones bancarias y prestamistas al igual que todas aquellas instituciones que pueden apoyar este tipo de iniciativas deben apoyar, impulsar y comprometerse con el desarrollo de proyectos a beneficio de la colectividad.

Por otra parte el desconocimiento y falta de capacitación de las personas acerca de los beneficios de la actividad turística, incide en que las personas se vean poco motivadas a encaminar sus negocios a la misma, dejando pasar por alto que se trata de un sector altamente productivo que en combinación con sus excepcionales características paisajísticas es ideal para impulsar el turismo rural.

Es en este punto donde la intervención de las instituciones de Educación Superior en este caso de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE Extensión Latacunga con el respaldo de las autoridades del Gad parroquial y otras instituciones puede contribuir a que la actividad turística cobre vida en esta zona a través de programas y proyectos, ya que esta los promueve por medio de la vinculación con la comunidad y busca contribuir con el desarrollo de los sectores más vulnerables.

Sin embargo cuando se le pregunto a los pequeños y medianos productores de la parroquia Mulaló si conocen los programas que realiza la Universidad en beneficio de la colectividad los resultados fueron negativos, dando como resultado el desconocimiento de más de la mitad de la población encuestada sobre la participación de la institución, es así que la pregunta se



orienta a que tan trascendente es la intervención de la universidad con estos sectores, cabe destacar que no es necesario haber formado parte de uno de estos programas para medir el nivel de participación de la universidad.

Tomando en cuenta que la vinculación más allá de ser una obligación es una responsabilidad social, todas las Instituciones de Educación Superior deben prestar su recurso tecnológico y humano para intervenir de manera constante, participativa y conjunta en el desarrollo de los sectores más necesitados.

Es evidente que existe desconocimiento por parte de las personas acerca de los programas de vinculación de la universidad, por tanto el efecto es la escasa participación de estas en los cursos que se dictan, si bien es cierto las capacitaciones que brinda la institución están sectorizadas, se debe analizar que si tuviesen trascendencia y generaran impactos importantes en aquel sector, las demás comunidades u poblados no dudarían en solicitar vincularse a la universidad.

Las limitaciones que presenta el sistema de vinculación en la UFA ESPE limita a su vez el nivel de impacto que se genera en la comunidad o sector atendido, dando como resultado la opaca participación de la misma y el elevado nivel de desconocimiento de su gestión, es necesario fortalecer estos lazos a través de proyectos realmente efectivos, que cubran las expectativas de los participantes.

A pesar de contar con un elevado porcentaje de pequeños y medianos productores que quieren adaptar sus negocios a la actividad turística se evidencia la casi nula existencia de personas que han tomado cursos de este tipo, una de las razones conlleva a que ninguna institución los han ofertado en esta parroquia, por otra parte la falta de acogida que estos tienen se debe a que se asume por cuenta propia el tipo de capacitaciones que requieren las personas, los cursos deben ser diseñados en base a sus necesidades y requerimientos, otra deficiencia que lleva a las capacitaciones al fracaso es considerar que los cursos están constituidos implícitamente por conceptualizaciones basadas únicamente

en la construcción teórica de algo en particular, esta modalidad desmotiva y aburre a los espectadores quienes buscan proyectos reales que sean ejecutables y que aporten al desarrollo de su sector.

Esto no significa que dictar capacitaciones sea una forma equivocada de desarrollo al contrario son la base teórica de la construcción de los proyectos, sin embargo estas deben contener profundidad en su estudio es decir deben impartir conocimientos que orienten a las personas o conseguir sus objetivos.

Es así que cuando se le pregunto a las personas que iban a ser encuestadas, acerca de una posible vinculación con la universidad de las fuerzas armadas ESPE extensión Latacunga manifestaron mucha expectativa no obstante dejando en claro que no están dispuestos a recibir capacitaciones, sin embargo cuando se les aplico la encuesta los resultados arrojan un alto índice de aceptación en algunos de los temas de capacitación planteados, a través de esto se puede concluir que el sector empresarial busca temáticas que cubran sus expectativas y despierten un verdadero interés de capacitarse y que a su vez orienten a los pequeños y medianos productores a emprender y direccionar sus negocios a la actividad turística.

Pero el objetivo del sector empresarial con respecto a una posible vinculación con la UFA ESPE es claro y puntual, éste busca generar proyectos turísticos concretos que brinden solución a problemas especialmente tanto sociales como económicos y que incrementen la productividad y la competitividad de sus empresas, su afán no es participar de capacitaciones en temas de turismo mientras no exista la necesidad de hacerlo, es decir si no existe aún actividad turística en la zona la necesidad de capacitación se vuelve nula, este tipo de formaciones solo producen efectos positivos mientras vayan acompañadas de proyectos palpables.

Es así que el 65% de los pequeños y medianos productores de la parroquia rural Mulaló y siendo este el porcentaje el más alto considera que el proyecto que se debe implementar en la zona es la “formación de una red de pequeños y medianos productores organizados a través de un programa de turismo rural”.

En el caso de impartir cursos de capacitación para este sector, los coordinadores de vinculación, docentes y estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, deben considerar que dichas capacitaciones se encaminen hacia el estudio de casos reales cualquiera fuese la temática de capacitación, ya que resulta más aceptable para esta población, además se deben dictar en su mayoría con clases prácticas mas no teóricas ya que tienden a desanimar y aburrir a los participantes por su escasa dinámica, así mismo deben ser en su mayoría prácticas de campo en donde las personas palpen de mejor manera la realidad de la actividad turística en sus empresas y deben ser evaluados en base a trabajos y proyectos.

Cabe señalar que también para la universidad y especialmente para la carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera representa un reto sumamente importante sostener relación con grupos sociales que se encuentran en la actualidad ajenos a la actividad turística, por tanto este reto debe ser asumido con total responsabilidad y compromiso entendiéndose a estas dos definiciones como la seriedad que tanto directivos, docentes y estudiantes deben tener al momento de compartir conocimientos con estos grupos.

Esta debe ser la oportunidad para que la universidad intervenga de manera certera en aquellos sectores que requieren de atención y así de un giro al actual sistema de vinculación, el que no solo se limite a dictar capacitaciones construidas bajo el criterio de directivos y docentes, sino en el que se desarrollen proyectos con visión de desarrollo en base a las necesidades locales existentes, un sistema que se atreva a romper ciertos paradigmas de la vinculación y que su gestión sean trascendental no solo para el sector de intervención sino para la

sociedad entera, que sea considerada como líder en vinculación y sirva de ejemplo para las demás instituciones de Educación Superior.

### 3.2.2. Encuesta aplicada a Dirigentes Barriales Mulaló

#### PARROQUIA RURAL SAN FRANCISCO DE MULALO ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

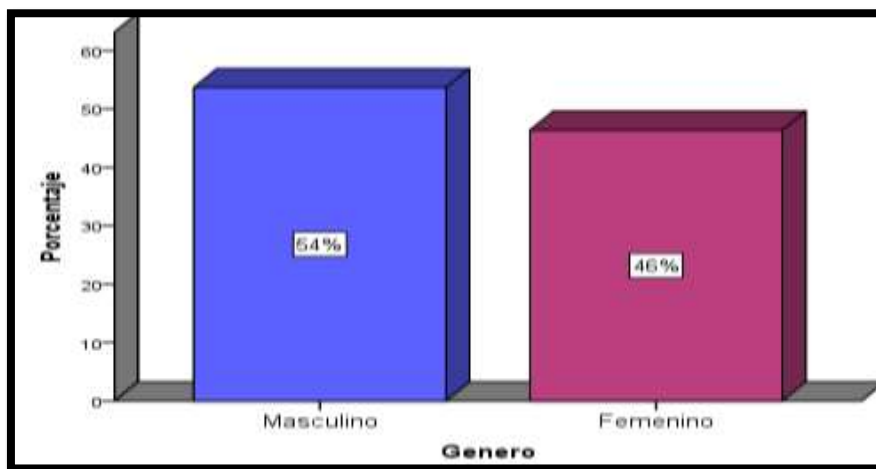
Encuesta aplicada a N° 41 Dirigentes Barriales de la Parroquia rural San Francisco de Mulaló.

**Tabla 46:**

**Genero**

	Genero	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Masculino	22	53,7
	Femenino	19	46,3
	Total	41	100,0

**Figura**



**32:**

**Genero**

#### **Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a Dirigentes barriales parroquia rural Mulaló demuestran que el 54% de los encuestados pertenecen al género masculino mientras que el 46% pertenecen al género femenino.

#### **Análisis.**

Los Dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló se encuentra en su mayoría conformados por el género masculino, sin embargo se puede observar que no existe mayor diferencia porcentual con las dirigentes de género femenino, esto se debe al cambio de pensamiento cultural ya que las mujeres ha tomado otro rol en la sociedad, siendo cada vez más activas en las decisiones de la comunidad, ya que ha cambiado su pensamiento entendiendo que en la actualidad la mujer tienen voz y voto en la toma de decisiones para el beneficio de la parroquia.

Tabla 47:

## Edad

	Rango	Frecuencia	Porcentaje
Válidos	De 21 a 30 años	6	14,6
	De 31 a 40 años	10	24,4
	De 41 a 50 años	11	26,8
	Más de 50 años	14	34,1
	Total	41	100,0

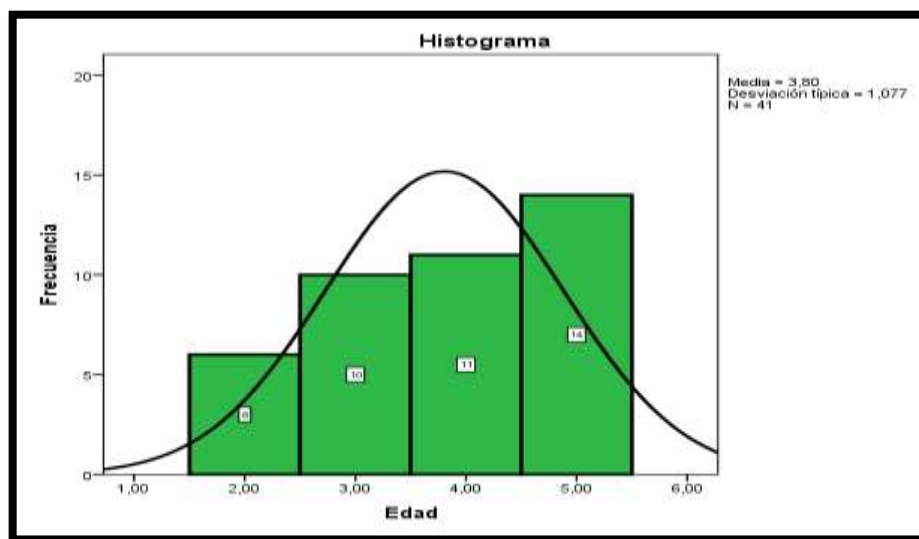


Figura 33: Edad

**Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 34% de los encuestados tienen más de 50 años de edad, seguido del 26% quienes tienen de 41 a 50 años, por su parte el 24% corresponde a las personas de 31 a 40 años, mientras que el 14% incluye aquellos que tienen de entre 21 a 30 años de edad.

**Análisis.**

Los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló tienen en su mayoría más de 50 años de edad, si bien es cierto los paradigmas e ideologías de las personas adultas son elementos difíciles de cambio y adaptación ante lo nuevo y diferente, es posible lograrlo cuando se explica de manera certera a las personas el beneficio que en este caso la actividad turística puede representar para mejorar sus condiciones de vida.

Tabla 48:

## Estado Civil

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Casado/a	28	68,3
	Soltero/a	8	19,5
	Divorciado/a	3	7,3
	Viudo/a	1	2,4
	Unión libre	1	2,4
	Total	41	100,0

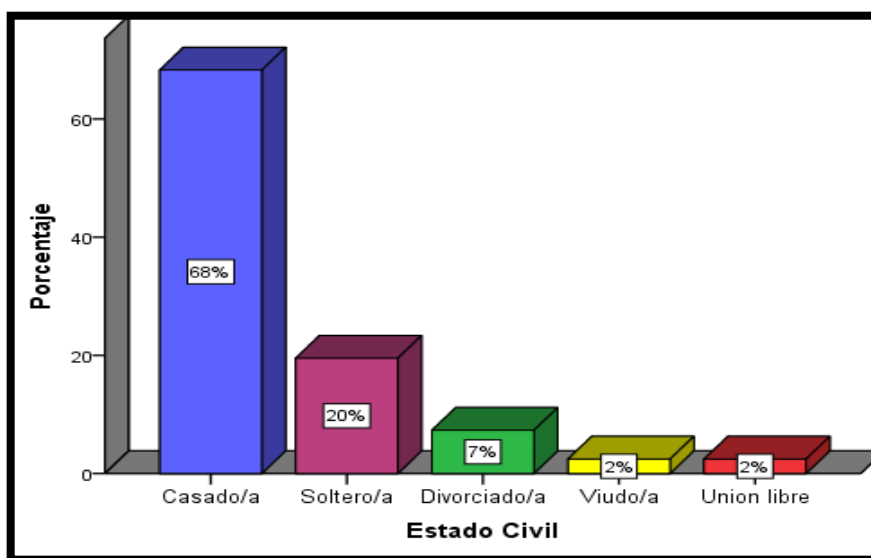


Figura 34: Estado Civil

**Interpretación.**

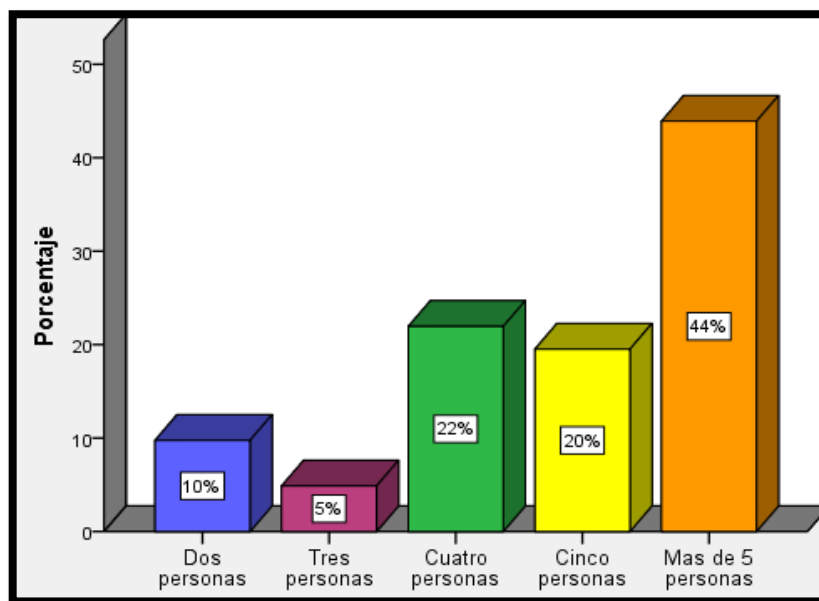
Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 68% de los encuestados son casados, seguido del 20% quienes son solteros, por su parte el 7% son divorciados, el 2% viudos y el 2% restante vive en unión libre.

**Análisis.**

Los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló en su mayoría son casados por ende los ingresos económicos son repartidos entre un mayor número de integrantes de la familia, que en muchos de los casos solo cubre las necesidades básicas de los mismos limitando el acceso a una mejor calidad de vida.

**Tabla 49:****Número de integrantes de su familia**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Válidos	Dos personas	4	9,8
	Tres personas	2	4,9
	Cuatro personas	9	22,0
	Cinco personas	8	19,5
	Más de 5 personas	18	43,9
	Total	41	100,0

**Figura 35: Número de integrantes de su familia****Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre demuestran que el 44% de las familias está integrada por más de cinco personas, seguido del 22% quienes afirman estar integradas por cuatro personas, el 20% por cinco personas, el 10% por dos personas y finalmente el 5% por tres personas. .

**Análisis.**

Los dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre en su mayoría está conformada por familias grandes de entre cinco y más personas lo que significa que se generan mayores gastos familiares que en ocasiones los ingresos de sus actividades productivas diarias difícilmente los pueden cubrir en su totalidad.



Tabla 50:

## Nivel de Estudios

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Primaria	11	26,8
	Secundaria	12	29,3
	Bachillerato	14	34,1
	Superior	4	9,8
	Total	41	100,0

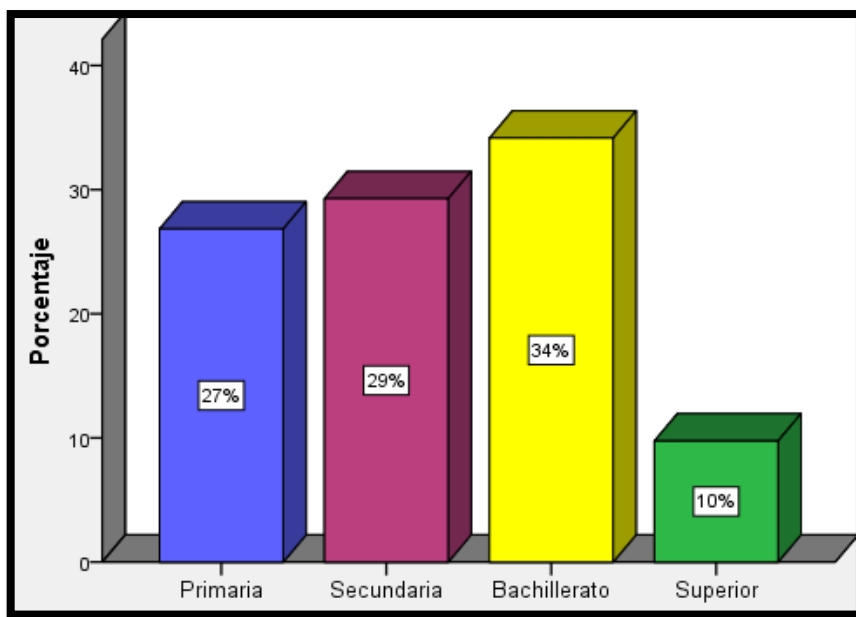


Figura 36: Nivel de Estudios

**Interpretación.**

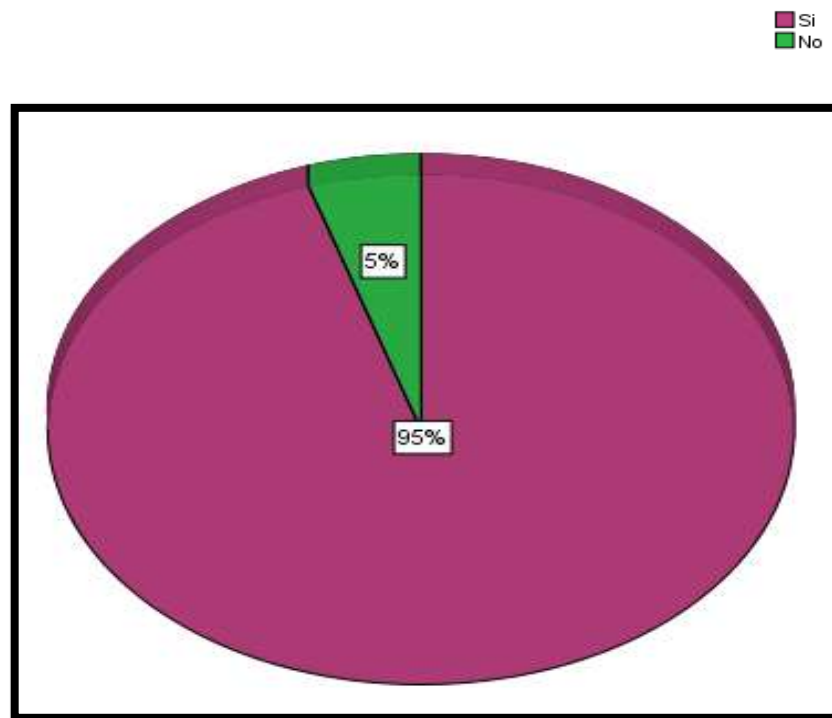
Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 34% de las personas que tienen un negocio han llegado al bachillerato, el 29% manifiesta ha alcanzado nivel secundario, el 27% ha cruzado la primaria, y el 10% obtuvo un título de educación superior.

**Análisis.**

El nivel de educación facilita el acceso a una mejor calidad de vida, minimiza el impacto de la pobreza de los individuos, y potencializa sus capacidades, se evidencia que la mayor parte de los Dirigentes barriales de la parroquia Mulaló no han alcanzado el nivel de educación superior, factor que limita el rápido crecimiento de la parroquia no por falta de conocimiento por parte de los dirigentes acerca de las necesidades de las personas ni por falta de compromiso con su parroquia, sino quizá por la falta de un conocimiento más técnico que imposibilita la potencialización del sector y se ve evidenciado en el estancamiento del desarrollo que sufren especialmente los sectores rurales.

**Tabla 51:****Conocimiento acerca de la terminología “Atractivo Turístico”**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	39	95,1
	No	2	4,9
	Total	41	100,0

**Figura 37: Conocimiento acerca de la terminología “Atractivo Turístico”****Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 95% de los encuestados conoce que es un atractivo turístico, frente al 5% que lo desconoce.

**Análisis.**

Es relevante recalcar que la mayoría de los dirigentes barriales conoce que es un atractivo turístico lo que facilita un proyecto turístico en esta zona, no obstante a pesar de ser minoría es importante observar que algunos dirigentes desconocen lo que es un atractivo turístico, es por ello que una vinculación turística con esta parroquia, ayudaría enormemente a incrementar los conocimientos de quienes ya lo tienen y llenar de conocimientos a quienes carecen de ello.

Tabla 52:

## Existencia de Actividades en la Parroquia

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	29	70,7
	No	12	29,3
	Total	41	100,0

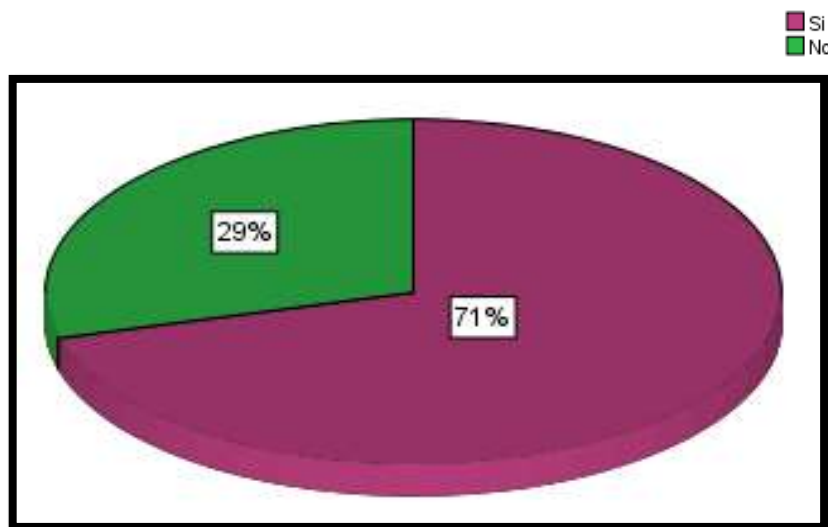


Figura 38: Existencia de Actividades en la Parroquia

**Interpretación:** Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 71% afirma que se realizan actividades turísticas, frente al 29% que manifiesta que no se realizan actividades turísticas.

**Análisis:** En la parroquia de Mulalo sí se realizan actividades turísticas según lo manifiesta la mayor parte de los dirigentes encuestados, sin embargo existe un porcentaje considerable de los encuestados quienes manifiestan que no se realizan actividades de dicha índole, resultados que se encaminan a que las actividades que se realizan son de manera informal es decir que es ejercida por una persona o por un número reducido de personas generalmente vinculadas por parentesco o por amistades que no están sujetas a reglamento o registradas bajo una normativa que les faculte brindar este tipo de servicios.

Por otra parte este dato permite evidenciar una alta presencia de personas que de manera particular visitan la parroquia atraídos por su rica paisajística, por sus nombrados atractivos y especialmente por su cercanía con el volcán Cotopaxi, este importante flujo de visitantes al sector debe convertirse en una oportunidad para que los pobladores de la parroquia y debe ser aprovechado por los moradores a través de creativos emprendimientos comunitarios en los que los principales beneficiarios sean sus mismos pobladores y en donde la participación de todos especialmente de mujeres y jóvenes juegue un papel importante y protagónico en el surgimiento de la actividad turística en el sitio.

Tabla 53:

## Tipo de actividades se realizan

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Caminatas	17	41,5
	Práctica de deportes	11	26,8
	Visita a empresas productoras de la zona	12	29,3
	Escalada al volcán Cotopaxi	1	2,4
	Total	41	100,0

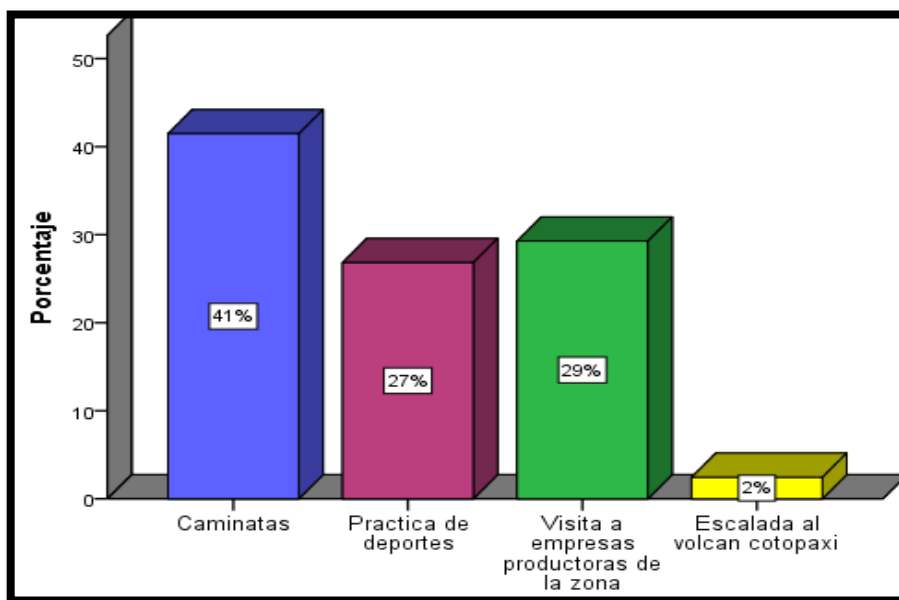


Figura 39: Tipo de actividades se realizan

**Interpretación.**

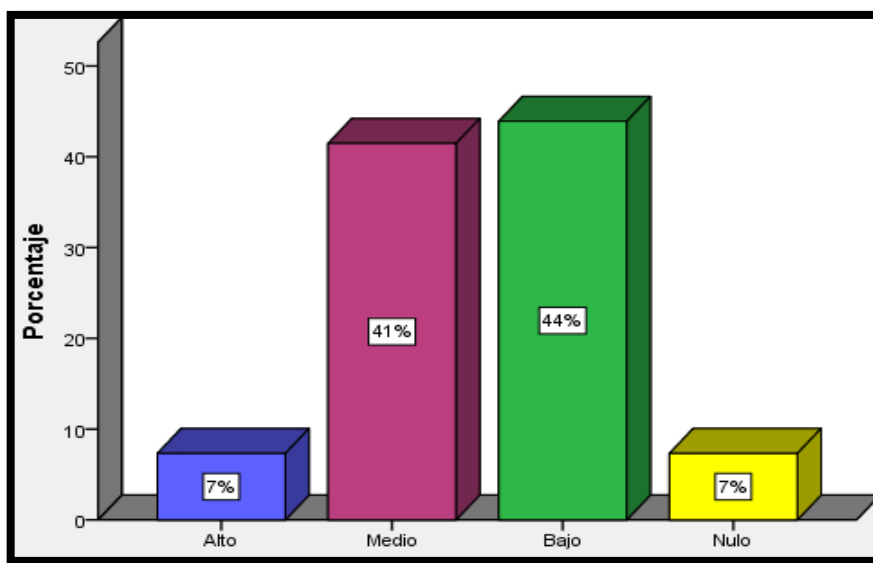
Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 41% de los encuestados manifiestan que las actividades que se realizan son caminatas, el 29% manifiesta que se realizan visitas a empresas productoras de la zona, el 27% menciona que se realiza la práctica de deportes, y finalmente el 02% manifiesta que se realizan escaladas al Cotopaxi.

**Análisis.**

A pesar de ser una parroquia que no cuenta con mayor promoción turística, existen varias actividades que se realizan en la misma, pues tanto a turistas extranjeros como nacionales gustan de los atractivos que posee la parroquia de Mulaló, sin embargo la falta de capacitación de las personas que viven en esta parroquia sobre cómo tratar a los turistas, y de cómo explotar sus atractivos turísticos hace que no se realicen más actividades que podrían hacerse en dicha parroquia.

**Tabla 54:****Nivel de visitas de los atractivos turísticos de la parroquia**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Alto	3	7,3
	Medio	17	41,5
	Bajo	18	43,9
	Nulo	3	7,3
	Total	41	100,0

**Figura 40: Nivel de visitas de los atractivos turísticos de la parroquia****Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 44% de los encuestados manifiestan que el nivel de visitas que tienen los atractivos turísticos es bajo, el 41% que manifiesta que es medio, el 7% que es alto y el otro 7% que es nulo.

**Análisis.**

Si bien es cierto existe afluencia de personas que de manera particular acuden al sector es evidente que la escases de actividades que son el complemento para la distracción y recreación del turista influye en el número de las llegadas y de su permanencia en el lugar, es indispensable captar ese mercado y satisfacer esa demanda insatisfecha mediante propuestas inteligentes de turismo rural comunitario.

Tabla 55:

## Fuente de ingresos económicos secundarios

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	3	7,3
	No	38	92,7
	Total	41	100,0

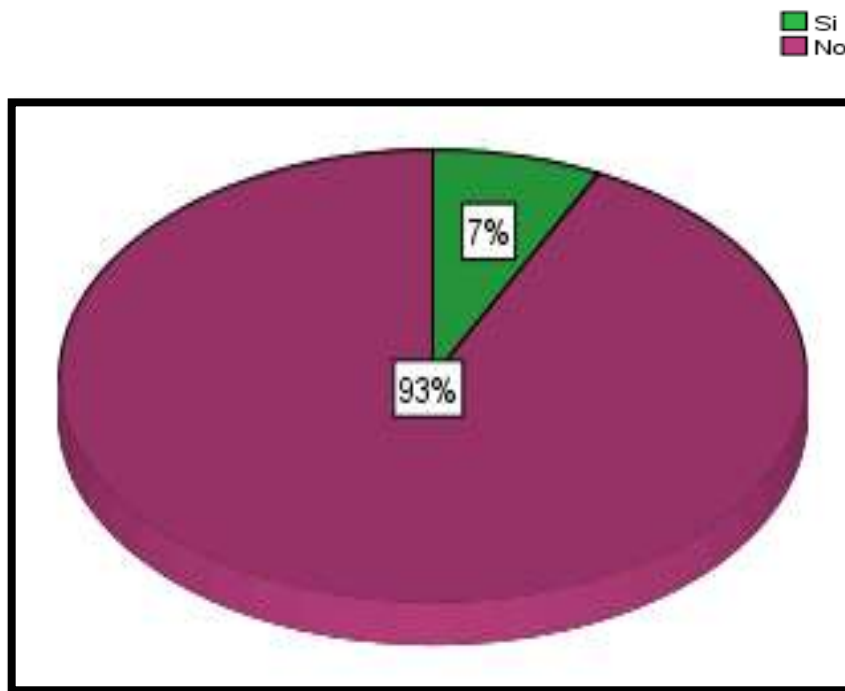


Figura 41: Fuente de ingresos económicos secundarios

**Interpretación.**

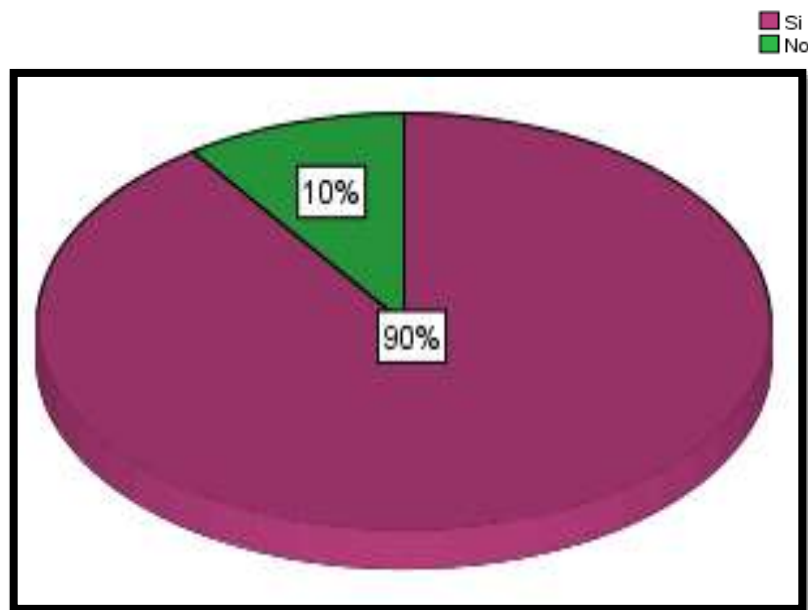
Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 93% de los encuestados manifiestan que no tienen otra fuente de ingresos económicos a los de su actividad productiva principal, mientras que el 7% dice si tenerlos.

**Análisis.**

La mayoría de personas que habitan esta parroquia no tienen otra fuente de ingreso a mas de su actividad productiva principal, una de las causas puede deberse a las limitadas fuentes de trabajo dentro de la parroquia así como la escases de nuevas oportunidades de desarrollo.

**Tabla 56:****Aceptación sobre el incremento de los recursos económicos.**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Válidos	Si	37	90,2
	No	4	9,8
	Total	41	100,0

**Figura 42: Aceptación sobre el incremento de los recursos económicos.****Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que al 90% de los encuestados sí les gustaría incrementar sus ingresos económicos mediante la utilización de sus recursos productivos, mientras que el 10% manifiesta lo contrario.

**Análisis.**

Un gran porcentaje de los dirigentes barriales de la parroquia de Mulalo desea mejorar su condición económica, por lo que fomentar la inversión en esta parroquia mediante emprendimientos turísticos generaría fuentes de empleo que contribuirían a mejorar las condiciones económicas de sus habitantes.

Tabla 57:

**Alternativas para generar ingresos económicos complementarios.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Ganadería	4	9,8
	Turismo	30	73,2
	Agricultura	3	7,3
	Floricultura	2	4,9
	Extracción forestal	1	2,4
	Extracción Minera	1	2,4
	Total	41	100,0

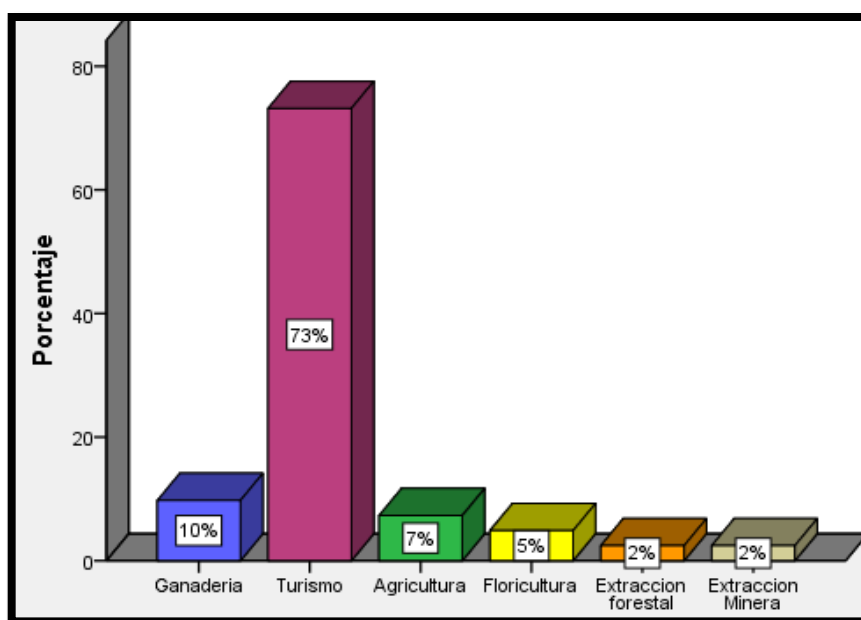


Figura 43: Alternativas para generar ingresos económicos complementarios

**Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 73% de los encuestados considera que el turismo es la mejor alternativa para generar ingresos complementarios, el 10% considera que es la ganadería, el 7% la agricultura, el 5% la floricultura, el 2% extracción forestal y finalmente el 2% restante la extracción minera.

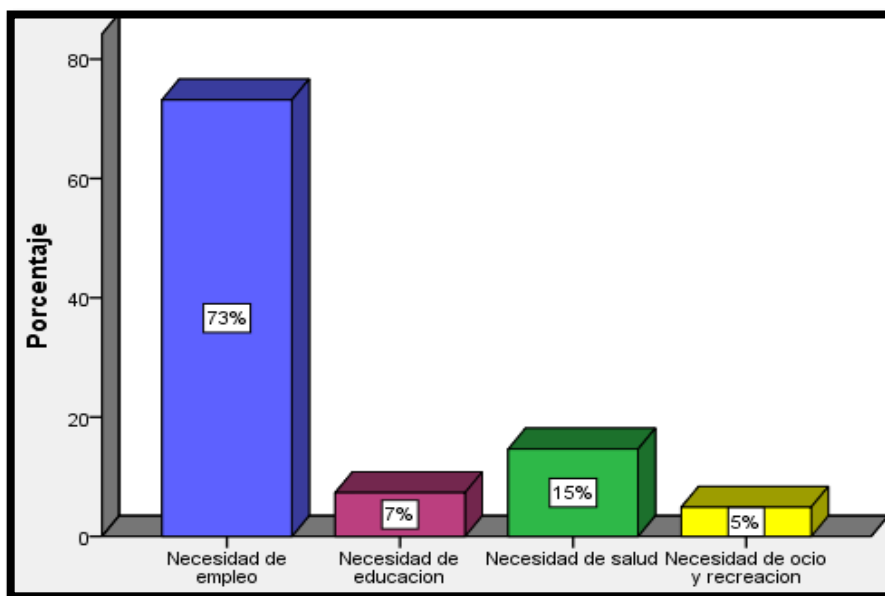
**Análisis.**

La mayoría de los encuestados considera que el turismo es la actividad que más generaría ingresos económicos a los habitantes de la parroquia de Mulaló, y mejoraría considerablemente las condiciones económicas de las personas que viven en esta parroquia.



**Tabla 58:****Necesidad más importante de la Parroquia.**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Válidos	Necesidad de empleo	30	73,2
	Necesidad de educación	3	7,3
	Necesidad de salud	6	14,6
	Necesidad de ocio y recreación	2	4,9
	<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>100,0</b>

**Figura 44: Necesidad más importante de la Parroquia.****Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 73% de los encuestados manifiesta la necesidad más importante por la que atraviesa su parroquia es la necesidad de empleo, el 15% necesidad de salud, el 7% necesidad de educación y el 5% necesidad de ocio y recreación.

**Análisis.**

Como se ha mencionado anteriormente la falta de fuentes de trabajo hace que la principal necesidad por la que atraviesa la parroquia de Mulaló sea la falta de empleo, desencadenando en las malas condiciones de vida de sus pobladores.

Tabla 59:

¿Entidades ayudan a satisfacer las necesidades locales?

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	11	26,8
	No	30	73,2
	Total	41	100,0

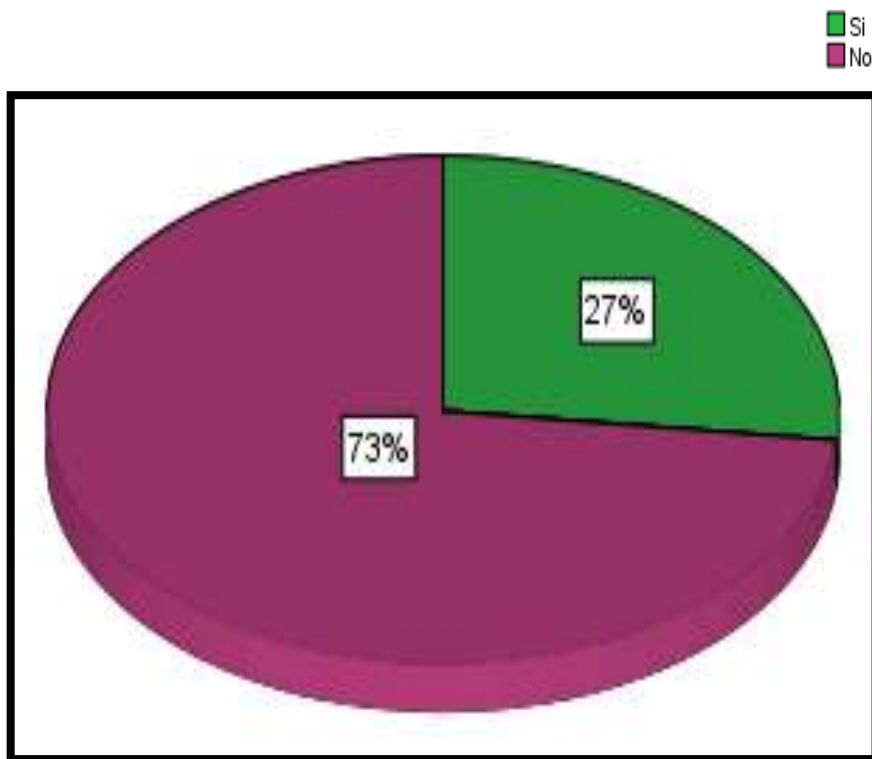


Figura 45: ¿Entidades ayudan a satisfacer las necesidades locales?

#### Interpretación.

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 73% de los encuestados manifiesta que el aporte de las instituciones públicas y/o privadas no ayuda a satisfacer las necesidades locales, y el 23% dice que estos aportes si ayudan a satisfacer dichas necesidades.

#### Análisis.

Los aportes de entidades publicas y/o privadas son tan escasos, que no ayudan a satisfacer las necesidades locales, es por ello la importancia de promover la inversion de dichas entidades en esta parroquia ya que de esta forma se genera mas fuentes de ingresos economico, mejorando la calidad de vida de sus habitantes.

Tabla 60:

### Importancia de los atractivos turísticos para la población

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	No considero que sean importantes los atractivos turísticos de la parroquia.	1	2,4
	Si aprovechamos los atractivos de la parroquia, podrían mejorar las fuentes de empleo y nuestros ingresos económicos.	25	61,0
	Sé que existen atractivos dentro de la parroquia pero no qué tipo de importancia puedan tener	12	29,3
	Desconozco la existencia de atractivos turísticos de la parroquia	3	7,3
	Total	41	100,0

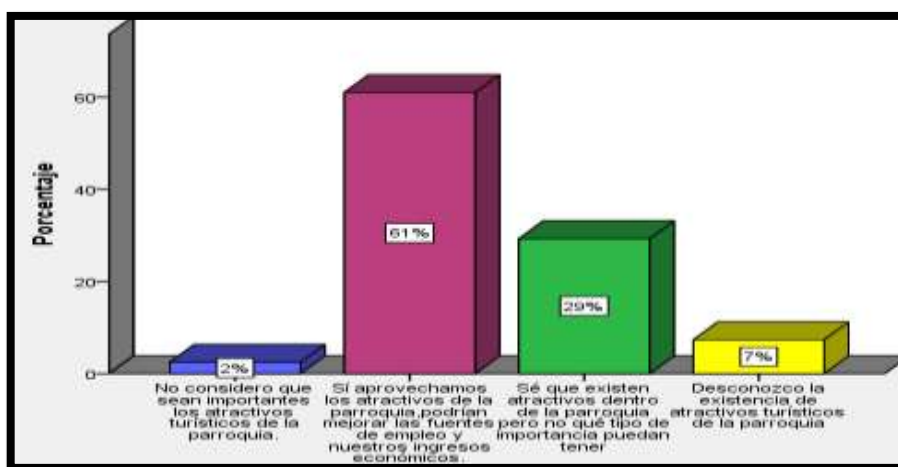


Figura 46: Importancia de los atractivos turísticos para la población

**Interpretación:** Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 61% de los encuestados manifiesta que si se aprovecha los atractivos turísticos de la parroquia, podrían mejorar las fuentes de empleo e ingresos económicos, el 29% manifiesta que conoce que existen atractivos turísticos dentro de la parroquia pero no sabe qué tipo de importancia pueden tener los mismos, el 7% desconoce la existencia de atractivos turísticos de la parroquia, y finalmente el 2% no considera importantes a los atractivos turísticos de su parroquia.

**Análisis:** Claramente un gran porcentaje conoce los atractivos turísticos que posee la parroquia de Mulaló y consideran que sí se aprovechan dichos atractivos mejoraría enormemente las fuentes de empleo e ingresos económicos para su población, sin embargo existe también un porcentaje que desconoce la importancia que puede tener dichos atractivos. El impulso de proyectos turísticos y una vinculación con fines turísticos será el método más eficaz para aprovechar los atractivos turísticos, creando fuentes de empleo e ingresos económicos así como también ayudando a que las personas conozcan de los beneficios de las actividades turísticas y de la importancia de las mismas.

Tabla 61:

**Turismo como fuente económica y recurso para mejorar la calidad de vida**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	El turismo puede mejorar nuestros ingresos económicos y mejorar la calidad de vida de los pobladores.	22	53,7
	No hay necesidad de generar turismo porque nuestras actividades productivas representan suficientes ingresos económicos.	3	7,3
	El turismo únicamente beneficia a los visitantes y no a quien lo genera.	3	7,3
	El turismo puede incrementar la participación de la mujer y los jóvenes en las actividades productivas	13	31,7
	Total	41	100,0

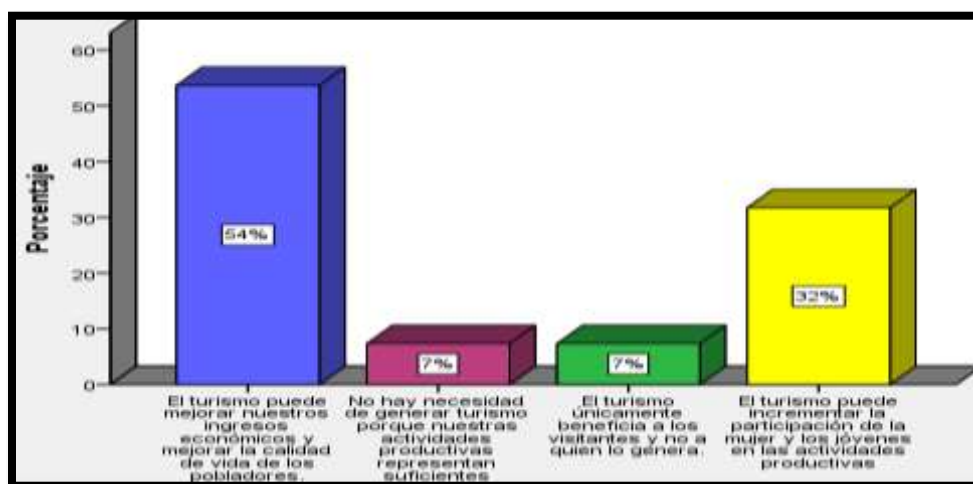


Figura 47: Turismo como fuente económica y recurso para mejorar la calidad de vida

**Interpretación:** Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 54% de los encuestados manifiesta que el turismo puede mejorar sus ingresos económicos y mejorar la calidad de vida de sus pobladores, el 32% dice el turismo puede incrementar la participación de la mujer y los jóvenes en las actividades productivas, el 7% considera que no hay necesidad de generar turismo porque las actividades productivas que se realizan representan suficientes ingresos económicos, y finalmente el otro 7% el turismo únicamente beneficia a los visitantes y no a quien lo genera.

**Análisis:** Aunque existe poca actividad turística, la mayoría de los dirigentes barriales reconoce que el turismo en esta parroquia no solo aporta principalmente con mejorar los ingresos y calidad de vida de sus pobladores sino que también ayuda a incrementar la participación de la mujer y de los jóvenes en las actividades productivas, no obstante existe un porcentaje que considera que sus ingresos económicos son suficientes, así como que el turismo únicamente beneficia a los visitantes no a quien lo genera, esto se debe a que un bajo porcentaje tiene un poco de temor al cambio y bastante desinformación acerca de esta actividad, es por ello que una vinculación contribuye a planificar las actividades turísticas de tal forma que todos los ciudadanos estén informados y colaboren con la misma, lo que fomenta la seguridad de todos los habitantes al comprender que el turismo es la mejor opción para mejorar la calidad de vida de los habitantes de esta parroquia.

Tabla 62:

## Percepción de la parroquia para convertirse en un referente turístico

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Desconozco como nuestra parroquia puede convertirse en un referente turístico.	8	19,5
	Podríamos aprovechar los recursos turísticos naturales para crear un emprendimiento comunitario.	27	65,9
	La parroquia no cuenta con potencialidades turísticas no podría ser un referente turístico	3	7,3
	Las actividades productivas de la parroquia pueden convertirla en un referente turístico	3	7,3
	Total	41	100,0

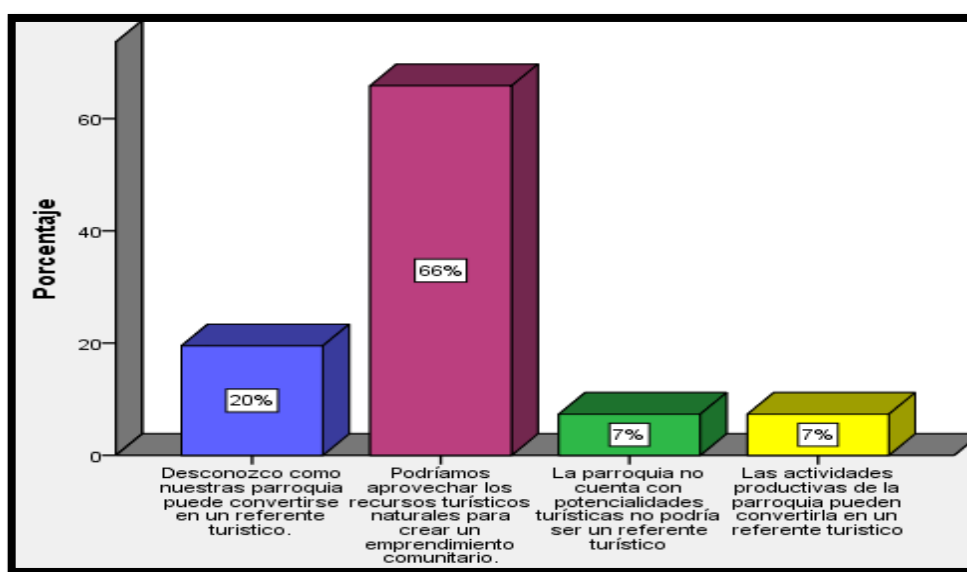


Figura 48: Percepción de la parroquia para convertirse en un referente turístico

## Interpretación.

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 66% de los encuestados considera que podrían aprovechar los recursos turísticos naturales para crear un emprendimiento comunitario, el 20% desconoce como la parroquia puede convertirse en un referente turístico, el 7% dice que las actividades productivas de la parroquia pueden convertirse en un referente turístico, y el otro 7% manifiesta que la parroquia no cuenta con potencialidades turísticas por lo que no podría ser un referente turístico.

## Análisis.

Al conocer los atractivos turísticos con los que cuenta esta parroquia la mayoría de los encuestados reconoce que podrían crear un emprendimiento comunitario si aprovechan sus recursos turísticos, lo que ratifica que la mayoría están dispuestos a que se generen proyectos de esta naturaleza en la zona.

Tabla 63:

**Capacidad económica para crear un emprendimiento turístico.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	No cuento con los recursos económicos para invertir en emprendimientos turísticos.	32	78,0
	Cuento con los recursos económicos pero no sé cómo crear un emprendimiento turístico.	2	4,9
	Mis ingresos económicos solo me ayudan a satisfacer mis necesidades básicas y las de mi familia.	5	12,2
	Cuento con los recursos económicos pero no sé qué tan rentable sea invertir en emprendimientos turísticos.	2	4,9
	Total	41	100,0

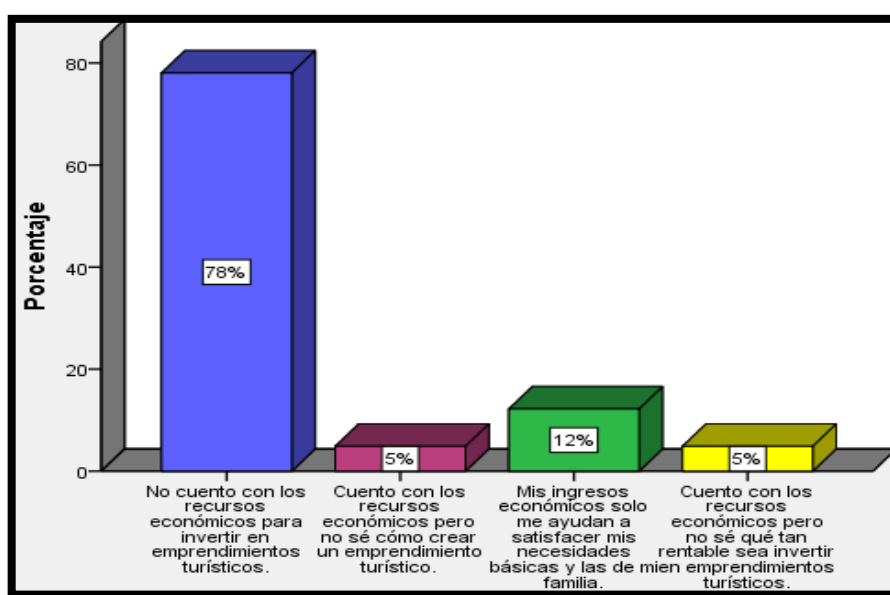


Figura 49: Capacidad económica para crear un emprendimiento turístico.

**Interpretación:** Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 78% de los encuestados manifiesta que no cuenta con los recursos económicos para invertir en emprendimientos turísticos, el 12% dice que sus ingresos económicos solamente ayudan a satisfacer sus necesidades básicas, el 5% cuenta con los recursos económicos, pero no sabe cómo crear un emprendimiento turístico, y el otro 5% cuenta con los recursos económicos, pero no sabe qué tan rentable es invertir en emprendimientos turísticos.

**Análisis:** La falta de fuentes de trabajo en la parroquia de Mulaló, no permite que las personas que viven en dicha parroquia tengan los suficientes recursos económicos para invertir en emprendimientos turísticos, más existe también personas que si cuentan con los recursos sin embargo no conocen como crear dicho emprendimiento, si ellos cuentan con mayor información de cómo iniciar proyectos turísticos, será mucho más factible la inversión en esta área.

Tabla 64:

**Capacitaciones para el emprendimiento turístico.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	El GAD parroquial nos ha capacitado sobre temas de emprendimiento en el área de turismo.	4	9,8
	Las instituciones públicas y privadas nunca nos han hablado acerca de emprendimientos turísticos.	2	4,9
	No tengo interés en capacitarme para crear emprendimientos turísticos.	1	2,4
	Me he capacitado acerca de turismo por cuenta propia.	3	7,3
	No estoy totalmente capacitado para crear un emprendimiento turístico pero me gustaría hacerlo.	31	75,6
	Total	41	100,0

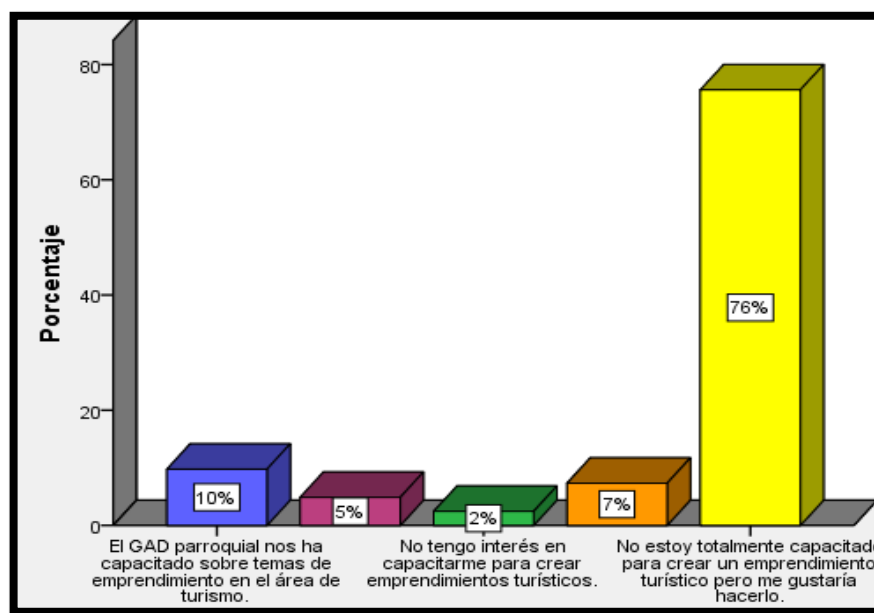


Figura 50: Capacitaciones para el emprendimiento turístico

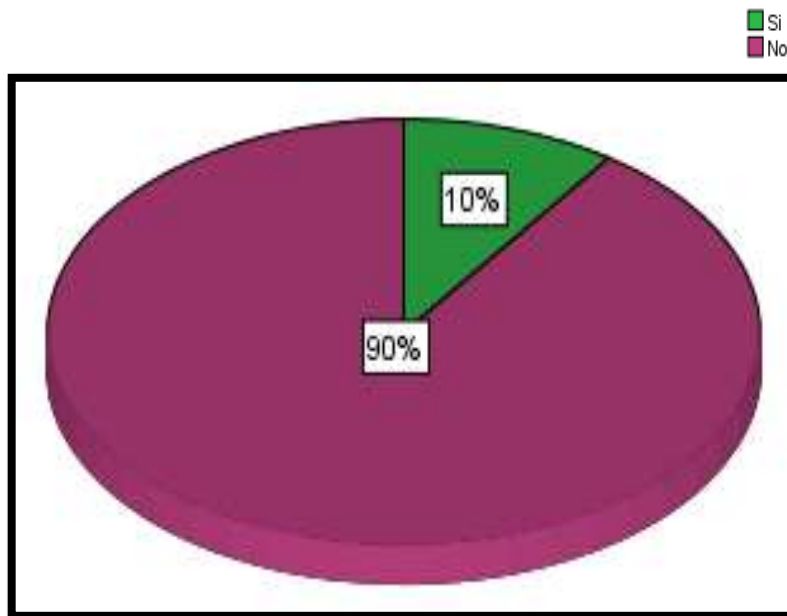
**Interpretación:** Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 76% de los encuestado manifiesta que no está totalmente capacitado para crear un emprendimiento turístico, el 10% dice que el GAD parroquial los ha capacitado sobre el presente tema, el 7% se ha capacitado sobre el turismo por cuenta propia, el 5% dice que tanto las instituciones públicas como privadas, nunca les han hablado a cerca de los emprendimientos turísticos, y el 2% no tienen interés en capacitarse para crear emprendimientos turísticos.

**Análisis:** A pesar de que sí existen capacitaciones por parte de las autoridades sobre este tema, la mayoría de los habitantes de esta parroquia no se encuentra capacitada para realizar un emprendimiento turístico, pues la poca actividad turística de la zona no proporciona los suficientes conocimientos sobre dichas actividades y de cómo crear un emprendimiento de esta naturaleza.

**Tabla 65:**

**Conocimiento de los programas de la Universidad en beneficio de la colectividad**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Válidos	Si	4	9,8
	No	37	90,2
	<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>100,0</b>



**Figura 51: Conocimiento de los programas de la Universidad en beneficio de la colectividad**

**Interpretación:**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 90% de los encuestados no conoce sobre los programas que realiza la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, en beneficio de la colectividad, por su parte el 10% manifiesta que sí conoce sobre dichos programas.

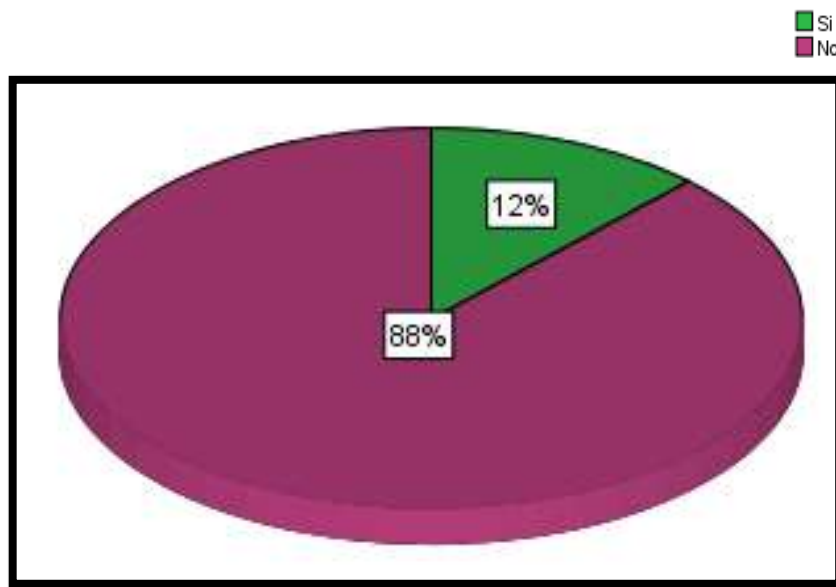
**Análisis:**

Cuando se le pregunto a los Dirigentes barriales de la parroquia Mulaló si conocen los programas que realiza la Universidad en beneficio de la colectividad los resultados fueron en su mayoría negativos, dando como resultado el desconocimientos de más de la mitad de la población encuestada sobre la participación de la institución, es así que la pregunta se orienta a que tan trascendente es la intervención de la universidad con estos sectores, cabe destacar que no es necesario haber formado parte de uno de estos programas para medir el nivel de participación de la universidad. Tomando en cuenta que la vinculación más allá de ser una obligación es una responsabilidad social todas las Instituciones de Educación Superior deben prestar su recurso tecnológico y humano para intervenir de manera constante, participativa y conjunta en el desarrollo de los sectores más necesitados.



**Tabla 66:****Participación de Dirigentes Barriales en programas de vinculación.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	5	12,2
	No	36	87,8
	Total	41	100,0

**Figura 52: Participación de Dirigentes Barriales en programas de vinculación.****Interpretación:**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 88% de los encuestados manifiesta que no ha participado en proyectos de vinculación de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, frente al 12% que sí ha participado alguna vez en dichos proyectos.

**Análisis:**

De los encuestados, son pocos los que han participado en proyectos de vinculación de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, es evidente que existe desconocimiento por parte de las personas acerca de los programas de vinculación de la universidad, por tanto el efecto es la escasa participación de estas en los cursos que se dictan, si bien es cierto las capacitaciones que brinda la institución están sectorizadas, se debe analizar que si estas tuviesen trascendencia y generaran impactos importantes en aquel sector, las demás comunidades u poblados no dudarían en solicitar vincularse a la universidad.

Las limitaciones que presenta el sistema de vinculación en la UFA ESPE limita a su vez el nivel de impacto que se genera en la comunidad o sector atendido, dando como resultado la opaca participación de la misma y el elevado nivel de desconocimiento de su gestión, considerando que las universidades deben apoyar y contribuir mediante la vinculación al desarrollo de la población es necesario fortalecer estos lazos a través de proyectos realmente efectivos, que cubran las expectativas de los participantes.

Tabla 67:

## Oferta de cursos dictados por la Universidad UFA ESPE

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Cursos de Turismo	1	2,4
	Grupos de Gastronomía	1	2,4
	Cursos de Contabilidad	1	2,4
	Cursos de Emprendimiento	1	2,4
	Otros	4	9,8
	Ninguno	33	80,5
Total		41	100,0

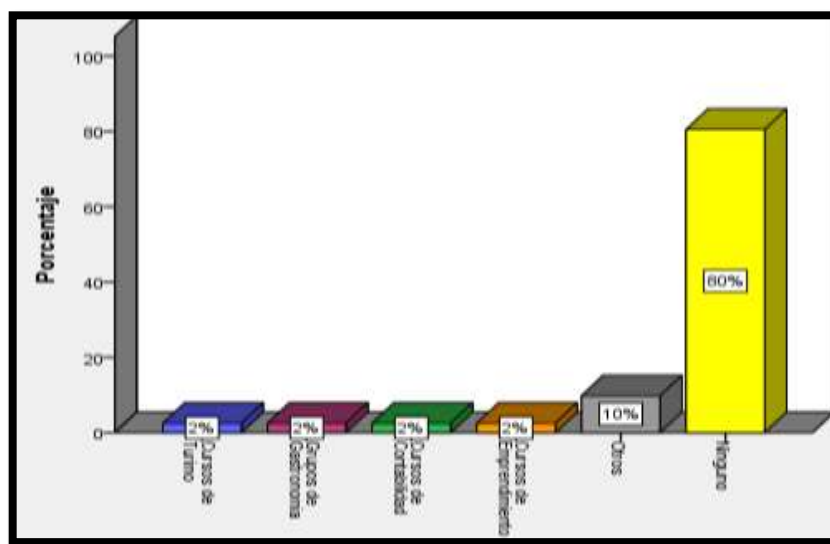


Figura 53: Oferta de cursos dictados por la Universidad UFA ESPE

## Interpretación.

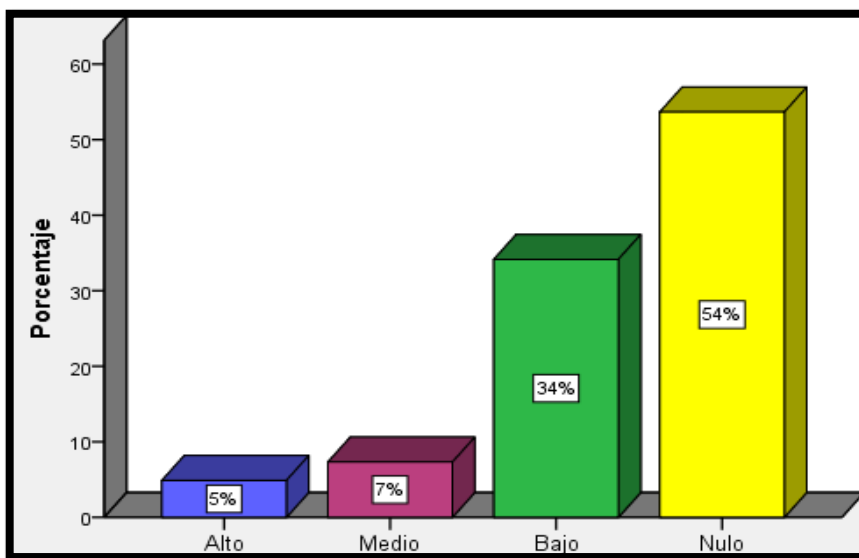
Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 80% de los encuestados manifiesta que no ha asistido a ningún curso dictado por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, el 10% asistió a otros cursos diferentes a los determinados en la encuesta, el 2% asistió a cursos de turismo, el 2% cursos de emprendimiento, otro 2% a cursos de gastronomía y finalmente el otro 2% a cursos de contabilidad.

## Análisis.

A pesar de contar con un elevado porcentaje de dirigentes barriales que consideran que la actividad turística es una buena alternativa para el desarrollo de la parroquia, se evidencia la casi nula existencia de personas que han tomado cursos de este tipo, una de las razones conlleva a que tanto instituciones públicas como privadas no ha ofertado este tipo de cursos y menos aun dentro de la parroquia, otra de las razones implica que los cursos no han sido diseñados en base a las necesidades y requerimientos de las personas a las que van a beneficiar.

**Tabla 68:****Nivel de participación de la Universidad UFA ESPE con el sector rural**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Válidos	Alto	2	4,9
	Medio	3	7,3
	Bajo	14	34,1
	Nulo	22	53,7
	Total	41	100,0

**Figura 54: Nivel de participación de la Universidad UFA ESPE con el sector rural****Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 54% de los encuestados considera que es nulo el nivel de participación de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE con el sector rural, el 34% bajo, el 7% medio, y, tan solo el 5% considera que es alto.

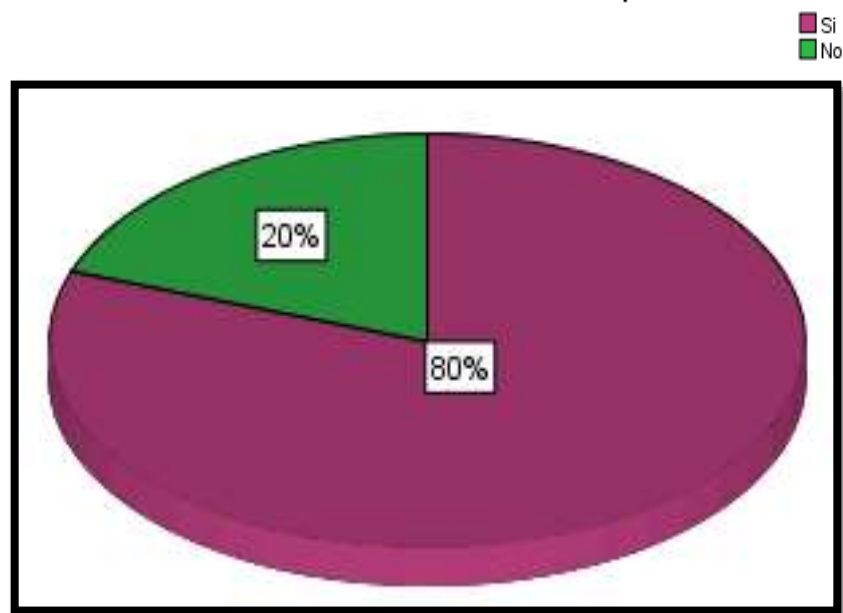
**Análisis.**

La mayoría de los encuestados considera que es nulo el nivel de participación de la UFA ESPE, evidentemente no existen muchos proyectos encaminados a fortalecer el turismo en esta parroquia y el nivel de participación de la Universidad con el sector rural no está generando impacto en el medio.

Tabla 69:

**Necesidad de vincular a la parroquia con la universidad UFA ESPE para el desarrollo turístico local**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	33	80,5
	No	8	19,5
	Total	41	100,0



**Figura 55: Necesidad de vincular a la parroquia con la universidad UFA ESPE para el desarrollo turístico local**

**Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 80% de los encuestados considera que si existe la necesidad de vincular a la parroquia con la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, como mecanismo para el desarrollo turístico local, y el 20% considera que no existe la necesidad de dicha vinculación.

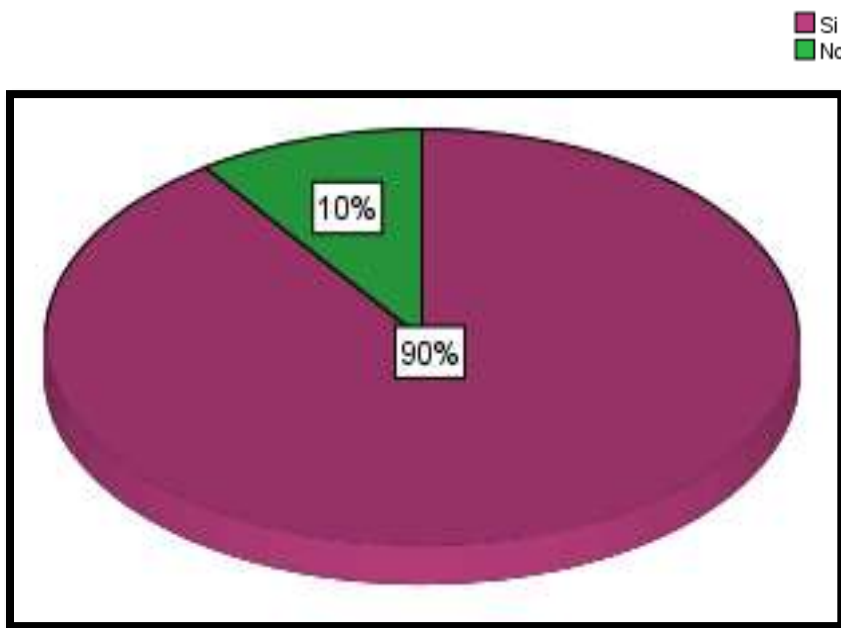
**Análisis.**

La mayoría de los encuestados presenta mucho interés y expectativa por la generación de proyectos turísticos en la zona y la gran mayoría está consientes de la importancia del turismo como una oportunidad de desarrollo local, por lo tanto consideran de gran importancia que la parroquia de Mulaló cuente con programas de vinculación con la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, a fin de dinamizar las actividades turísticas en el sector.

Tabla 70:

**Aceptación para formar parte de un programa de vinculación para el desarrollo del sector turístico de la parroquia**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	37	90,2
	No	4	9,8
	Total	41	100,0



**Figura 56: Aceptación para formar parte de un programa de vinculación para el desarrollo del sector turístico de la parroquia**

**Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que al 90% de los encuestados le gustaría formar parte de un programa de vinculación para el desarrollo del sector turístico de la parroquia, frente al 10% que no le gustaría formar parte de dicho programa.

**Análisis.**

El primer paso para construir una idea de proyecto comunitario es contar con la aceptación y predisposición de las personas a las que dicho proyecto va a beneficiar en este caso los moradores de la parroquia rural Mulaló que en su mayoría señalan que si les gustaría formar parte de un programa de vinculación con la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, estos se encuentran animados y comprometidos a formar parte de un programa con fines turísticos, pues están conscientes de las ventajas que dicho programa puede traer a su parroquia.

Tabla 71:

## Temas de capacitación

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA		PORCENTAJE		TOTAL
	SI	NO	SI	NO	
Conceptos y bases del turismo y turismo rural.	13	28	65%	35%	100%
Sensibilización en turismo rural comunitario.	10	31	50%	50%	100%
Conocimiento de la realidad turística local	5	36	25%	75%	100%
Charlas sobre Turismo Sostenible	5	36	25%	75%	100%
Emprendimientos comunitarios	19	22	95%	5%	100%
Desarrollo de productos turístico	17	24	85%	15%	100%
Como promocionar nuestra empresa	2	39	10%	90%	100%
Comercio electrónico en las comunidades	2	39	10%	90%	100%
Calidad en los servicios turísticos	2	39	10%	90%	100%
Capacitación en atención al cliente	6	35	30%	70%	100%
Elaboración de planes de negocios turísticos	19	22	95%	5%	100%
Técnicas de guiar	4	37	20%	80%	100%
Seguridad alimentaria	3	38	15%	85%	100%
Ingles	18	23	90%	10%	100%
Otros	0	41	0%	100%	100%
Ninguna/Sin respuesta	4	37	20%	80%	100%

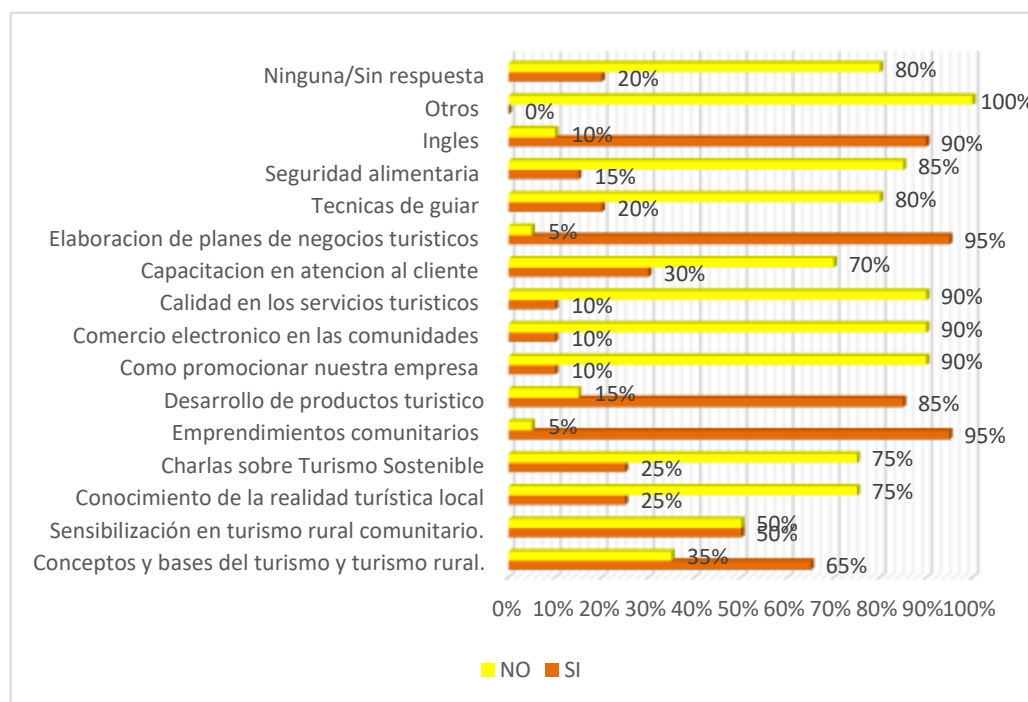


Figura 57: Temas de capacitación

**Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que al 95% de los encuestados le gustaría capacitarse en temas sobre emprendimientos comunitarios, así como también en temas sobre elaboración de planes de negocios turísticos, al 90% le gustaría aprender hablar el idioma inglés, el 85% se interesa también sobre desarrollo de productos turísticos, al 65% le gustaría adquirir conocimientos acerca de conceptos y bases del turismo y el turismo rural, el 50% por su parte quiere capacitarse sobre sensibilización el turismo rural comunitario, el 30% capacitación en atención al cliente, el 25% charlas sobre turismo sostenible y conocimientos de la realidad turística local, 20% técnicas de guiar, y ninguna o sin respuesta, el 15% seguridad alimentaria, mientras el 10% calidad en los servicios turísticos, comercio electrónico en las comunidades, y como promocionar nuestra empresa.

**Análisis.**

Al igual que el sector empresarial los dirigentes barriales manifestaron mucha expectativa sobre una posible vinculación con la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE extensión Latacunga, no obstante dejando también en claro que solo están dispuestos a recibir capacitaciones de este tipo como complemento a proyectos turísticos diseñados para la parroquia caso contrario dichas capacitaciones en muchos de los casos fracasarían.

Al conocer los beneficios que el turismo traería a la parroquia de Mulaló, la mayoría de los encuestados busca o le gustaría capacitarse acerca de cómo desarrollar y poner en marcha emprendimientos comunitarios, así como también sobre la elaboración de planes turísticos, el complemento de estas capacitaciones es el inglés pues de esta forma podrán comunicarse con los turistas que lleguen a la zona, por ello el inglés también es un tema de interés en cuanto a capacitación, el resto de los encuestados también busca capacitarse en temas relacionados al turismo, tal es así que el 0% de los encuestados manifiesta interés por otro tipo de tema de capacitación.

Tabla 72:

**Método de enseñanza en el desarrollo de los cursos**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Estudio de casos reales	28	68,3
	Resolución de ejercicios y problemas	2	4,9
	Aprendizaje basado en problemas	2	4,9
	Aprendizaje cooperativo	7	17,1
	Ninguno	2	4,9
	Total	41	100,0

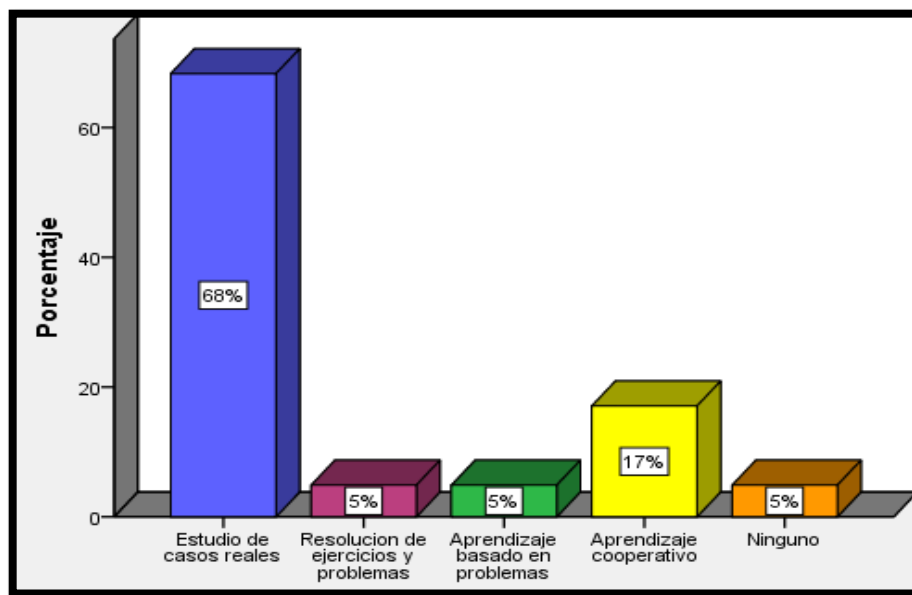


Figura 58: Método de enseñanza en el desarrollo de los cursos

**Interpretación:**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 80% de los encuestados manifiesta que el método de enseñanza que le gustaría es el estudio de casos reales, el 17% aprendizaje cooperativo, el 5% resolución de ejercicios y problemas, el 5% aprendizaje basado en problemas, y el 5% ninguno.

**Análisis:**

El método de enseñanza que se debe aplicar a esta población debe estar direccionado hacia el estudio de casos reales, ya que este método está basado en experiencias similares que otro grupo de personas ya lo vivió, esto permite a la población enfrentar situaciones similares en base a sucesos pasados, mismos que aportan conocimientos suficientes para saber cómo actuar en aquellas circunstancias, así mismo el éxito que han logrado otras comunidades o poblados debido a la actividad turística impulsa la motivación de los nuevos emprendedores.



Tabla 73:

## Forma de los cursos

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Seminario y talleres	24	58,5
	Clases practicas	8	19,5
	Practiclas externas	2	4,9
	Estudio y trabajo en grupo	5	12,2
	Ninguno	2	4,9
	Total	41	100,0

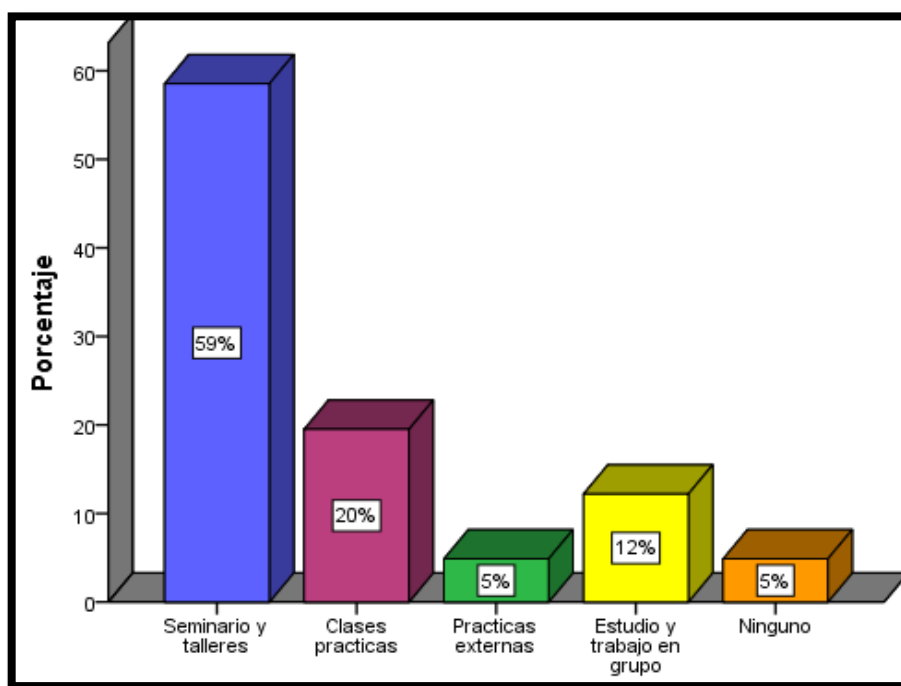


Figura 59: Forma de los cursos

**Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 59% de los encuestados manifiesta la forma en que le gustaría que se dicten los cursos es mediante seminarios y talleres, el 20% clases prácticas, el 12% estudio y trabajo en grupo, el 5% practicas externas y el otro 5% ninguno.

**Análisis.**

Al ser casos reales el método de enseñanza que a la mayoría de los encuestados le gustaría, es evidente que la forma más adecuada de hacerlo es mediante seminarios, talleres, y clases prácticas ya que permiten entender de mejor manera las situaciones reales que se impartan en los mismos.

Tabla 74:

## Técnicas de capacitación

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Practica de campo	35	85,4
	Lluvia de ideas	2	4,9
	Foros	2	4,9
	Ninguno	2	4,9
	Total	41	100,0

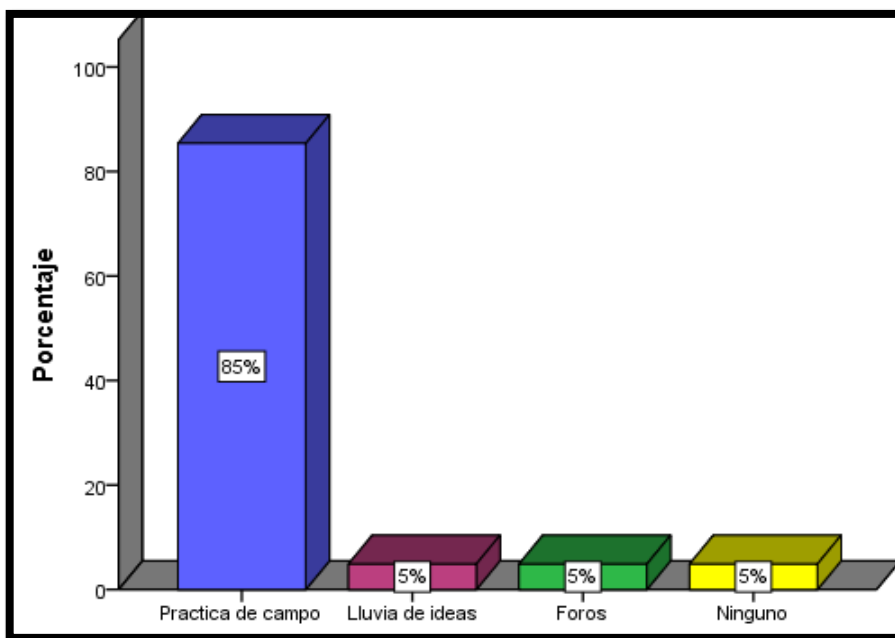


Figura 60: Técnicas de capacitación

**Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 85% de los encuestados manifiesta que la técnica más adecuada para garantizar su aprendizaje es la práctica de campo, el 5% lluvia de ideas, el 5% foros y el otro 5% ninguno.

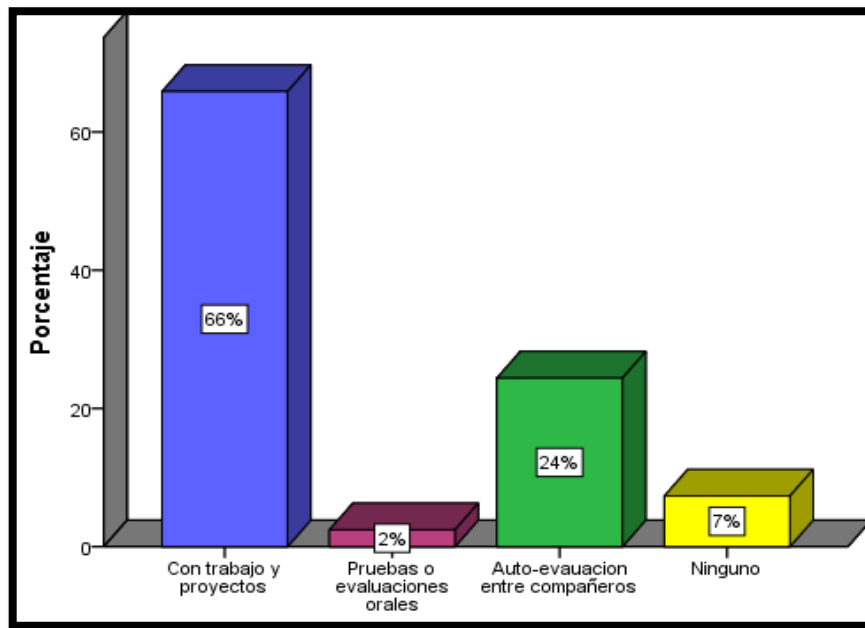
**Análisis.**

La práctica de campo es considerada por la mayoría de los encuestados, como la mejor técnica, pues consolida los conocimientos adquiridos de manera práctica acompañada obviamente con la teórica, garantizando así el aprendizaje de todos los temas en los que se han capacitado.

Tabla 75:

## Tipos de evaluación

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Con trabajo y proyectos	27	65,9
	Pruebas o evaluaciones orales	1	2,4
	Auto-evaluación entre compañeros	10	24,4
	Ninguno	3	7,3
	Total	41	100,0

Figura  
Tipos61:  
de

## evaluación

**Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 66% de los encuestados dice que le gustaría ser evaluado con trabajos y proyectos, el 24% con autoevaluación entre compañeros, el 7% ninguno y el 2% pruebas o evaluaciones orales.

**Análisis.**

A la mayoría de los encuestados gustaría ser evaluado con trabajos y proyectos, esta es una de las técnicas de evaluación más adecuadas para determinar el nivel de conocimientos que han adquirido los participantes de la capacitación, la autoevaluación de compañeros también es considerada como una buena forma de ser evaluado, sin embargo para ello se debe tener claro que todos los compañeros deben tener el mismo nivel de conocimiento para que exista una correcta calificación.

Tabla 76:

## Proyectos para la parroquia Mulaló

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA		PORCENTAJE		TOTAL
	SI	NO	SI	NO	
	13	28	65%	35%	100%
Creación de un centro de asesoramiento turístico en las Instalaciones de la Universidad ESPE	7	34	35%	65%	100%
Creación y organización de una red de productores dedicados a la actividad turística	19	22	95%	5%	100%
Creación de un centro comunitario que brinde actividades turísticas relacionadas con los atractivos y actividades productivas de la zona.	1	40	5%	95%	100%
Creación de senderos turísticos administrados por la comunidad que den a conocer los atractivos con los que cuenta la parroquia.	4	37	20%	80%	100%
Planificación y organización de ferias anuales en las que se promocionen productos elaborados en la parroquia	5	36	25%	75%	100%
Publicidad turística para promocionar los atractivos de la parroquia.	0	41	0%	100%	100%
Otros	3	38	15%	85%	100%
Ninguna/Sin respuesta	52				

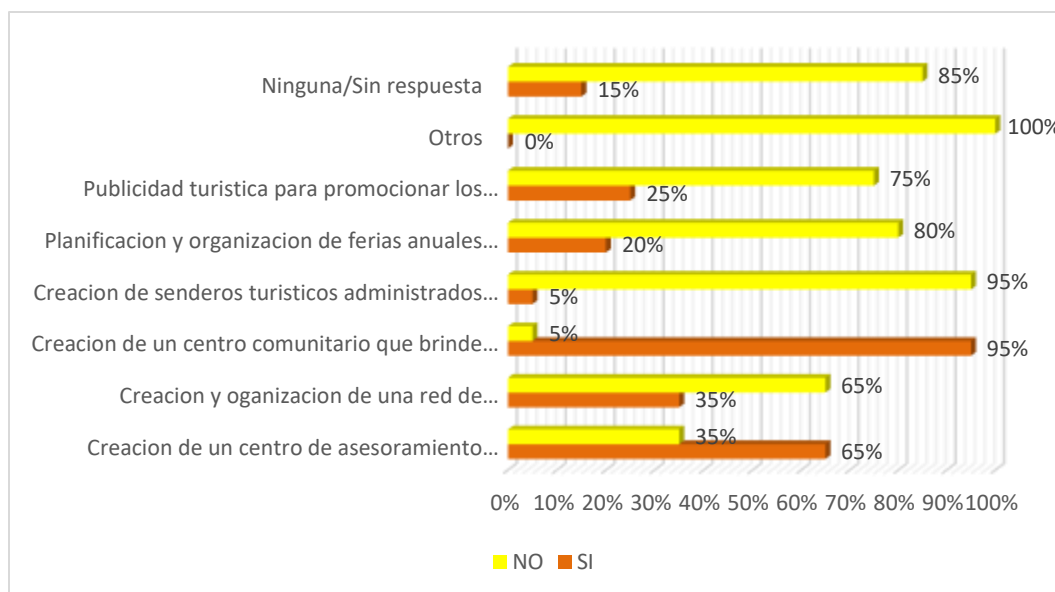


Figura 62: Proyectos para la parroquia Mulaló

**Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 95% de los encuestados le gustaría que se desarrolle como proyecto para su parroquia, la creación de un centro comunitario que brinde actividades turísticas relacionadas con los atractivos y actividades productivas de la zona, el 65% creación de un centro de asesoramiento turístico en las instalaciones de la Universidad ESPE, el 35% creación y organización de una red de productores dedicados a la actividad turística, el 25% publicidad turística para promocionar los atractivos turísticos de la parroquia, el 20% planificación y organización de ferias anuales en las que se promocionen productos elaborados en la parroquia, el 15% ninguna o sin respuesta, el 5% creación de senderos administrados por la comunidad que den a conocer los atractivos con los que cuenta la parroquia y finalmente el 0% otros.

**Análisis.**

Los Dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló considera que la mejor alternativa para dinamizar el turismo en la zona es la creación un centro comunitario que brinde actividades turísticas relacionadas con los atractivos y actividades productivas de la zona, así como también un buen porcentaje considera que una buena iniciativa seria la implementación de un centro de asesoramiento turístico en las instalaciones de la Universidad ESPE, en el que se brinde toda la información y el asesoramiento adecuado para quien desee iniciar cualquier tipo de actividad relacionada con el turismo.

Tabla 77:

## Relación comunitaria

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Excelente	5	12,2
	Muy buena	31	75,6
	Buena	4	9,8
	Regular	1	2,4
	Total	41	100,0

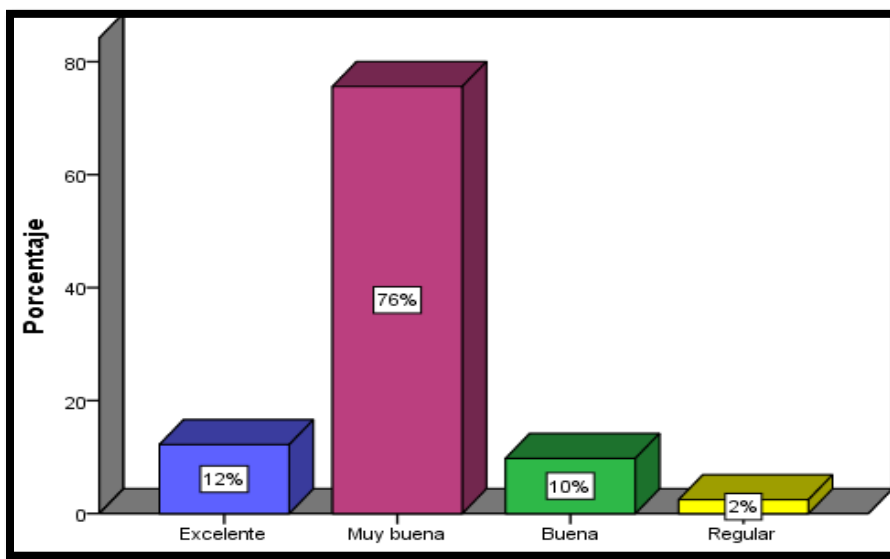


Figura 63: Relación comunitaria

**Interpretación:** Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 76% de los encuestados considera que su relación con las demás personas de la comunidad es muy buena, el 12% excelente, el 10% buena, y, el 2% regular.

**Análisis:** Antes de iniciar el diseño y ejecución de un proyecto comunitario es indispensable conocer el comportamiento social entre sus individuos así como valorar las estructuras de liderazgo dentro del territorio con la finalidad de validar el éxito del mismo ya que este tipo de proyectos se caracterizan por la cooperación e intervención de toda la comunidad cuyo comportamiento debe caracterizarse por una convivencia de paz y armonía entre pobladores lo que facilita enormemente emprender proyectos comunitarios, en el caso de la parroquia Mulaló de acuerdo a los resultados obtenidos se puede concluir que se trata de una población que mantiene condiciones bastante favorables en cuanto a buenas relaciones entre pobladores se trata.

Tabla 78:

### Nivel de trabajo en equipo con otros miembros de la comunidad

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	40	97,6
	No	1	2,4
	Total	41	100,0

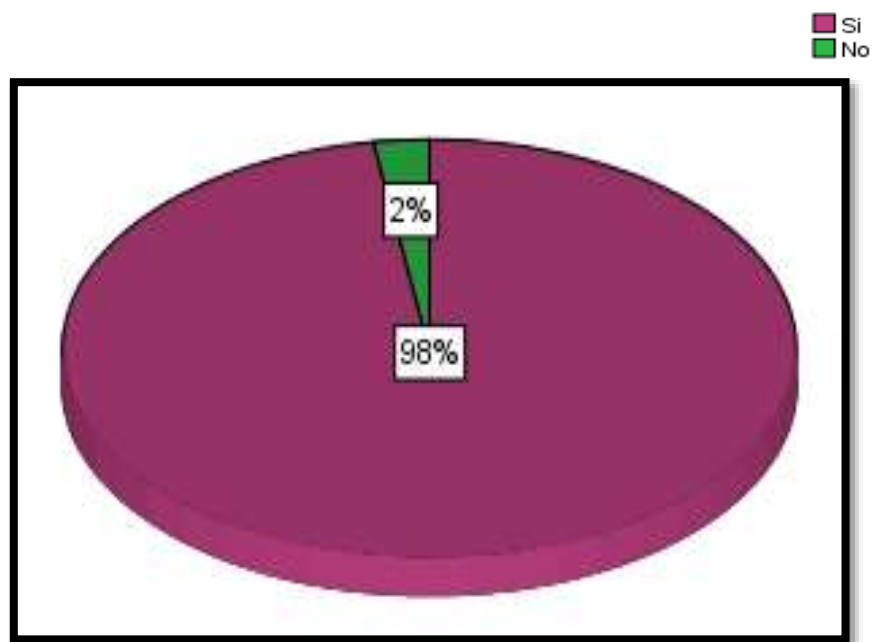


Figura 64: Nivel de trabajo en equipo con otros miembros de la comunidad

#### Interpretación.

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 85% de los encuestados manifiesta que sí estaría dispuesto a trabajar en equipo con otros miembros de la comunidad para llevar a cabo los proyectos de emprendimiento turístico mediante el aprovechamiento de los atractivos de la parroquia, frente al 2% que manifiesta que no está dispuesto a trabajar en equipo con tal fin.

#### Análisis.

El cariño de los habitantes por su parroquia, su unión y sus ganas de progreso se manifiestan claramente en su disposición para trabajar en equipo con otros miembros de la comunidad con el fin de llevar a cabo proyectos de emprendimiento turístico y de esta forma se aprovechen todas sus potencialidades.

Tabla 79:

**Capacidad de Liderazgo**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	40	97,6
	No	1	2,4
	Total	41	100,0

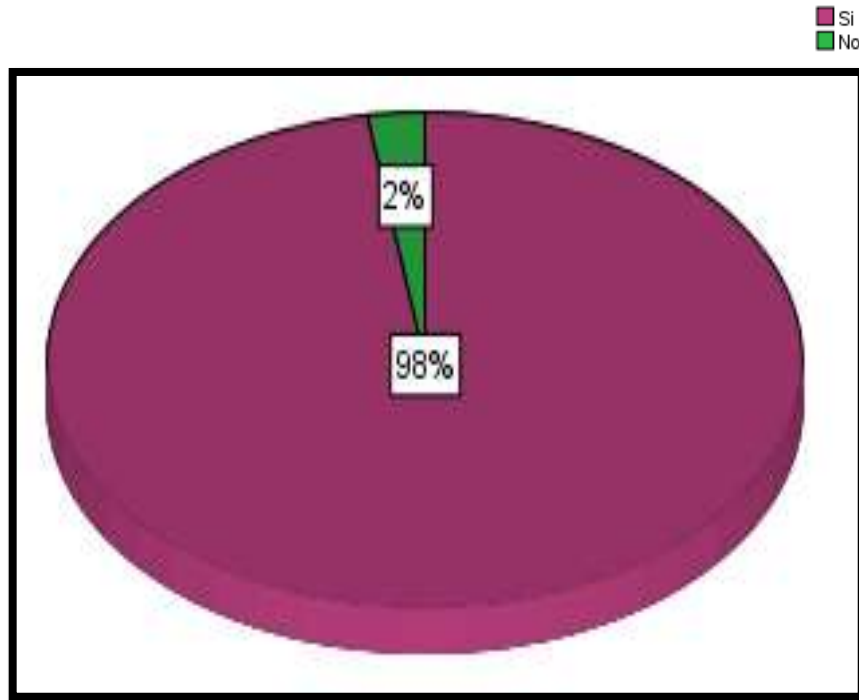


Figura 65: Capacidad de Liderazgo

**Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 98% de los encuestados manifiesta que sí se siente en la capacidad de estar al frente de un grupo de personas para trabajar en beneficio de su parroquia, frente al 2% que considera que no se encuentra capacitado.

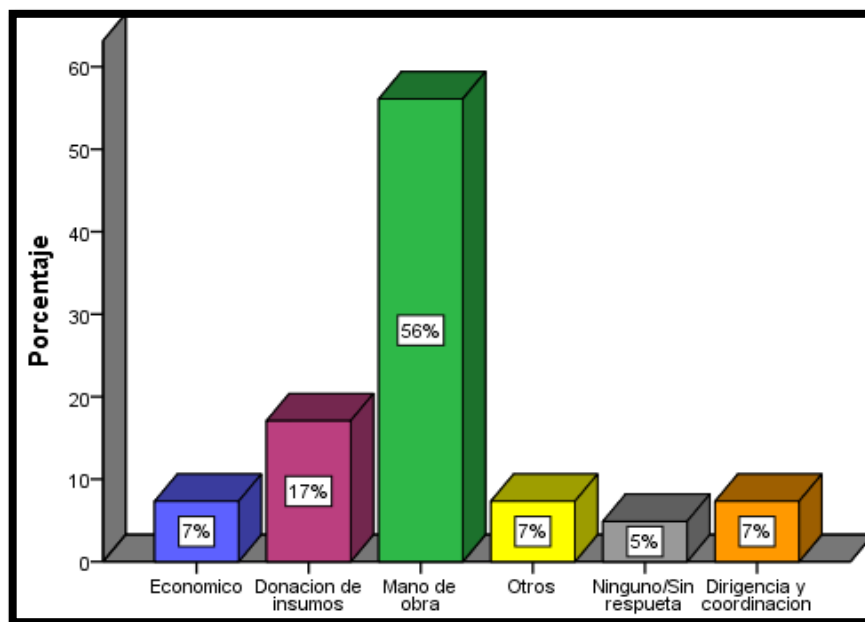
**Análisis.**

Las ganas de mejorar la calidad de vida de sus habitantes, permite que la mayoría de los dirigentes barriales que fueron encuestados se considere altamente capacitados para estar al frente de un grupo de personas con el fin de trabajar para beneficio de su parroquia.



**Tabla 80:****Aporte para llevar a cabo emprendimientos turísticos comunitarios.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Económico	3	7,3
	Donación de insumos	7	17,1
	Mano de obra	23	56,1
	Otros	3	7,3
	Ninguno/Sin respuesta	2	4,9
	Dirigencia y coordinación	3	7,3
	Total	41	100,0

**Figura 66: Aporte para llevar a cabo emprendimientos turísticos comunitarios.****Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 56% de los encuestados considera que su aporte para llevar a cabo emprendimientos turísticos comunitarios sería la mano de obra, el 17% donación de insumos, el 7% económico, el 7% dirigencia y coordinación, el 7% otros, y, el 5% ninguno/sin respuesta.

**Análisis.**

Es sustancial tomar en cuenta que la mayoría de los encuestados contribuiría de alguna forma con aportes para llevar a cabo emprendimiento turísticos comunitarios lo que garantizaría la eficacia de este tipo de proyectos en la parroquia de Mulaló.

Tabla 81:

## Objetivos de vinculación

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA		PORCENTAJE		TOTAL
	SI	NO	SI	NO	
	8	33	40%	60%	100%
Capacitaciones permanentes sobre los proyectos planteados	14	27	70%	30%	100%
Asesoramiento continuo sobre los proyectos planteados	19	22	95%	5%	100%
Proyectos turísticos bajo la asistencia e involucramiento del sector empresarial, la universidad y los gobiernos locales	1	40	5%	95%	100%
Ninguna/Sin respuesta		41	0%	100%	100%
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>				

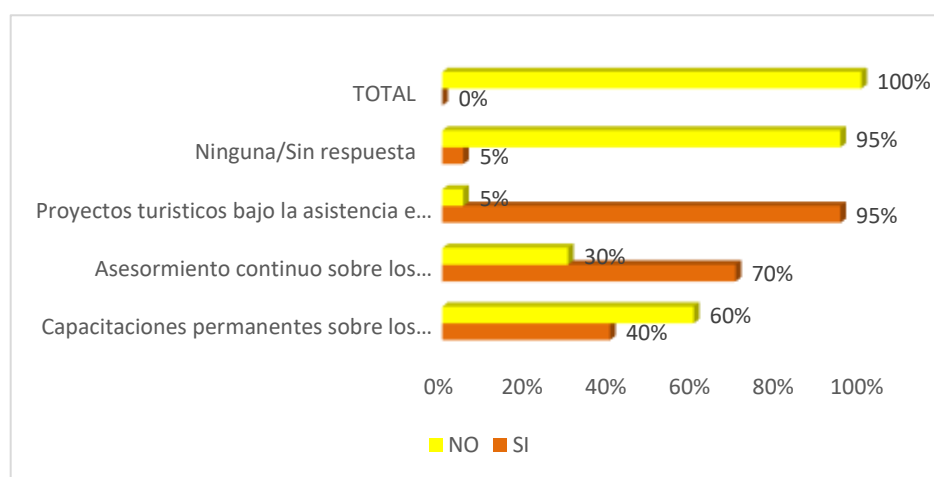


Figura 67: Objetivos de vinculación

## Interpretación:

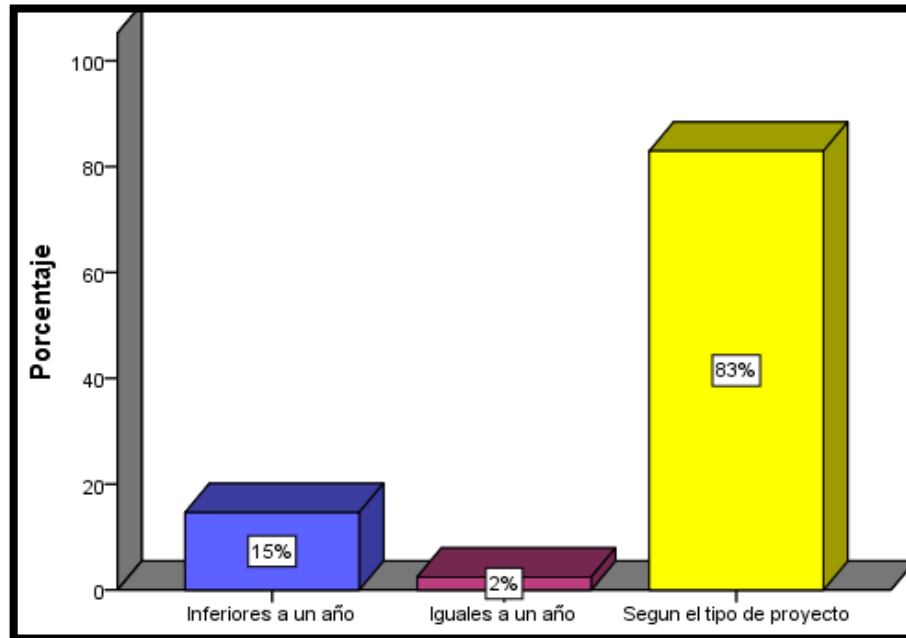
Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 95% de los encuestados considera que el resultado del vínculo que se busca entre la universidad con parroquia es el diseño y ejecución de proyectos turísticos bajo la asistencia e involucramiento tanto de la universidad de las Fuerzas Armadas ESPE extensión Latacunga como de los gobiernos locales, el 70% señala que prefiere recibir asesoramiento continuo sobre los proyectos diseñados, mientras que al 40% le gustaría recibir capacitaciones permanentes sobre los proyectos diseñados.

## Análisis:

Casi la totalidad de los encuestados coinciden en que el resultado de la vinculación entre la Universidad y su parroquia sea el diseño y ejecución de proyectos turísticos bajo la asistencia e involucramiento tanto de la universidad, gobiernos locales y obviamente de la población, cabe recalcar que los habitantes de esta parroquia desean que dichos proyectos cuenten con un plan de ejecución, es decir que tanto la universidad como los gobiernos locales propongan proyectos ya establecidos mismos que logren potencializar los recursos del sector y que hayan sido previamente consultados y aprobados por la población.

**Tabla 82:****Tiempo de ejecución de los proyectos.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Inferiores a un año	6	14,6
	Igual a un año	1	2,4
	Según el tipo de proyecto	34	82,9
	Total	41	100,0

**Figura 68: Tiempo de ejecución de los proyectos.****Interpretación.**

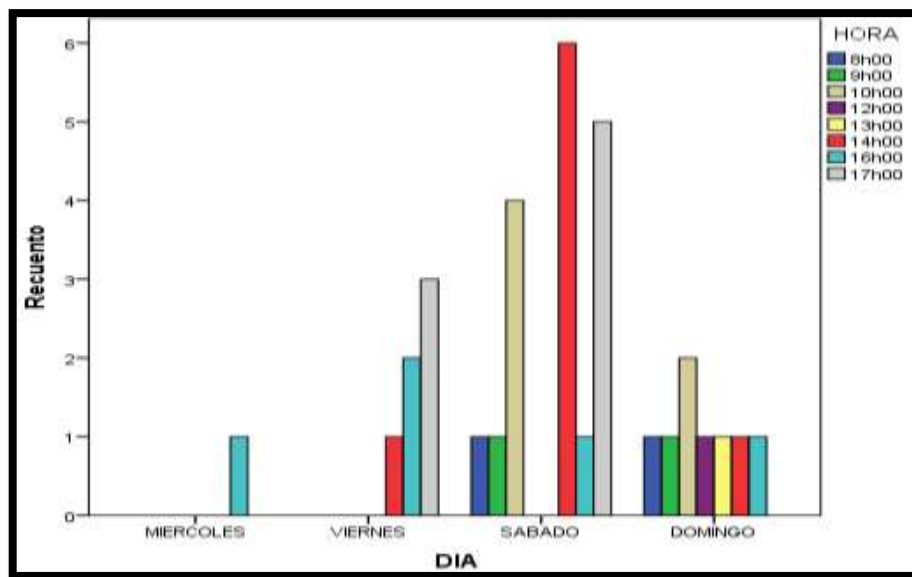
Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 83% de los encuestados considera que el tiempo en el que debe ejecutarse los proyectos, es según el tipo de proyecto, el 15% inferior a un año, y, el 2% igual a un año.

**Análisis.**

Un gran porcentaje de los encuestados toma en cuenta que el tiempo en el cual debe ejecutarse un proyecto debe ser según el tipo de proyecto que se realice, sin embargo hay que considerar también que se prefiere que los proyectos se ejecuten en un tiempo inferior a un año, por cuanto los habitantes de esta parroquia desean que ya sea palpable los beneficios que dichos proyectos otorgarán a la parroquia de Mulaló.

**Tabla 83:****Disponibilidad de tiempo**

		HORA								Total
		8h00	9h	10h	12h0	13h0	14h0	16h0	17h0	
		00	00	00	0	0	0	0	0	
DIA	MIERCOLES	0	0	0	0	0	0	1	0	1
	VIERNES	0	0	0	0	0	1	2	3	6
	SABADO	1	1	4	0	0	6	1	5	18
	DOMINGO	1	1	2	1	1	1	1	0	8
Total		2	2	6	1	1	8	5	8	33

**Figura 69: Disponibilidad de tiempo****Interpretación:**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los Dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran de la mayor disponibilidad de tiempo de las personas para realizar reuniones de vinculación son viernes sábados y domingos, los días viernes a partir de las 17h00 sábados a partir de las 14h00 o a su vez a las 17h00, mientras que los domingos la preferencia es a las 10h00 am.

**Análisis:**

La asistencia de las personas que formaran parte de los proyectos de vinculación es uno de los factores de mayor importancia para el éxito de los mismos, es por ello que es necesario ajustar sus horarios de disponibilidad en medida de que la mayoría pueda asistir a las reuniones.

### **3.2.2.1. Análisis final- Dirigentes parroquia Mulaló**

Una nueva modalidad de turismo comienza a tomar forma y fuerza alrededor del mundo, se trata del turismo rural comunitario que está impulsando el desarrollo territorial, cuando hablamos de este tipo de turismo que impulsa el desarrollo territorial nos referimos a una herramienta basada en un modelo de auto gestión comunitaria que busca el bien común en el marco de la economía social y el turismo responsable, esto básicamente tiene que ver con incorporar la actividad turística al perfil productivo de un territorio para diversificar su economía logrando así una distribución equitativa de los ingresos entre los integrantes de dicho territorio, de igual manera este modelo tiene que ver con la necesidad de fortalecer las capacidades locales con el fomento de la participación social.

Está claro que el turismo de base comunitaria es el que surge de la misión compartida de una actividad consensuada entre todos los autores del territorio que los lleva a compartir experiencias vivenciales auténticas con visitantes ajenos a las mismas y priorizando la conservación de los recursos, por tanto esta modalidad de turismo apunta a un perfil de turista responsable y sensible a la identidad local facilitando así las relaciones interculturales que a su vez dignifican tanto a visitantes como a anfitriones.

La parroquia rural Mulaló ubicada en la provincia de Cotopaxi posee características excepcionales que la pueden llegar a convertir en un importante destino para la práctica de turismo rural comunitario tanto por tratarse de un territorio altamente productivo como por estar estratégicamente ubicado cerca del volcán Cotopaxi uno de los atractivos más importantes y visitados del país tanto por turistas nacionales como extranjeros. Potencialidades que si son aprovechadas pueden acarear múltiples beneficios para esta población.

En este sentido el primer paso para construir una idea de proyecto comunitario es contar con la aceptación y predisposición de las personas a las que dicho proyecto va a beneficiar en este caso los moradores de la parroquia rural Mulaló, que en su mayoría señalan estar dispuestos a participar de manera colectiva de la dinamización del turismo en el sector.

Así mismo se debe tomar en cuenta que el éxito de cualquier tipo de proyectos y aún más si estos son de carácter comunitario o de cualquier índole social implica la creación de alianzas entre actores que entretejan redes de colaboración estratégica mismas que permitan establecer relaciones y acuerdos que promuevan las acciones colectivas que van a generar las transformaciones territoriales en beneficio de su desarrollo, todo esto se resume al fortalecimiento de cadenas de valor inclusivas.

Es así que si al hablar de cadenas de valor se habla de eslabonamiento de actividades económicas individuales y principalmente de alianzas entre diferentes actores para el desarrollo del territorio, entonces todas aquellas instituciones tanto públicas como privadas que pueden aportar de alguna manera con el desarrollo de un territorio deben ser parte de esta cadena de valor, entre las cuales se debe incluir a las Instituciones de Educación Superior.

Por esta razón la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE debe formar parte de esta alianza a través de la vinculación a la que los moradores de la parroquia Mulaló señalan les gustaría formar parte, mediante un programa con fines turísticos, pues están conscientes de las ventajas que dicho programa puede traer a su parroquia.

De la misma manera es indispensable realizar un diagnóstico general que permita encaminar los proyectos en base a las necesidades locales es por ello que dicho análisis da como resultados que los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló se encuentra en su mayoría conformados por el género masculino, sin embargo se puede observar que no existe mayor diferencia porcentual con las dirigentes de género femenino, esto se debe al cambio de pensamiento

cultural ya que las mujeres ha tomado otro rol en la sociedad, siendo cada vez más activas en las decisiones de la comunidad, ya que ha cambiado su pensamiento entendiendo que en la actualidad la mujer tienen voz y voto en la toma de decisiones para el beneficio de la parroquia.

Los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló tienen en su mayoría más de 50 años de edad, si bien es cierto los paradigmas e ideologías de las personas adultas son elementos difíciles de cambio y adaptación ante lo nuevo y diferente, es posible lograrlo cuando se explica de manera certera a las personas el beneficio que en este caso la actividad turística puede representar para mejorar sus condiciones de vida.

Por otra parte es posible evidenciar que los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló en su mayoría están casados por ende sus ingresos económicos son repartidos entre un mayor número de integrantes de la familia, que en muchos de los casos solo cubren las necesidades básicas de los mismos, en su mayoría son familias grandes de entre cinco y más personas lo que ratifica que se generan mayores gastos familiares, limitándolos al acceso de una mejor calidad de vida.

Así mismo es importancia medir el nivel de educación de la población ya que esta facilita el acceso a una mejor calidad de vida, minimiza el impacto de la pobreza de los individuos, y potencializa sus capacidades, se evidencia que la mayor parte de los Dirigentes barriales de la parroquia Mulaló no han alcanzado el nivel de educación superior, factor que limita el rápido crecimiento de la parroquia no por falta de conocimiento por parte de los dirigentes acerca de las necesidades de su barrio o sector ni por la falta de compromiso con su parroquia, sino quizá por el escaso nivel de un conocimiento más técnico que implica el correcto manejo y gestión de los recursos que imposibilita la potencialización del sector y se ve evidenciado en el estancamiento del desarrollo que sufren especialmente los sectores rurales

Por otra parte es relevante recalcar que la mayoría de los dirigentes barriales conoce que es un atractivo turístico lo que facilita un proyecto turístico en esta zona, no obstante a pesar de ser minoría es importante observar que algunos dirigentes desconocen lo que es un atractivo turístico, es por ello que una vinculación turística con esta parroquia, ayudaría enormemente a incrementar los conocimientos de quienes ya lo tienen y llenar de estos a quienes carecen.

En cuanto a las actividades turísticas dentro de la parroquia las personas encuestadas manifiestan que si se las realiza, sin embargo existe un porcentaje considerable de los encuestados quienes manifiestan lo contrario, resultados que se encaminan a que las actividades que se realizan son de manera informal es decir que son ejercidas por una persona o por un número reducido de personas generalmente vinculadas por parentesco o por amistades que no están sujetas a reglamento o registradas bajo una normativa que les faculte brindar este tipo de servicios.

Este dato permite evidenciar una alta presencia de personas que de manera particular visitan la parroquia atraídos por su riqueza paisajística, por sus nombrados atractivos y especialmente por su cercanía con el volcán Cotopaxi, este importante flujo de visitantes al sector debe convertirse en una oportunidad para que los pobladores de la parroquia y debe ser aprovechado por los moradores a través de creativos emprendimientos comunitarios en los que los principales beneficiarios sean sus mismos pobladores y en donde la participación de todos especialmente de mujeres y jóvenes juegue un papel importante y protagónico en el surgimiento de la actividad turística en el sitio.

A pesar de ser una parroquia que no cuenta con mayor promoción turística, existen varias actividades que se realizan en la misma, pues tanto a turistas extranjeros como nacionales gustan de los atractivos que posee la parroquia de Mulalo, sin embargo la falta de capacitación de las personas que viven en esta parroquia sobre cómo tratar a los turistas, y de cómo explotar sus atractivos turísticos hace que no se realicen más actividades que podrían hacerse en dicha parroquia.



Si bien es cierto existe afluencia de personas que de manera particular acuden al sector es evidente que la escases de actividades que son el complemento para la distraccion y recreacion del turista influye en el numero de la llegadas y de su permanencia en el lugar, es indispensable captar ese mercado y satisfacer esa demanda insatisfecha mediante propuestas inteligentes de turismo rural comunitario.

La mayoría de personas que habitan esta parroquia no tienen otra fuente de ingreso a mas de su actividad productiva principal, una de las causas puede deberse a las limitadas fuentes de trabajo dentro de la parroquia asi como la escases de nuevas oportunidades de desarrollo

Un gran porcentaje de los dirigentes barriales de la parroquia de Mulalo desea mejorar su condicion economica, por lo que fomentar la inversion en esta parroquia mediante emprendimientos turisticos generaria fuentes de empleo que contribuirian a mejorar las condiciones economicas de sus habitantes.

La mayoría de los encuestados considera que el turismo es la actividad que mas generaria ingresos economicos a los habitantes de la parroquia de Mulalo, y mejoraria considerablemente las condiciones economicas de las personas que viven en esta parroquia.

Como se ha mencionado anteriormente la falta de fuentes de trabajo hace que la principal necesidad por la que atraviesa la parroquia de Mulalo sea la falta de empleo, desencadenando en las malas condiciones de vida de sus pobladores.

Los aportes de entidades publicas y/o privadas son tan escasos, que no ayudan a satisfacer las necesidades locales, es por ello la importancia de promover la inversion de dichas entidades en esta parroquia ya que de esta forma se genera mas fuentes de ingresos economico, mejorando la calidad de vida de sus habitantes.

Claramente un gran porcentaje conoce los atractivos turísticos que posee la parroquia de Mulalo y consideran que si se aprovechan dichos atractivos mejoraría enormemente las fuentes de empleo e ingresos económicos para su población, sin embargo existe también un porcentaje que desconoce la importancia que puede tener dichos atractivos. El impulso de proyectos turísticos y una vinculación con fines turísticos será el método más eficaz para aprovechar los atractivos turísticos, creando fuentes de empleo e ingresos económicos así como también ayudando a que las personas conozcan de los beneficios de las actividades turísticas y de la importancia de las mismas.

Aunque existe poca actividad turística, la mayoría de los dirigentes barriales reconoce que el turismo en esta parroquia no solo aporta principalmente con mejorar los ingresos y calidad de vida de sus pobladores sino que también ayuda a incrementar la participación de la mujer y de los jóvenes en las actividades productivas, no obstante existe un porcentaje que considera que sus ingresos económicos son suficientes, así como que el turismo únicamente beneficia a los visitantes no a quien lo genera, esto se debe a que un bajo porcentaje tiene un poco de temor al cambio y bastante desinformación acerca de esta actividad, es por ello que una vinculación contribuye a planificar las actividades turísticas de tal forma que todos los ciudadanos estén informados y colaboren con la misma, lo que fomenta la seguridad de todos los habitantes al comprender que el turismo es la mejor opción para mejorar la calidad de vida de los habitantes de esta parroquia.

Al conocer los atractivos turísticos con los que cuenta esta parroquia la mayoría de los encuestados reconoce que podrían crear un emprendimiento comunitario si aprovechan sus recursos turísticos, lo que ratifica que la mayoría están dispuestos a que se generen proyectos de esta naturaleza en la zona.

La falta de fuentes de trabajo en la parroquia de Mulaló, no permite que las personas que viven en dicha parroquia tengan los suficientes recursos económicos para invertir en emprendimientos turísticos, más existe también personas que si cuentan con los recursos sin embargo no conocen como crear dicho emprendimiento, si ellos cuentan con mayor información de cómo iniciar proyectos turísticos, será mucho más factible la inversión en esta área.

A pesar de que sí existen capacitaciones por parte de las autoridades sobre este tema, la mayoría de los habitantes de esta parroquia no se encuentra capacitada para realizar un emprendimiento turístico, pues la poca actividad turística de la zona no proporciona los suficientes conocimientos sobre dichas actividades y de cómo crear un emprendimiento de esta naturaleza

Cuando se le pregunto a los Dirigentes barriales de la parroquia Mulaló si conocen los programas que realiza la Universidad en beneficio de la colectividad los resultados fueron en su mayoría negativos, dando como resultado el desconocimientos de más de la mitad de la población encuestada sobre la participación de la institución, es así que la pregunta se orienta a que tan trascendente es la intervención de la universidad con estos sectores, cabe destacar que no es necesario haber formado parte de uno de estos programas para medir el nivel de participación de la universidad. Tomando en cuenta que la vinculación más allá de ser una obligación es una responsabilidad social todas las Instituciones de Educación Superior deben prestar su recurso tecnológico y humano para intervenir de manera constante, participativa y conjunta en el desarrollo de los sectores más necesitados.

De los encuestados, son pocos los que han participado en proyectos de vinculación de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, es evidente que existe desconocimiento por parte de las personas acerca de los programas de vinculación de la universidad, por tanto el efecto es la escasa participación de estas en los cursos que se dictan,

Si bien es cierto las capacitaciones que brinda la institución están sectorizadas, se debe analizar que si estas tuviesen trascendencia y generaran impactos importantes en aquel sector, las demás comunidades u poblados no dudarían en solicitar vincularse a la universidad.

Las limitaciones que presenta el sistema de vinculación en la UFA ESPE limita a su vez el nivel de impacto que se genera en la comunidad o sector atendido, dando como resultado la opaca participación de la misma y el elevado nivel de desconocimiento de su gestión, considerando que las universidades deben apoyar y contribuir mediante la vinculación al desarrollo de la población es necesario fortalecer estos lazos a través de proyectos realmente efectivos, que cubran las expectativas de los participantes.

A pesar de contar con un elevado porcentaje de dirigentes barriales que consideran que la actividad turística es una buena alternativa para el desarrollo de la parroquia, se evidencia la casi nula existencia de personas que han tomado capacitaciones de este tipo, una de las razones conlleva a que tanto instituciones públicas como privadas no ha ofertado este tipo de cursos y menos aun dentro de la parroquia, otra de las razones implica que los cursos no han sido diseñados en base a las necesidades y requerimientos de las personas a las que van a beneficiar.

La mayoría de los encuestados considera que es nulo el nivel de participación de la UFA ESPE, evidentemente no existen muchos proyectos encaminados a fortalecer el turismo en esta parroquia y el nivel de participación de la Universidad con el sector rural no está generado impacto en el medio.

La mayoría de los encuestados presenta mucho interés y expectativa por la generación de proyectos turísticos en la zona y la gran mayoría está consientes de la importancia del turismo como una oportunidad de desarrollo local, por lo tanto consideran de gran importancia que la parroquia de Mulaló cuente con programas de vinculación con la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, a fin de dinamizar las actividades turísticas en el sector.

Al igual que el sector empresarial los dirigentes barriales manifestaron mucha expectativa sobre una posible vinculación con la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE extensión Latacunga, no obstante dejando también en claro que solo están dispuestos a recibir capacitaciones de este tipo como complemento a proyectos turísticos diseñados para la parroquia caso contrario dichas capacitaciones en muchos de los casos fracasarían.

Al conocer los beneficios que el turismo traería a la parroquia de Mulaló, la mayoría de los encuestados busca o le gustaría capacitarse acerca de cómo desarrollar y poner en marcha emprendimientos comunitarios, así como también sobre la elaboración de planes turísticos, el complemento de estas capacitaciones es el inglés pues de esta forma podrán comunicarse con los turistas que lleguen a la zona, por ello el inglés también es un tema de interés en cuanto a capacitación, el resto de los encuestados también busca capacitarse en temas relacionados al turismo, tal es así que el 0% de los encuestados manifiesta interés por otro tipo de tema de capacitación.

El método de enseñanza que se debe aplicar a esta población debe estar direccionado hacia el estudio de casos reales, ya que este método está basado en experiencias similares que otro grupo de personas ya lo vivió, esto permite a la población enfrentar situaciones similares en base a sucesos pasados, mismos que aportan conocimientos suficientes para saber cómo actuar en aquellas circunstancias, así mismo el éxito que han logrado otras comunidades o poblados debido a la actividad turística impulsa la motivación de los nuevos emprendedores.

Al ser casos reales el método de enseñanza que a la mayoría de los encuestados le gustaría, es evidente que la forma más adecuada de hacerlo es mediante seminarios, talleres, y clases prácticas ya que permiten entender de mejor manera las situaciones reales que se impartan en los mismos.

La práctica de campo es considerada por la mayoría de los encuestados, como la mejor técnica, pues consolida los conocimientos adquiridos de manera práctica acompañada obviamente con la teórica, garantizando así el aprendizaje de todos los temas en los que se han capacitado.

A la mayoría de los encuestados gustaría ser evaluado con trabajos y proyectos, esta es una de las técnicas de evaluación más adecuadas para determinar el nivel de conocimientos que han adquirido los participantes de la capacitación, la autoevaluación de compañeros también es considerada como una buena forma de ser evaluado, sin embargo para ello se debe tener claro que todos los compañeros deben tener el mismo nivel de conocimiento para que exista una correcta calificación.

Los Dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló considera que la mejor alternativa para dinamizar el turismo en la zona es la creación un centro comunitario que brinde actividades turísticas relacionadas con los atractivos y actividades productivas de la zona, así como también un buen porcentaje considera que una buena iniciativa sería la implementación de un centro de asesoramiento turístico en las instalaciones de la Universidad ESPE, en el que se brinde toda la información y el asesoramiento adecuado para quien desee iniciar cualquier tipo de actividad relacionada con el turismo.

Antes de iniciar el diseño y ejecución de un proyecto comunitario es indispensable conocer el comportamiento social entre sus individuos así como valorar las estructuras de liderazgo dentro del territorio con la finalidad de validar el éxito del mismo ya que este tipo de proyectos se caracterizan por la cooperación e intervención de toda la comunidad cuyo comportamiento debe caracterizarse por una convivencia de paz y armonía entre pobladores lo que facilita enormemente emprender proyectos comunitarios, en el caso de la parroquia Mulaló de acuerdo a los resultados obtenidos se puede concluir que se trata de una población que mantiene condiciones bastante favorables en cuanto a buenas relaciones entre pobladores se trata.

El cariño de los habitantes por su parroquia, su unión y sus ganas de progreso se manifiestan claramente en su disposición para trabajar en equipo con otros miembros de la comunidad con el fin de llevar a cabo proyectos de emprendimiento turístico y de esta forma se aprovechen todas sus potencialidades.

Las ganas de mejorar la calidad de vida de sus habitantes, permite que la mayoría de los dirigentes barriales que fueron encuestados se considere altamente capacitados para estar al frente de un grupo de personas con el fin de trabajar para beneficio de su parroquia.

Es sustancial tomar en cuenta que la mayoría de los encuestados contribuiría de alguna forma con aportes para llevar a cabo emprendimiento turísticos comunitarios lo que garantizaría la eficacia de este tipo de proyectos en la parroquia de Mulaló.

Casi la totalidad de los encuestados coinciden en que el resultado de la vinculación entre la Universidad y su parroquia sea el diseño y ejecución de proyectos turísticos bajo la asistencia e involucramiento tanto de la universidad, gobiernos locales y obviamente de la población, cabe recalcar que los habitantes de esta parroquia desean que dichos proyectos cuenten con un plan de ejecución, es decir que tanto la universidad como los gobiernos locales propongan proyectos ya establecidos mismos que logren potencializar los recursos del sector y que hayan sido previamente consultados y aprobados por la población.

De igual manera un gran porcentaje de los encuestados con el 83% considera que el tiempo en el que deben ejecutarse los proyecto tiene que ir acorde al tipo de proyecto que se realice, sin embargo hay que considerar también que existen personas que aunque en un bajo porcentaje del 15% que prefieren que los proyectos se ejecuten en un tiempo inferior a un año, la razón por la cual se aplicó esta pregunta no es con la finalidad de que sea la población quien fije el plazo de los proyectos ya que para esto están los técnicos

profesionales que intervendrán en el territorio a través de la vinculación, se trata más bien de conocer el nivel de compromiso que los pobladores están dispuestos a asumir con dichos proyectos ya que si se trata de proyectos grandes que impliquen largos periodos de tiempo, en el que si las personas no están dispuestas a invertir y que encima en el camino no encuentra resultados visibles se corre el riesgo de que a la mitad de su ejecución sean abandonados por los participantes o que suceda lo contrario.



### 3.2.3. Encuesta aplicada a Dirigentes Barriales

#### PARROQUIA RURAL ONCE DE NOVIEMBRE

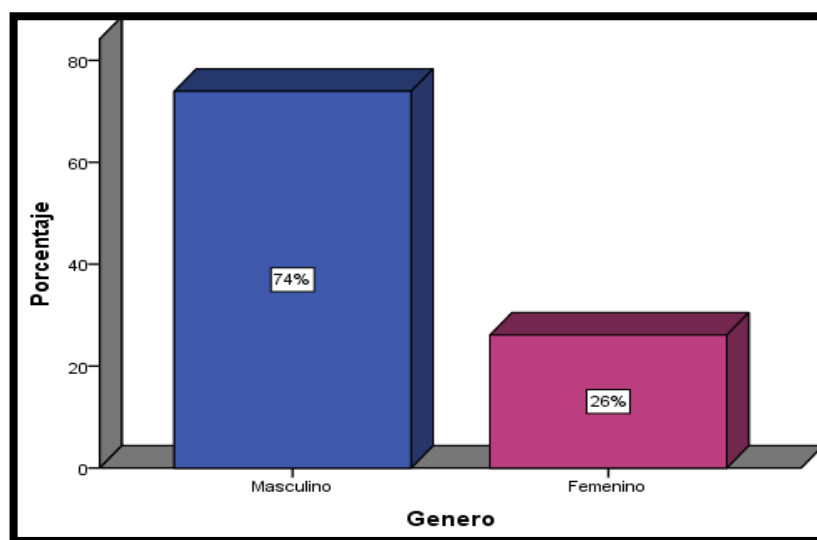
#### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La encuesta fue aplicada a 23 Dirigentes Barriales de la Parroquia rural Once de Noviembre.

**Tabla 84:**

#### Genero

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Masculino	17	73,9
	Femenino	6	26,1
	Total	23	100,0



**Figura 70: Genero**

#### Interpretación

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los Dirigentes de la parroquia Once de Noviembre demuestran que el 74% de los encuestados pertenecen al género masculino mientras que el 26% pertenecen al género femenino.

#### Análisis

Los Dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre se encuentra en su mayoría conformados por el género masculino, sin embargo se puede observar que existe un porcentaje de mujeres que han incursionado en este ámbito muchas de las veces debido a la aceptación y credibilidad que han adquirido ante su comunidad, por otra parte aunque a paso lento se puede evidenciar en esta parroquia el cambio de pensamiento cultural que permite a las mujeres tomar otro rol en la sociedad, siendo cada vez más activas en las decisiones, este importante aspecto permite incrementar la participación de la mujer en proyectos de desarrollo parroquial.

Tabla 85:

**Edad**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	De 21 a 30 años	5	21,7
	De 31 a 40 años	6	26,1
	De 41 a 50 años	9	39,1
	Más de 50 años	3	13,0
	Total	23	100,0

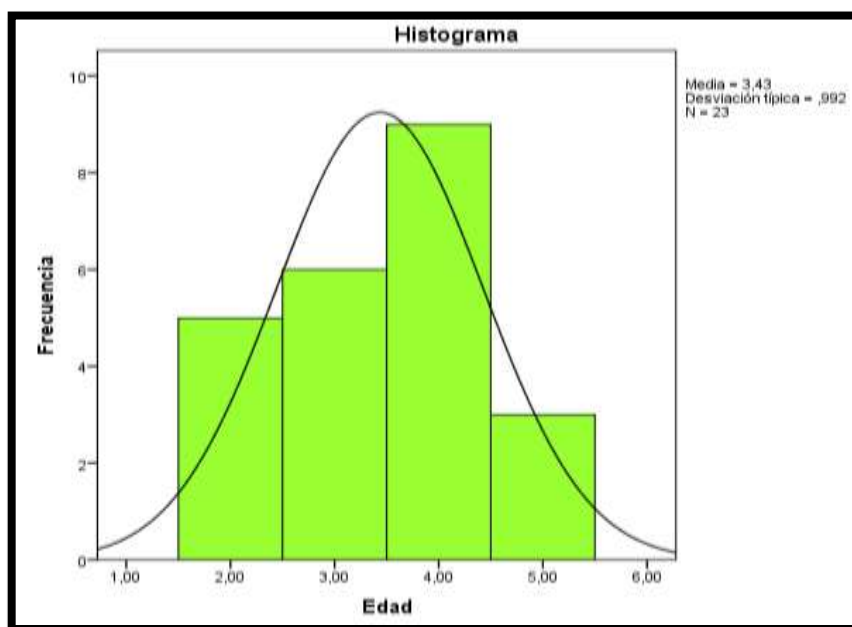


Figura 71: Edad

**Interpretación**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre demuestran que el 39% de los encuestados tienen entre 41 y 50 años de edad, seguido del 26% quienes tienen de 31 a 40 años, por su parte el 21% corresponde a las personas de 21 a 30 años, mientras que el 13% incluye aquellos que tienen más de 50 años de edad.

**Análisis**

Los dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre está conformado tanto por personas jóvenes de entre 20 a 30 años como de personas adultas de entre 40 y 50 años esta importante composición puede ser una excelente oportunidad para que se promueva el desarrollo de la parroquia mediante las ideas y propuestas innovadoras de la gente joven en combinación con la experiencia y cordura de las personas adultas.

Tabla 86:

**Estado Civil**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Casado/a	10	43,5
	Soltero/a	7	30,4
	Divorciado/a	3	13,0
	Unión libre	3	13,0
	Total	23	100,0

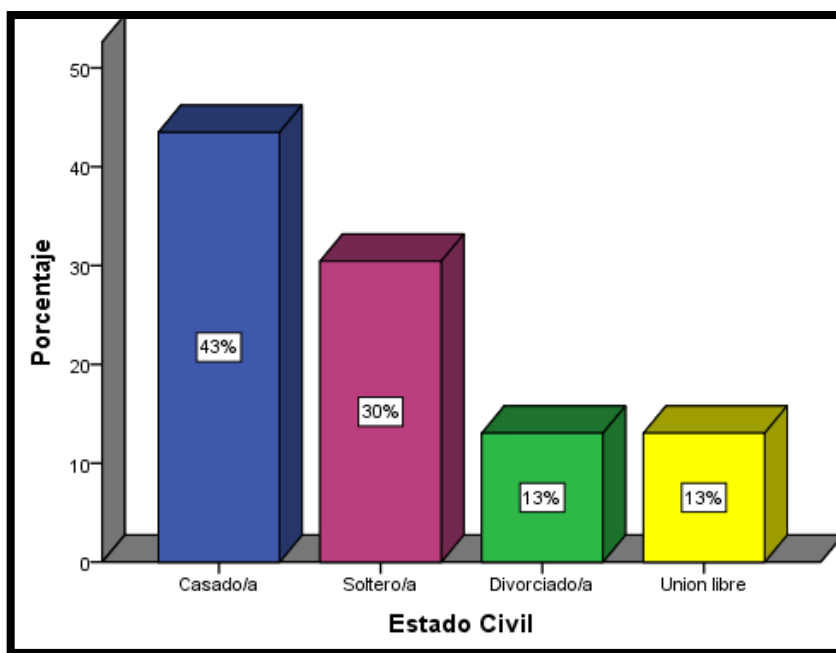


Figura 72: Estado Civil

**Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Once de noviembre demuestran que el 43% de los encuestados están casados, seguido del 30% quienes son solteros, por su parte el 13% son divorciados y el 13% restante vive en unión libre.

**Análisis.**

Los dirigentes barriales de la parroquia rural Once de noviembre en su mayoría son casados por ende los ingresos económicos son repartidos entre un mayor número de integrantes de la familia, que en muchos de los casos solo cubre las necesidades básicas de los mismos limitándolos al acceso de una mejor calidad de vida.

Tabla 87:

## Número de integrantes de su familia

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Dos personas	6	26,1
	Tres personas	3	13,0
	Cuatro personas	10	43,5
	Cinco personas	3	13,0
	Más de 5 personas	1	4,3
	Total	23	100,0

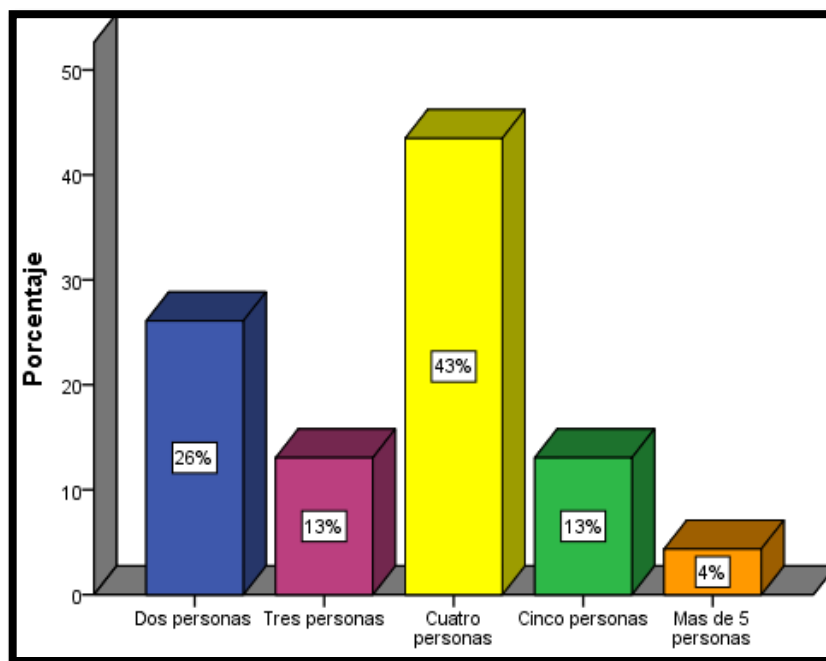


Figura 73: Número de integrantes de su familia

**Interpretación.**

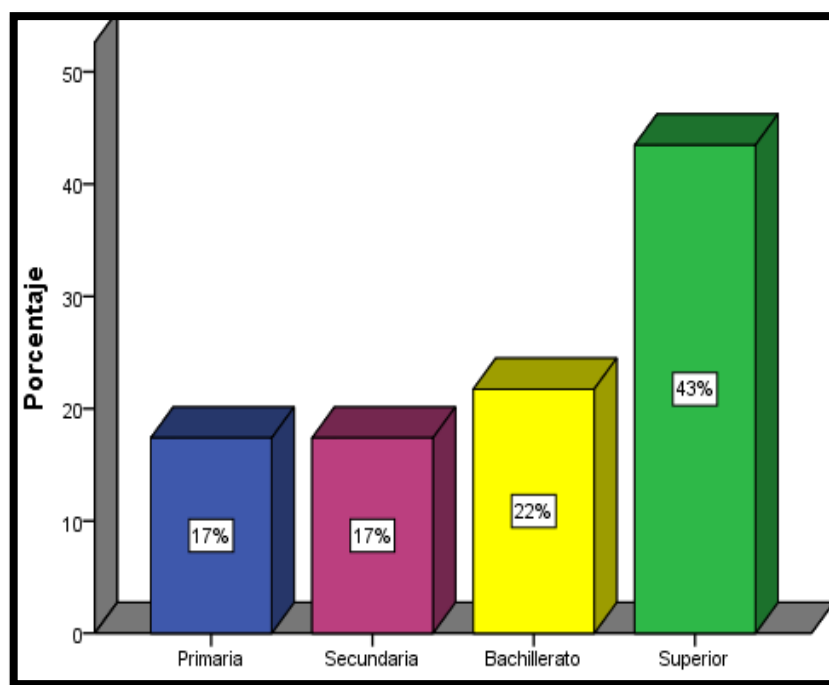
Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre demuestran que el 43% de las familias está integrada por cuatro personas, seguido del 26% quienes afirman que están integradas por dos personas, el 13% por tres personas, el otro 13% tiene cinco integrantes en su familia y finalmente el 4% afirman estar conformadas por más de 5 personas. .

**Análisis.**

Los dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre en su mayoría está conformada por familias medianas de entre dos a cuatro personas, sin embargo hay que considerar que el nivel de ingresos de las familias en ocasiones difícilmente pueden cubrir la totalidad de sus gastos.

**Tabla 88:****Nivel de Estudios**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Primaria	4	17,4
	Secundaria	4	17,4
	Bachillerato	5	21,7
	Superior	10	43,5
	Total	23	100,0

**Figura 74: Nivel de Estudios****Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre demuestran que el 43% de los encuestados ha obtenido un título de tercer nivel, el 22% manifiesta que ha alcanzado el bachillerato, el 17% ha cruzado la secundaria, mientras que el otro 17% ha alcanzado el nivel primario.

**Análisis.**

Se evidencia que una importante parte de los Dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre han alcanzado el nivel de educación superior que posibilita el acceso a una mejor calidad de vida para los mismos, sin embargo el 56% de estos no ha obtenido un título de tercer nivel, factor que limita de cierta manera el crecimiento de la parroquia, no por falta de conocimiento por parte de los dirigentes acerca de las necesidades de las personas ni por falta de compromiso con su parroquia, sino quizás por la falta de conocimientos más técnicos que imposibilita la potencialización del sector y se ve evidenciado en el estancamiento del desarrollo que sufren especialmente los sectores rurales.

Tabla 89:

## Conocimiento acerca de la terminología “Atractivo Turístico”

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	21	91,3
	No	2	8,7
	Total	23	100,0

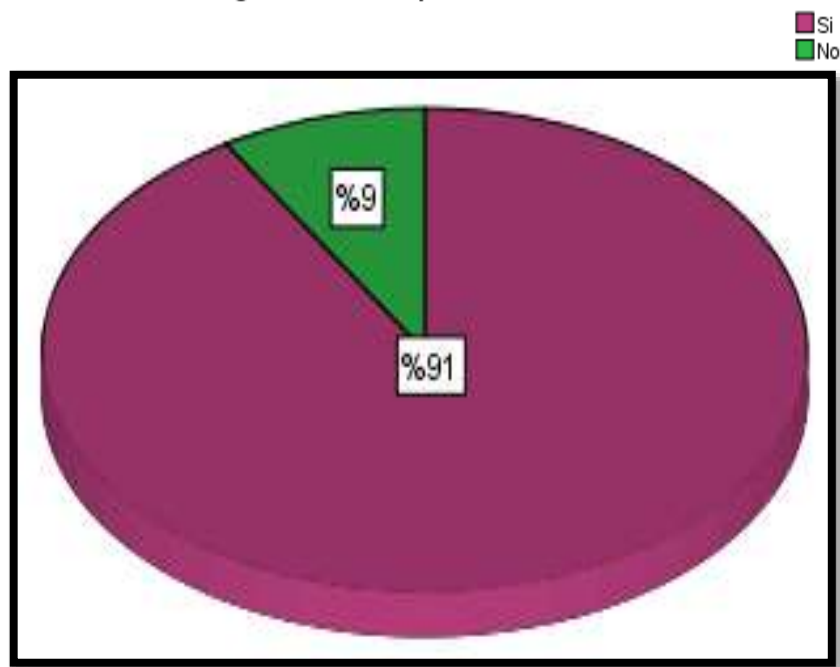


Figura 75: Conocimiento acerca de la terminología “Atractivo Turístico”

**Interpretación.**

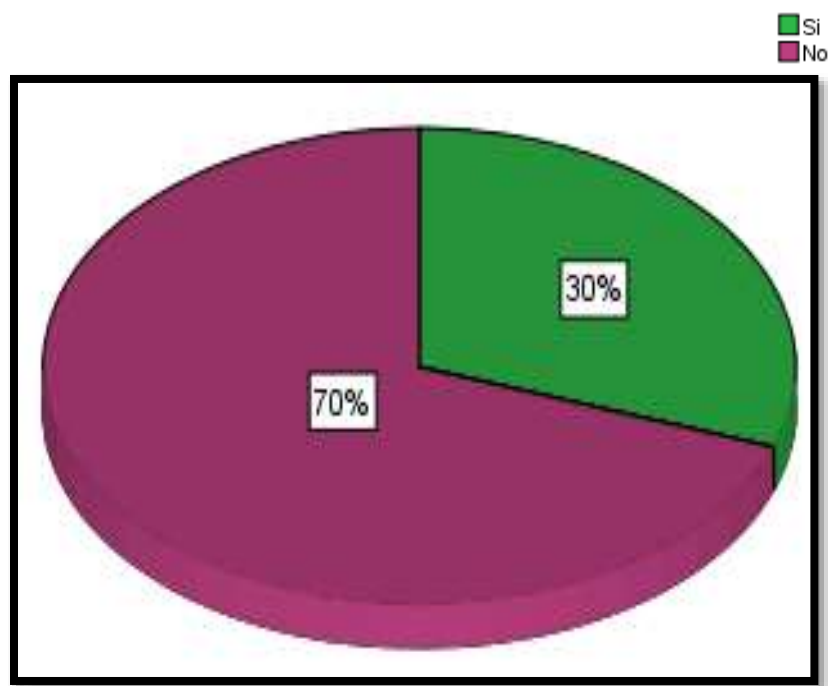
Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre demuestran que el 91% de los encuestados tiene conocimiento de lo que es un atractivo turístico o por lo menos tiene la noción de aquello, frente al 9% que manifiesta lo contrario.

**Análisis.**

La mayoría de los dirigentes barriales conoce que es un atractivo turístico lo que facilita la ejecución de un proyecto turístico en esta zona, no obstante a pesar de ser minoría es importante observar que algunos dirigentes desconocen lo que es un atractivo turístico, es por ello que una vinculación con esta parroquia, ayudaría enormemente a incrementar los conocimientos de quienes ya lo tienen y llenar de conocimientos a quienes no.

**Tabla 90:****Existencia de Actividades en la Parroquia**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	7	30,4
	No	16	69,6
	Total	23	100,0

**Figura 76: Presencia de Actividades en la Parroquia****Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 70% afirma que no se realizan actividades turísticas dentro de la parroquia, frente al 30% que manifiesta que sí se realizan actividades turísticas.

**Análisis.**

En la parroquia de Once de Noviembre no se realizan actividades turísticas según lo manifiesta la mayor parte de los dirigentes encuestados, sin embargo existe un porcentaje considerable de los encuestados quienes manifiestan que sí se realizan actividades de dicha índole, resultados que se encaminan a que las actividades que se realizan son de manera informal es decir que es ejercida por una persona o por un número reducido de personas generalmente vinculadas por parentesco o por amistades que no están sujetas a reglamento o registradas bajo una normativa que les faculte brindar este tipo de servicios, por otra parte se trata de actividades locales en las que participan principalmente los moradores de la parroquia mas no grupos ajenos a la misma.

Tabla 91:

## Tipo de actividades se realizan

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Caminatas	1	4,3
	Práctica de deportes	19	82,6
	Ninguna	1	4,3
	Santuario de la Virgen de Guadalupe	2	8,7
	Total	23	100,0

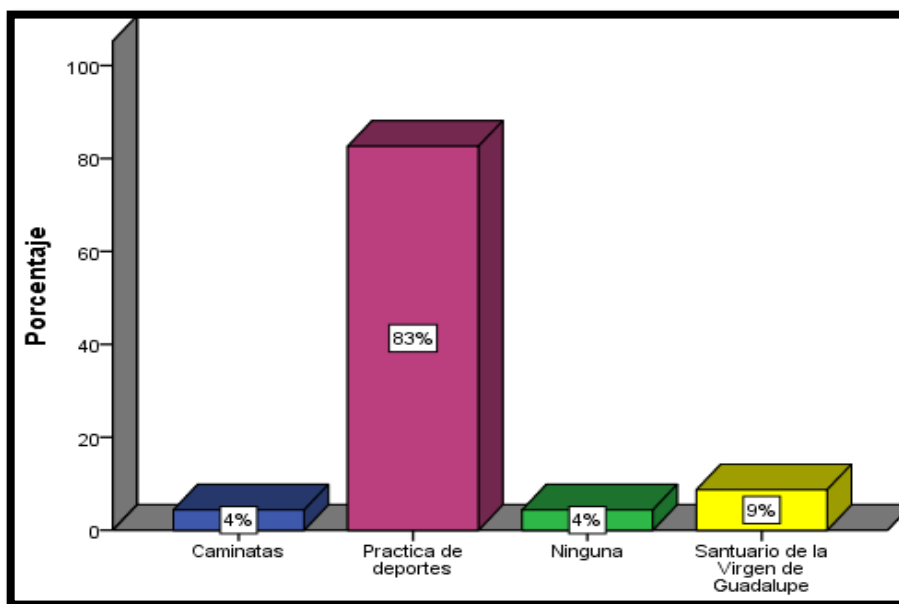


Figura 77: Tipo de actividades se realizan

**Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre demuestran que el 83% de los encuestados manifiestan que las actividades que se realizan son las prácticas de deporte, el 9% manifiesta que se realizan visitas al santuario de la Virgen de Guadalupe, y finalmente el 4% menciona que se realiza caminatas.

**Análisis.**

Si bien es cierto el 30% de los resultados arrojan que dentro de la parroquia se realizan actividades, estas son muy escasas y se trata de actividades de carácter local es decir actividades practicadas por los pobladores de la parroquia mas no son parte de una oferta turística, la mas frecuente es la practica de deportes, por otra parte la visita al santuario de la Virgen de Guadalupe es la unica actividad que genera movimiento turístico que acoje a visitantes locales, nacionales y extranjeros aunque en niveles de visita bajos en el caso de turistas nacionales y extranjeros.



Tabla 92:

## Nivel de visitas de los atractivos turísticos de la parroquia

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Medio	8	34,8
	Bajo	6	26,1
	Nulo	9	39,1
	Total	23	100,0

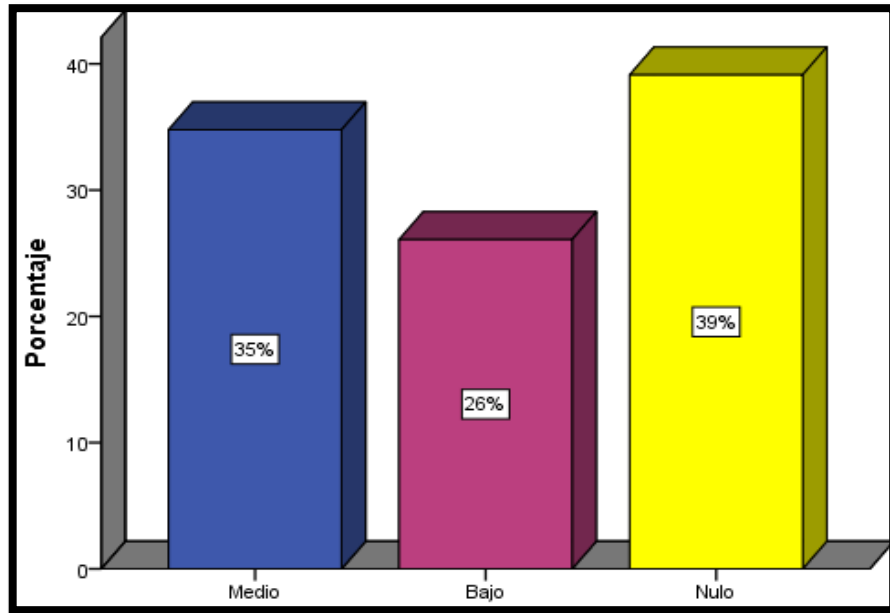


Figura 78: Nivel de visitas de los atractivos turísticos de la parroquia

**Interpretación.**

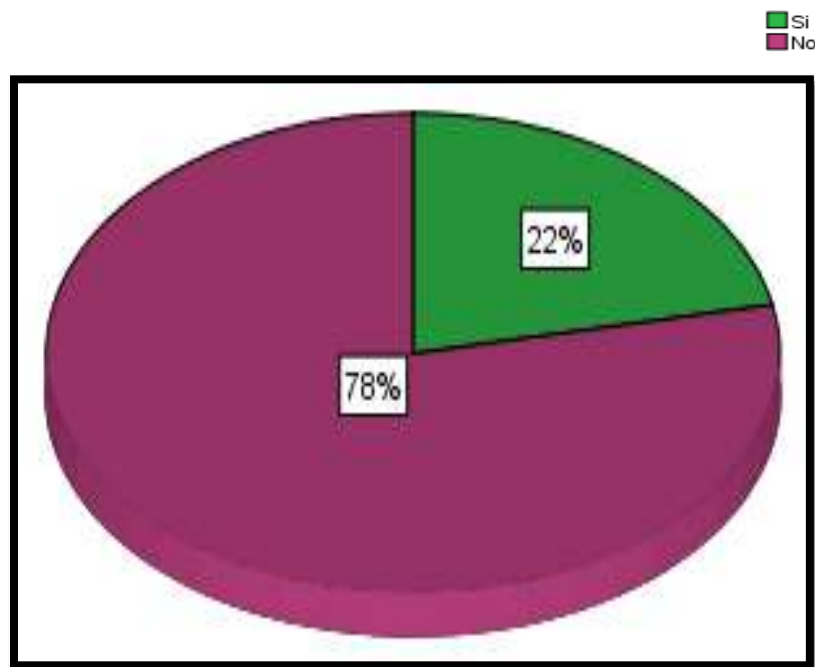
Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre demuestran que el 39% de los encuestados manifiestan que el nivel de visitas que tienen los atractivos turísticos es nulo, el 35% que manifiesta que tienen un nivel medio, mientras que el 26% señala que este es alto.

**Análisis.**

Al igual que parroquia Mulalo en la parroquia Once de Noviembre existe afluencia de personas que de manera particular acuden al sector, sin embargo es evidente que la escases de actividades que son el complemento para la distracción y recreación del turista influye en el número de llegadas a un determinado sector así como de su permanencia en el lugar, es necesario armar estrategias que motiven al visitante a conocer la parroquia, una propuesta inteligente de turismo rural comunitario sería una de las alternativas más viables para alcanzar este objetivo así como para inyectar movimiento a la economía de la misma.

**Tabla 93:****Fuente de ingresos económicos secundarios**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	5	21,7
	No	18	78,3
	Total	23	100,0

**Figura 79: Fuente de ingresos económicos secundarios****Interpretación.**

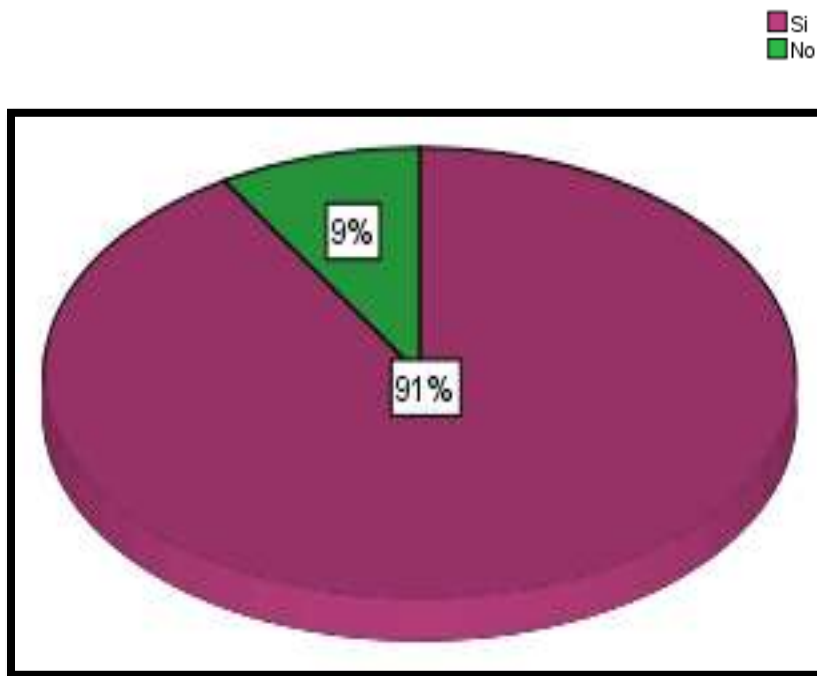
Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre demuestran que el 78% de los encuestados no tienen otra fuente de ingresos económicos a los de su actividad productiva principal, mientras que el 22% dice si tenerlos.

**Análisis.**

La mayor parte de las personas que habitan en parroquia Once de Noviembre no cuentan con otra fuente de ingresos económicos a más de la de su actividad productiva principal una de las razones podría ser que económicamente no requieren de otro ingreso, sin embargo esta es la razón menos probable ya que en base a estos mismos resultados los encuestados señalan que sus ingresos en muchas de las ocasiones solo les permite satisfacer sus necesidades básicas es así que puede deberse a las limitadas fuentes de trabajo dentro de la parroquia ya que así lo manifiesta el 78% de los encuestados, otra de las causas podría ser la escases de nuevas oportunidades de desarrollo para la parroquia.

**Tabla 94:****Aceptación sobre el incremento de los recursos económicos.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	21	91,3
	No	2	8,7
	Total	23	100,0

**Figura 80: Aceptación sobre el incremento de los recursos económicos.****Interpretación.**

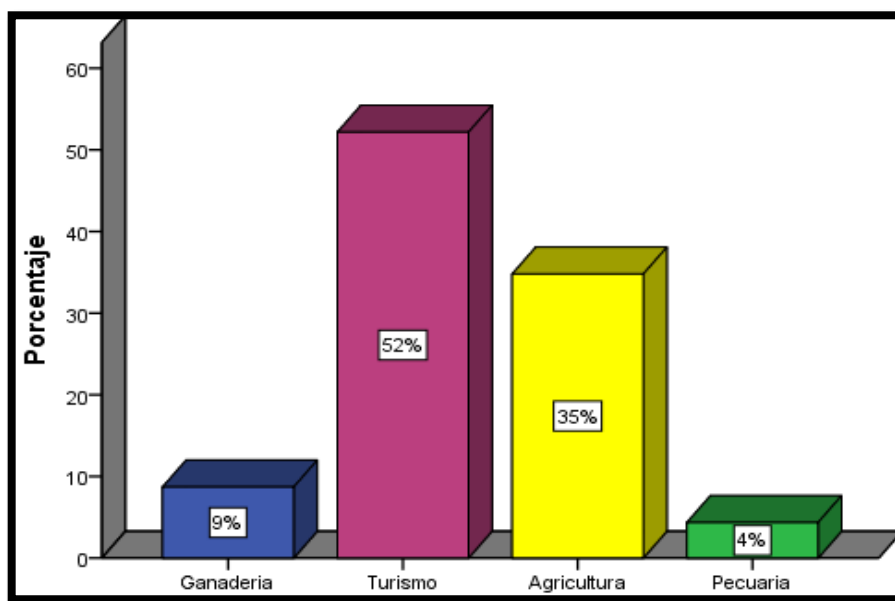
Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que al 91% de los encuestados sí les gustaría incrementar sus ingresos económicos mediante la utilización de sus recursos productivos, mientras que el 9% manifiesta lo contrario.

**Análisis.**

Un gran porcentaje de los dirigentes barriales de la parroquia Once de Noviembre desea mejorar su condición económica, por lo que fomentar la inversión en esta parroquia mediante emprendimientos turísticos ayuda no solo a incrementar el ingreso familiar, sino que también ayuda a generar nuevas fuentes de empleo que contribuirían con el desarrollo de su población.

**Tabla 95:****Alternativas para generar ingresos económicos complementarios.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Ganadería	2	8,7
	Turismo	12	52,2
	Agricultura	8	34,8
	Pecuaria	1	4,3
	Total	23	100,0

**Figura 81: Alternativas para generar ingresos económicos complementarios.****Interpretación:**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 52% de los encuestados considera que el turismo es la mejor alternativa para generar ingresos complementarios, el 35% considera que es la agricultura, el 9% la ganadería, y finalmente el 4% restante considera que la mejor alternativa es la pecuaria.

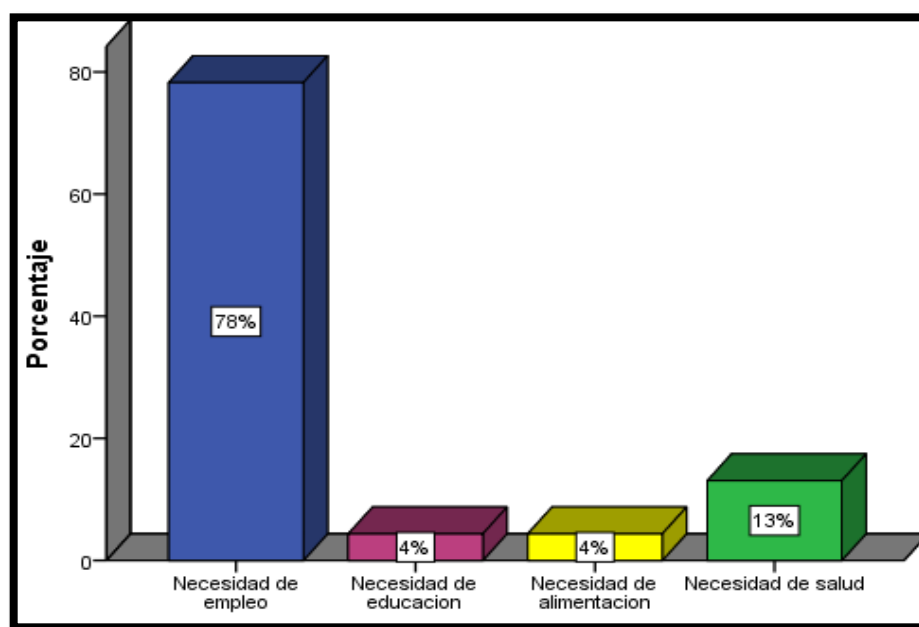
**Análisis:**

La mayoría de los encuestados considera que el turismo es la mejor alternativa para incrementar los ingresos económicos de los habitantes de la parroquia Once de Noviembre y mejoraría considerablemente las condiciones de vida de las personas de la parroquia.

Tabla 96:

**Necesidad más importante de la Parroquia.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Necesidad de empleo	18	78,3
	Necesidad de educación	1	4,3
	Necesidad de alimentación	1	4,3
	Necesidad de salud	3	13,0
	Total	23	100,0

**Figura 82: Necesidad más importante de la Parroquia.****Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 78% de los encuestados manifiesta la necesidad más importante por la que atraviesa su parroquia es la necesidad de empleo, el 13% necesidad de servicios de salud, el 4% necesidad de alimentación, mientras que el otro 4% señala que la necesidad más importante es la de proveer de alimentación al hogar.

**Análisis.**

Como se ha mencionado anteriormente la falta de fuentes de trabajo hace que la principal necesidad por la que atraviesa la parroquia de Once de Noviembre sea la falta de empleo, desencadenando en las condiciones de vida no tan buenas de sus pobladores.

Tabla 97:

¿Entidades ayudan a satisfacer las necesidades locales?

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	12	52,2
	No	11	47,8
	Total	23	100,0

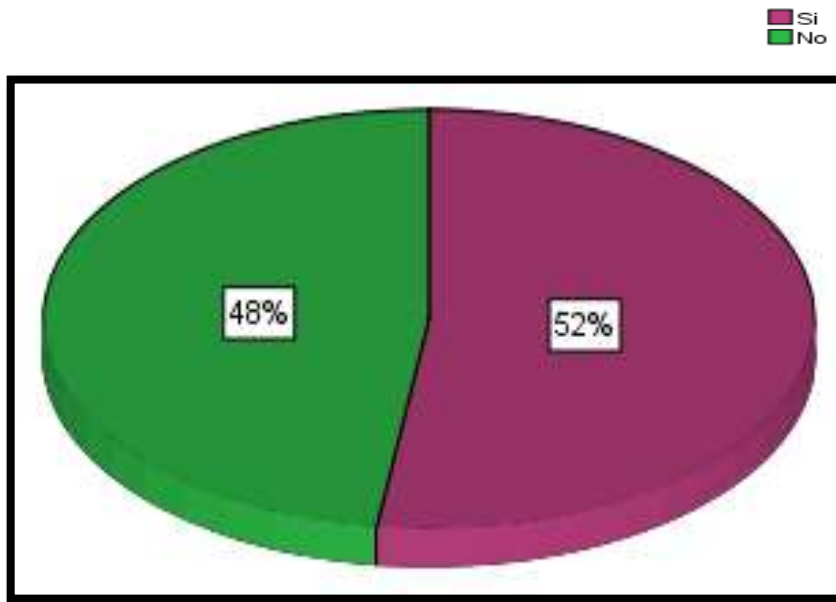


Figura 83: ¿Entidades ayudan a satisfacer las necesidades locales?

**Interpretación:** Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre demuestran que el 52% de los encuestados manifiesta que el aporte de las instituciones públicas y/o privadas si ayuda a satisfacer las necesidades locales, mientras que el 48 % dice que estos aportes no ayudan a satisfacer dichas necesidades.

**Análisis:** Las instituciones publicas tienen la obligación y sobre todo la potestad de dirigir su gestión en base a las acciones que beneficien a sus pobladores en todos los aspectos, siempre y cuando se enmarquen dentro de sus debidas competencias con la finalidad de activar la economía local y de minimizar los impactos negativos que se presentan con mayor frecuencia en los sectores rurales, tales como el desplazamiento de los pobladores hacia los centros urbanos, la desintegración familiar por el elevado nivel de desempleo, las desfavorables condiciones para invertir en el sector, entre otras, en el caso de la parroquia Once de Noviembre el 52% de los encuestados señalan que las autoridades publicas y privadas han ayudado a satisfacer las necesidades locales, sin embargo existe también un porcentaje importante de dirigentes barriales que señalan lo contrario, es necesario reconocer que existen buenas iniciativas por parte del Gad parroquial encaminadas a potencializar las actividades agrícolas, de viabilidad, de riego entre otras, sin embargo es importante visualizar otras alternativas para el desarrollo de la parroquia tales como por ejemplo promover la inversión en acciones que le permitan a la parroquia crecer turísticamente ya que de esta alternativa permitiría generar múltiples beneficios para la misma.

Tabla 98:

### Importancia de los atractivos turísticos para la población

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	No considero que sean importantes los atractivos turísticos de la parroquia.	4	17,4
	Si aprovechamos los atractivos de la parroquia, podrían mejorar las fuentes de empleo y nuestros ingresos económicos.	10	43,5
	Sé que existen atractivos dentro de la parroquia pero no qué tipo de importancia puedan tener	2	8,7
	Desconozco la existencia de atractivos turísticos de la parroquia	7	30,4
	Total	23	100,0

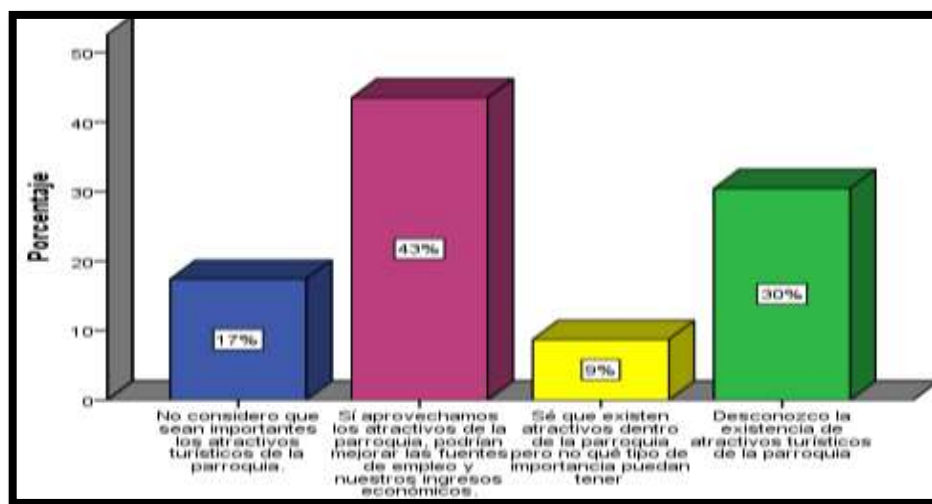


Figura 84: Importancia de los atractivos turísticos para la población

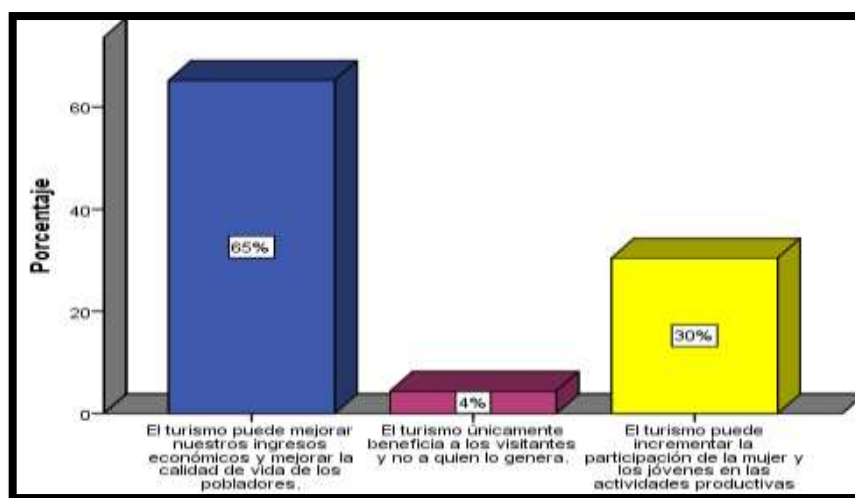
**Interpretación:** Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre demuestran que el 43% de los encuestados manifiesta que si se aprovecha los atractivos turísticos de la parroquia, podrían mejorar las fuentes de empleo e ingresos económicos de los pobladores, el 30% manifiesta que desconoce la existencia de atractivos turísticos de la parroquia, el 17%, no considera importantes a los atractivos turísticos de su parroquia, y finalmente el 9% sabe que existen atractivos turísticos dentro de la parroquia pero no sabe qué tipo de importancia pueden tener los mismos.

**Análisis:** Claramente un gran porcentaje de los Dirigentes Barriales señala conocer la existencia de atractivos turísticos dentro de la parroquia Once de Noviembre y consideran que sí se los aprovecha mejorarían enormemente las fuentes de empleo e ingresos económicos para su población, sin embargo existe también un porcentaje considerable de Dirigentes que señala desconocer la existencia de atractivos dentro de la parroquia, esta disyuntiva entre estas dos opiniones que se presenta entre los porcentajes más altos puede ser el resultado de que en la parroquia la clasificación de dichos atractivos quizás no han sido establecidos y socializada a los propios moradores ni tampoco se evidencia una oferta turística alrededor de los mismos dejando a criterio individual y a juzgar de cada persona si el o los recursos que posee la parroquia en realidad pueden ser considerados como atractivos turísticos.

Tabla 99:

**Turismo como fuente económica y recurso para mejorar la calidad de vida**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	El turismo puede mejorar nuestros ingresos económicos y mejorar la calidad de vida de los pobladores.	15	65,2
	El turismo únicamente beneficia a los visitantes y no a quien lo genera.	1	4,3
	El turismo puede incrementar la participación de la mujer y los jóvenes en las actividades productivas	7	30,4
	Total	23	100,0



**Figura 85: Turismo como fuente económica y recurso para mejorar la calidad de vida**

**Interpretación:** Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 65% de los encuestados manifiesta que el turismo puede mejorar sus ingresos económicos y mejorar la calidad de vida de sus pobladores, por tanto el 30% señala que el turismo puede incrementar la participación de la mujer y los jóvenes en las actividades productivas de la parroquia, mientras que el 4% considera que el turismo únicamente beneficia a los visitantes y no a quienes lo genera.

**Análisis:** Aunque existe poca actividad turística, la mayoría de los dirigentes barriales reconoce que el turismo en esta parroquia no solo aportaría principalmente a mejorar los ingresos y calidad de vida de sus pobladores sino que también ayuda a incrementar la participación de la mujer y de los jóvenes en las actividades productivas y en las decisiones comunales, no obstante existe un porcentaje que considera que el turismo únicamente beneficia a los visitantes mas no a quienes lo generan, esta vision tan equivocada permite evidenciar que se trata de una poblacion ajena a la actividad turística que no ha palpado los beneficios de esta actividad y existe bastante desinformación acerca de la misma.



Tabla 100:

## Percepción de la parroquia para convertirse en un referente turístico

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Desconozco como nuestra parroquia puede convertirse en un referente turístico.	3	13,0
	Podríamos aprovechar los recursos turísticos naturales para crear un emprendimiento comunitario.	9	39,1
	La parroquia no cuenta con potencialidades turísticas no podría ser un referente turístico	9	39,1
	Las actividades productivas de la parroquia pueden convertirla en un referente turístico	2	8,7
Total		23	100,0

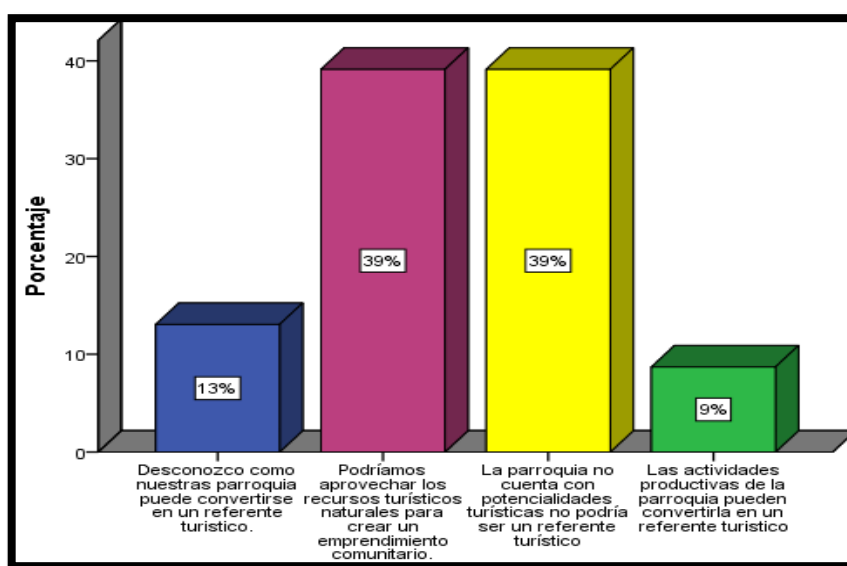


Figura 86: Percepción de la parroquia para convertirse en un referente turístico

**Interpretación:** Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre demuestran que el 39% de los encuestados considera que podrían aprovechar los recursos turísticos naturales para crear un emprendimiento comunitario, por su parte y en un porcentaje igual al anterior del 39% señala que la parroquia no cuenta con potencialidades turísticas por lo que no podría ser un referente turístico, el 13% dice que desconoce como la parroquia puede convertirse en un referente turístico, mientras que el 9% manifiesta que las actividades productivas de la parroquia pueden convertirse en un referente turístico.

**Análisis:** Existe un porcentaje de dirigentes barriales que definitivamente le apuestan a su parroquia y consideran que si se aprovechan todos los recursos de la misma la pueden convertir en algún momento en un referente de turístico, por su parte también están aquellos que consideran que dentro de la parroquia no existen potencialidades turísticas y que difícilmente se puede posicionar a la parroquia como un referente en el turismo, si bien es cierto las capacidades de atracción turística en la parroquia son escasas existen múltiples alternativas que se pueden desarrollar para que la parroquia brinde ofertas de turismo.

Tabla 101:

**Capacidad económica para crear un emprendimiento turístico.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	No cuento con los recursos económicos para invertir en emprendimientos turísticos.	14	60,9
	Cuento con los recursos económicos pero no sé cómo crear un emprendimiento turístico.	2	8,7
	Mis ingresos económicos solo me ayudan a satisfacer mis necesidades básicas y las de mi familia.	6	26,1
	Cuento con los recursos económicos pero no sé qué tan rentable sea invertir en emprendimientos turísticos.	1	4,3
	Total	23	100,0

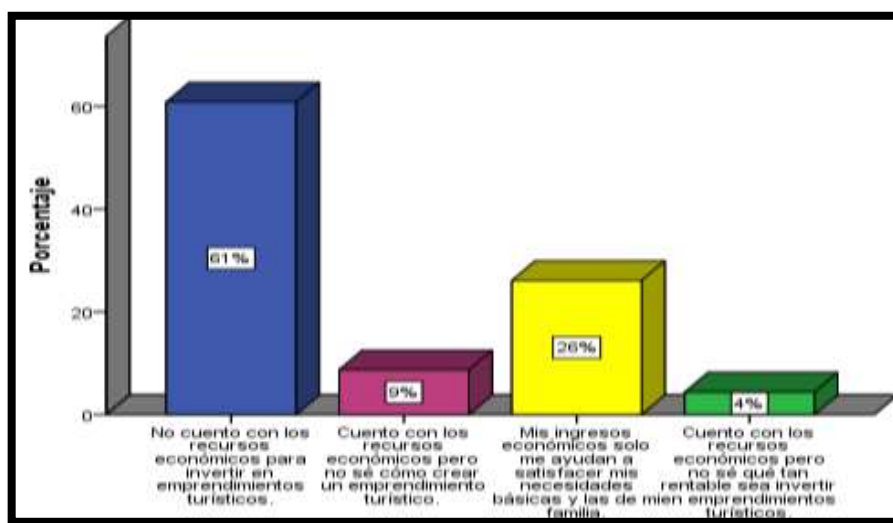


Figura 87: Capacidad económica para crear un emprendimiento turístico.

**Interpretación:** Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre demuestran que el 61% de los encuestados manifiesta que no cuenta con los recursos económicos para invertir en emprendimientos turísticos, el 26% se encuentra con una desventaja aun mayor ya que sus ingresos económicos solamente ayudan a satisfacer sus necesidades básicas, el 9% señala que cuenta con los recursos económicos, pero no sabe cómo crear un emprendimiento turístico, mientras que el 4% cuenta con los recursos económicos, pero no sabe qué tan rentable es invertir en emprendimientos turísticos.

**Análisis:** En muchas de las ocasiones la aceptación y predisposición de las personas para lograr cambios en sus negocios no es suficiente, el principal limitante para ello es el factor económico que muchas de las veces solo permiten satisfacer las necesidades básicas de las familias coartando la posibilidad de emprender nuevas alternativas de negocios. Por otra parte la falta de fuentes de trabajo en la parroquia de Once de Noviembre no permite que las personas que viven en dicha parroquia tengan los suficientes recursos económicos para invertir en emprendimientos turísticos, más existe también personas que si cuentan con los recursos sin embargo no conocen como crear dicho emprendimiento, si ellos cuentan con mayor información de cómo iniciar proyectos turísticos, será mucho más factible la inversión en esta área.

Tabla 102:

**Capacitaciones para el emprendimiento turístico.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	El GAD parroquial nos ha capacitado sobre temas de emprendimiento en el área de turismo.	5	21,7
	Las instituciones públicas y privadas nunca nos han hablado acerca de emprendimientos turísticos.	14	60,9
	Me he capacitado acerca de turismo por cuenta propia.	1	4,3
	No estoy totalmente capacitado para crear un emprendimiento turístico pero me gustaría hacerlo.	3	13,0
	Total	23	100,0

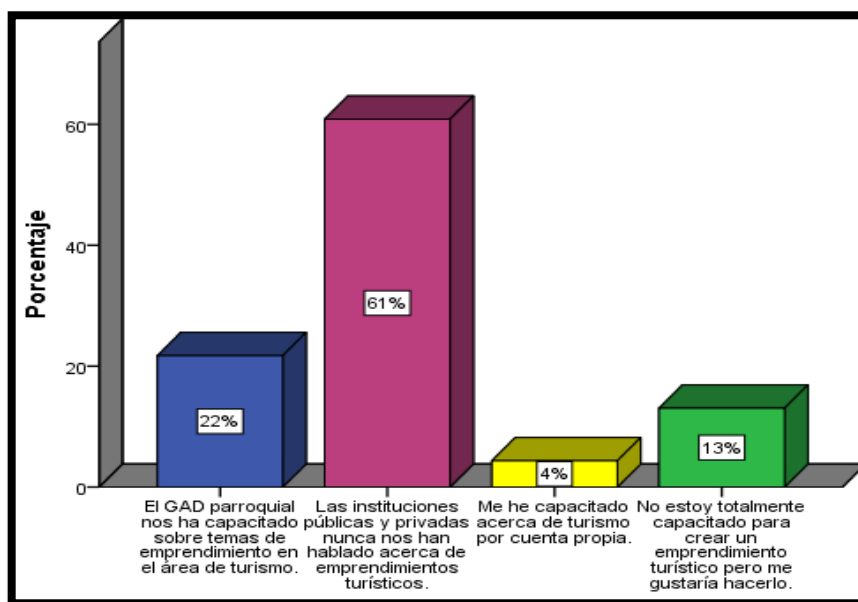


Figura 88: Capacitaciones para el emprendimiento turístico.

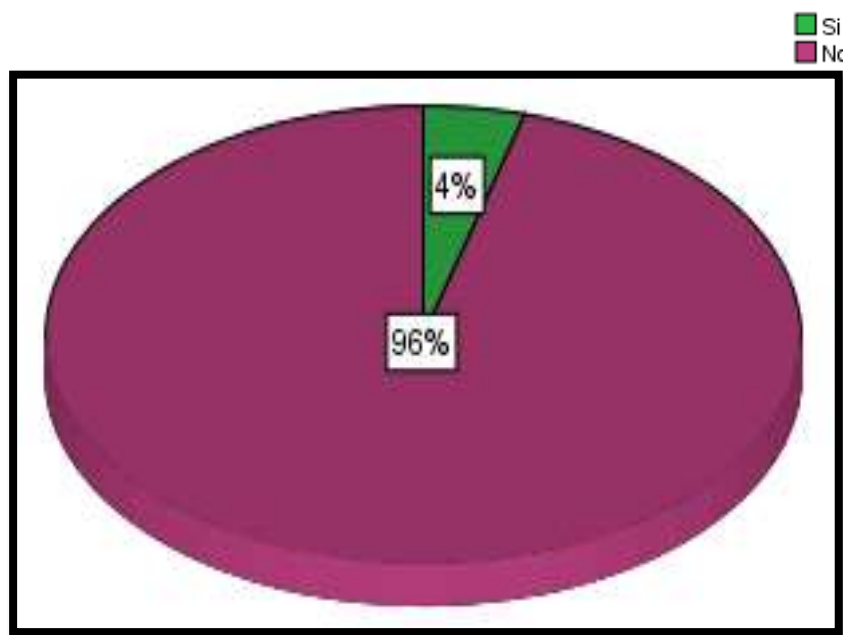
**Interpretación:** Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre demuestran que el 61% de los encuestado nunca ha sido capacitado acerca de emprendimientos turísticos por parte de instituciones públicas o privadas, mientras que el 22% señala que el GAD parroquial si los ha capacitado sobre el tema, por su parte el 13% no está totalmente capacitado para crear un emprendimiento turístico sin embargo le gustaría hacerlo, finalmente el 4% señala que de manera particular se ha capacitado sobre el tema.

**Análisis:** A pesar de que sí existen capacitaciones por parte de las autoridades sobre este tema, la mayoría de los habitantes de esta parroquia no se encuentra capacitada para realizar un emprendimiento turístico, pues la poca actividad turística de la zona no proporciona los suficientes conocimientos sobre dichas actividades y de cómo crear un emprendimiento de esta naturaleza.

Tabla 103:

**Conocimiento de los programas de la Universidad en beneficio de la colectividad**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	1	4,3
	No	22	95,7
	Total	23	100,0



**Figura 89: Conocimiento de los programas de la Universidad en beneficio de la colectividad**

**Interpretación.**

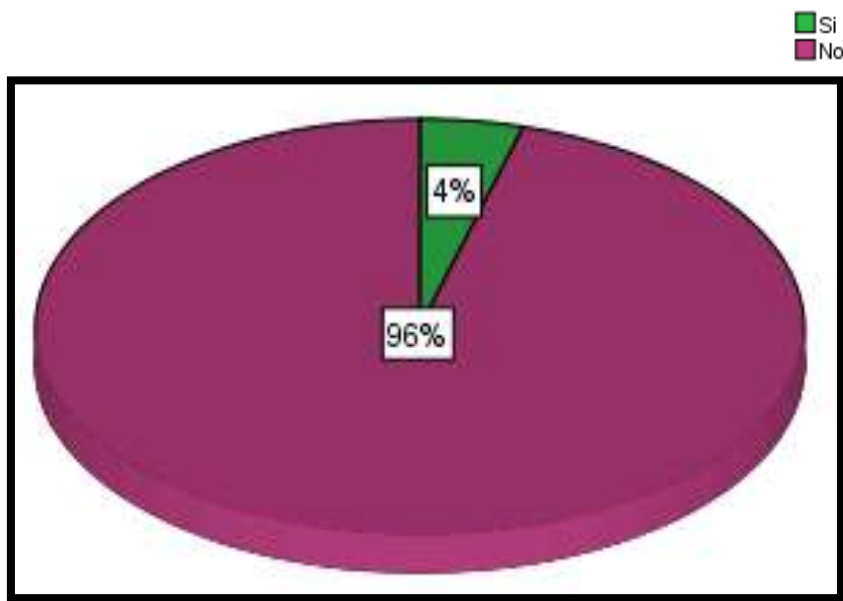
Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 96% de los encuestados no conoce sobre los programas que realiza la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE en beneficio de la colectividad, por su parte el 4% manifiesta sí conocer estos programas.

**Análisis.**

Los resultados de si conocen los programas entregados por la Universidad de la Fuerzas Armadas ESPE extensión Latacunga fueron en su mayoría negativos, dando como resultado el desconocimientos de casi la totalidad de la población encuestada sobre la participación de la institución, cabe destacar que no es necesario haber formado parte de uno de estos programas para medir el nivel de participación de la universidad con la colectividad.

**Tabla 104:****Participación de Dirigentes Barriales en programas de vinculación.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	1	4,3
	No	22	95,7
	Total	23	100,0

**Figura 90: Participación de Dirigentes Barriales en programas de vinculación**

**Interpretación:** Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 96% de los encuestados manifiesta que no ha participado en proyectos de vinculación de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, frente al 4% que sí ha participado alguna vez en dichos proyectos.

**Análisis:** De los encuestados, son pocos los que han participado en proyectos de vinculación de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, es evidente que existe desconocimiento por parte de las personas acerca de los programas de vinculación de la universidad, por tanto el efecto es la escasa participación de estas en los cursos que se dictan.

Las limitaciones que presenta el sistema de vinculación en la UFA ESPE limita también el nivel de impacto que se genera en la comunidad o sector atendido, considerando que las universidades deben apoyar y contribuir mediante la vinculación al desarrollo de la población es necesario fortalecer estos lazos a través de proyectos realmente efectivos, que cubran las expectativas de los participantes.

Tabla 105:

## Oferta de cursos de la Universidad UFA ESPE

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Otros	1	4,3
	Ninguno	22	95,7
	Total	23	100,0

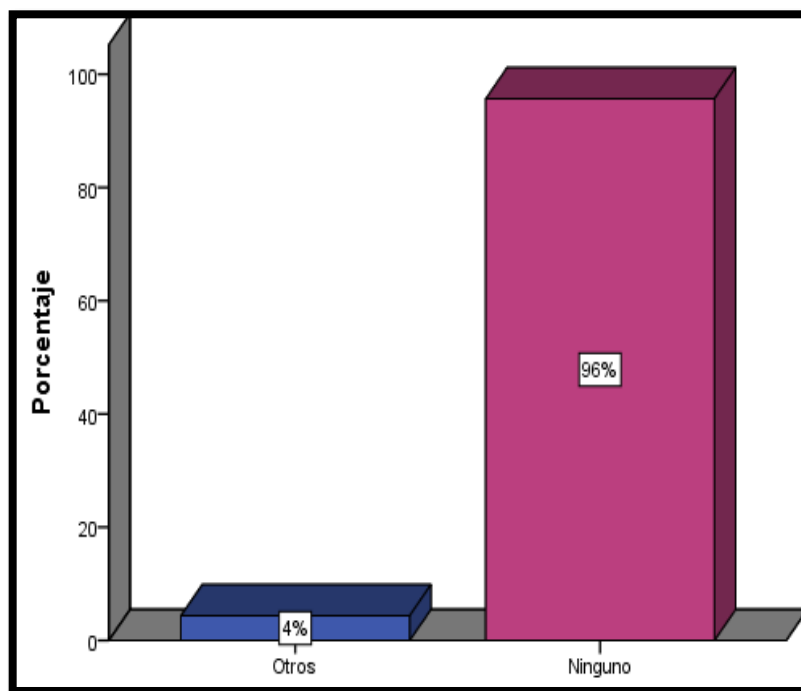


Figura 91: Oferta de cursos de la Universidad UFA ESPE

**Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre demuestran que el 96% de los encuestados no han asistido a ningún curso dictado por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, mientras que de tan solo el 4% que señala si haber asistido, estos no forman parte de las ramas del turismo.

**Análisis.**

A pesar de contar con un elevado porcentaje de dirigentes barriales que consideran que la actividad turística es una buena alternativa para el desarrollo de la parroquia, se evidencia la casi nula existencia de personas que han tomado cursos de este tipo, una de las razones conlleva a que tanto instituciones públicas como privadas no ha ofertado este tipo de cursos y menos aun dentro de la parroquia, otra de las razones implica que los cursos no han sido diseñados en base a las necesidades y requerimientos de las personas a las que van a beneficiar.

Tabla 106:

## Nivel de participación de la Universidad UFA ESPE con el sector rural

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Medio	3	13,0
	Bajo	6	26,1
	Nulo	14	60,9
	Total	23	100,0

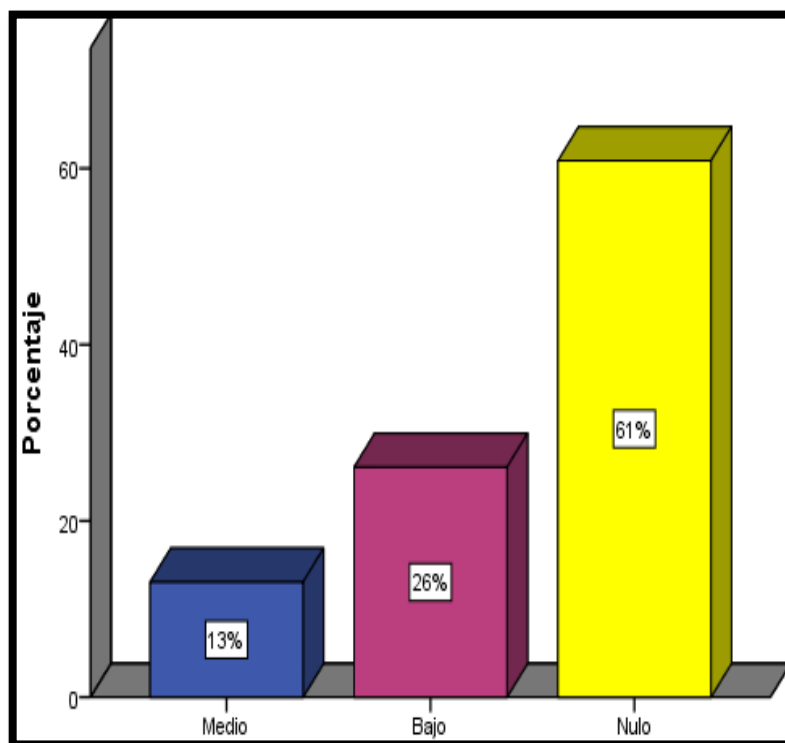


Figura 92: Nivel de participación de la Universidad UFA ESPE con el sector rural

**Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 61% de los encuestados considera que es nulo el nivel de participación de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE con el sector rural, el 26% bajo, Y tan solo el 13% lo considera alto.

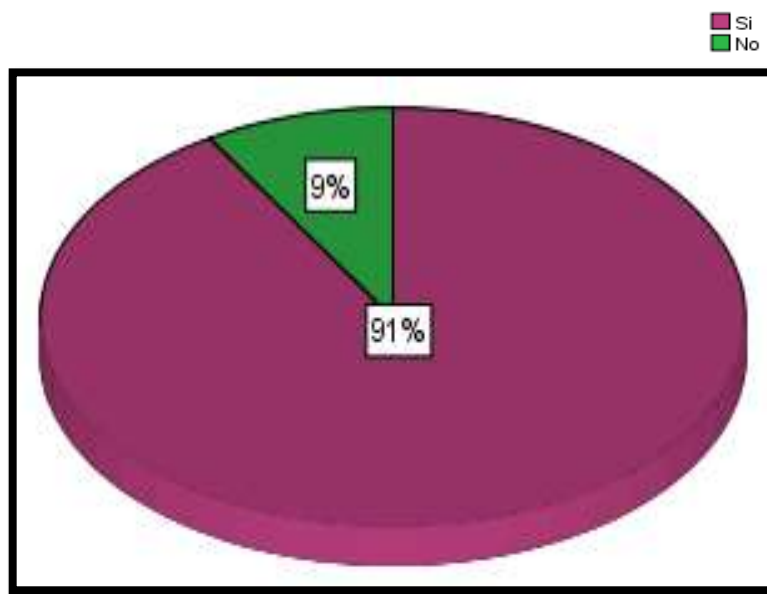
**Análisis.**

La mayoría de los encuestados considera que es nulo el nivel de participación de la UFA ESPE, evidentemente no existen muchos proyectos encaminados a fortalecer el turismo en esta parroquia y el nivel de participación de la Universidad con el sector rural no está generando impacto en el medio.

Tabla 107:

**Necesidad de vincular a la parroquia con la universidad UFA ESPE para el desarrollo turístico local**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	21	91,3
	No	2	8,7
	Total	23	100,0



**Figura 93: Necesidad de vincular a la parroquia con la universidad UFA ESPE para el desarrollo turístico local**

#### **Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que el 91% de los encuestados considera que si existe la necesidad de vincular a la parroquia con la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, como mecanismo para el desarrollo turístico local, mientras que el 9% considera que no existe la necesidad de dicha vinculación.

#### **Análisis.**

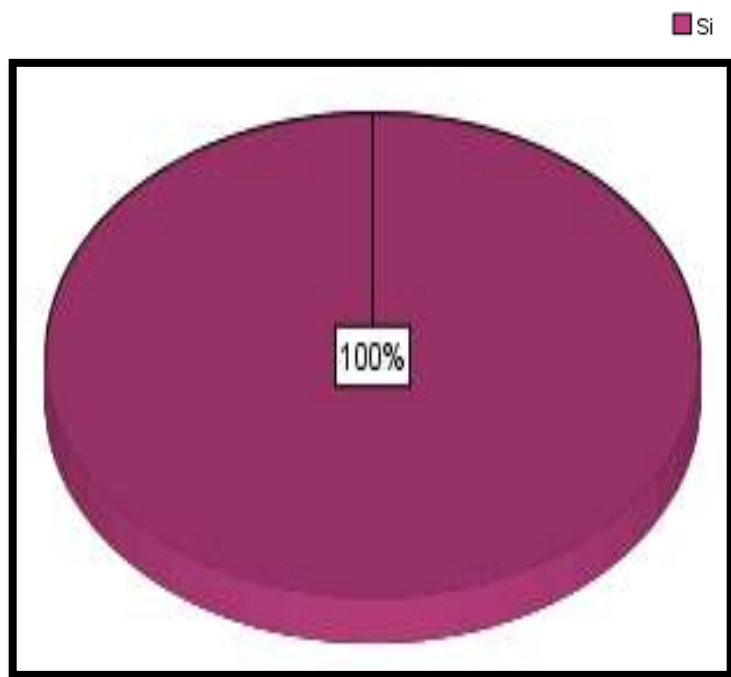
Los encuestados presentan mucho interés y expectativa por la generación de proyectos turísticos en la zona y la gran mayoría está consiente de la importancia del turismo como una oportunidad de desarrollo local, por lo tanto consideran de gran importancia que la parroquia cuente con programas de vinculación con la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, a fin de dinamizar el turismo en el sector.



Tabla 108:

**Aceptación para formar parte de un programa de vinculación para el desarrollo del sector turístico de la parroquia**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	23	100,0



**Figura 94: Aceptación para formar parte de un programa de vinculación para el desarrollo del sector turístico de la parroquia**

**Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló demuestran que al 100% de los encuestados le gustaría formar parte de un programa de vinculación para el desarrollo del sector turístico de la parroquia.

**Análisis.**

El primer paso para construir una idea de proyecto comunitario es contar con la aceptación y predisposición de las personas a las que dicho proyecto va a beneficiar en este caso los moradores de la parroquia rural Once de Noviembre se encuentran animados y comprometidos a formar parte de un programa con fines turísticos, pues están conscientes de las ventajas que dicho programa puede traer a su parroquia.

Tabla 109:

## Temas de capacitación

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA		PORCENTAJE		TOTAL
	SI	NO	SI	NO	
Conceptos y bases del turismo y turismo rural.	11	12	55%	45%	100%
Sensibilización en turismo rural comunitario.	5	18	25%	75%	100%
Conocimiento de la realidad turística local	4	19	20%	80%	100%
Charlas sobre Turismo Sostenible	5	18	25%	75%	100%
Emprendimientos comunitarios	19	4	95%	5%	100%
Desarrollo de productos turístico	17	6	85%	15%	100%
Como promocionar nuestra empresa	2	21	10%	90%	100%
Comercio electrónico en las comunidades	2	21	10%	90%	100%
Calidad en los servicios turísticos	10	13	50%	50%	100%
Capacitación en atención al cliente	5	18	25%	75%	100%
Elaboración de planes de negocios turísticos	9	14	45%	55%	100%
Técnicas de guiar	3	20	15%	85%	100%
Seguridad alimentaria	1	22	5%	95%	100%
Inglés	8	15	40%	60%	100%
Otros	0	23	0%	100%	100%
Ninguna/Sin respuesta	0	23	0%	100%	100%
<b>TOTAL</b>	101				

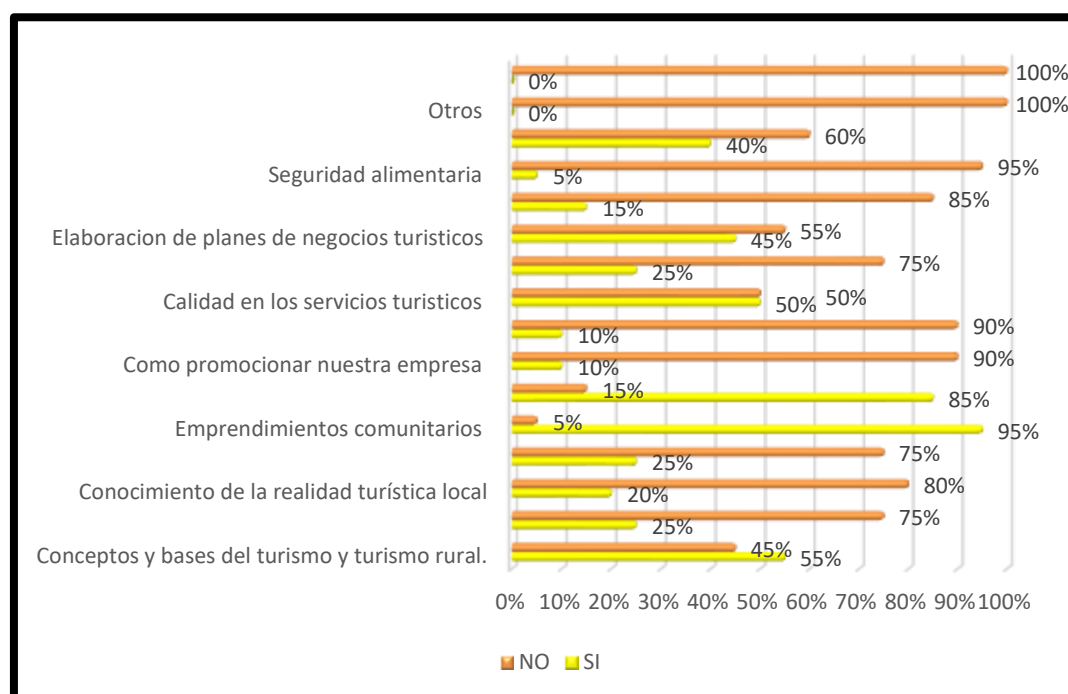


Figura 95: Temas de capacitación

**Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre demuestran que al 95% de los encuestados le gustaría capacitarse en temas sobre emprendimientos comunitarios, al 85% le gustaría aprender sobre el desarrollo de productos turísticos, el 55% le interesa primero conocer los conceptos y bases del turismo y turismo rural, al 50% le gustaría adquirir conocimientos acerca de la calidad en los servicios turísticos, por su parte el 45% quiere capacitarse en temas de elaboración de planes de negocio turísticos, el 40% está interesado en aprender el idioma inglés, mientras que en menores porcentajes se encuentran con el 25% capacitación en atención al cliente, y charlas sobre turismo sostenible y conocimientos de la realidad turística local, el 15 % técnicas de guiar, el 5% seguridad alimentaria, mientras el 10% comercio electrónico en las comunidades, y como promocionar nuestra empresa.

**Análisis.**

Al conocer los beneficios que el turismo traería a la parroquia de Once de Noviembre, la mayoría de los encuestados busca o le gustaría capacitarse acerca de cómo desarrollar y poner en marcha emprendimientos comunitarios dentro de su parroquia, así como también sobre la elaboración de productos turísticos que la identifiquen, es importante también que principalmente esta población conozca sobre conceptos y bases tanto del turismo en general como de turismo rural ya que es la base de su desarrollo, por su parte el complemento de estas capacitaciones sería el aprendizaje del idioma inglés pues de esta forma podrán comunicarse con turistas internacionales que lleguen a la zona.

Tabla 110:

**Método de enseñanza en el desarrollo de los cursos**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Estudio de casos reales	11	47,8
	Aprendizaje basado en problemas	4	17,4
	Aprendizaje cooperativo	8	34,8
	Total	23	100,0

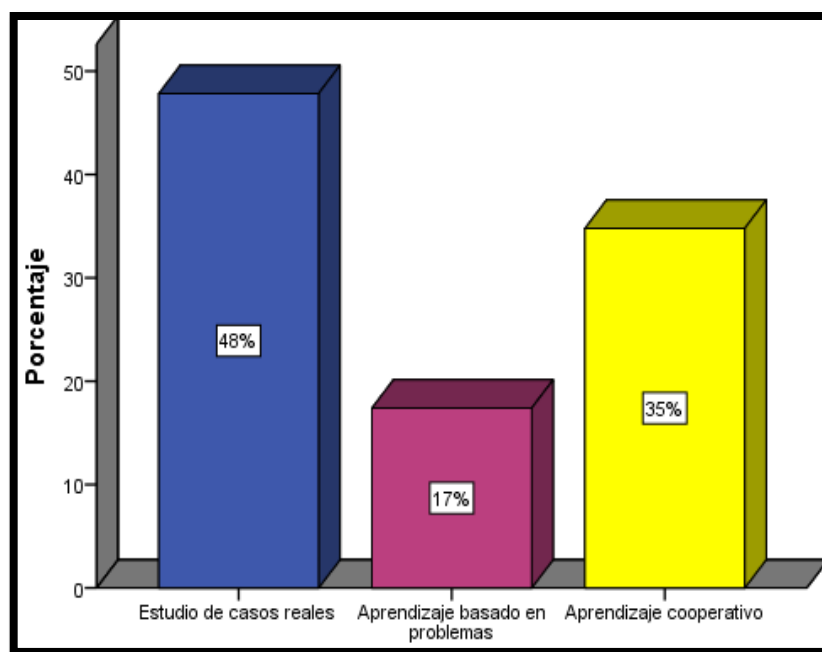


Figura 96: Método de enseñanza en el desarrollo de los cursos

**Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre demuestran que el 48% de los encuestados manifiesta que el método de enseñanza que le gustaría es el estudio de casos reales, el 35% aprendizaje cooperativo, mientras que el 17% aprendizaje basado en problemas.

**Análisis.**

El método de enseñanza que se debe aplicar a esta población debe estar direccionado hacia el estudio de casos reales, ya que este método está basado en experiencias similares que otro grupo de personas ya lo vivió, esto permite a la población enfrentar situaciones similares en base a sucesos pasados, mismos que aportan conocimientos suficientes para saber cómo actuar en aquellas circunstancias, así mismo el éxito que han logrado otras comunidades o poblados debido a la actividad turística impulsa la motivación de los nuevos emprendedores.

Tabla 111:

**Forma de los cursos**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Seminario y talleres	7	30,4
	Clases practicas	6	26,1
	Practicas externas	2	8,7
	Estudio y trabajo en grupo	8	34,8
	Total	23	100,0

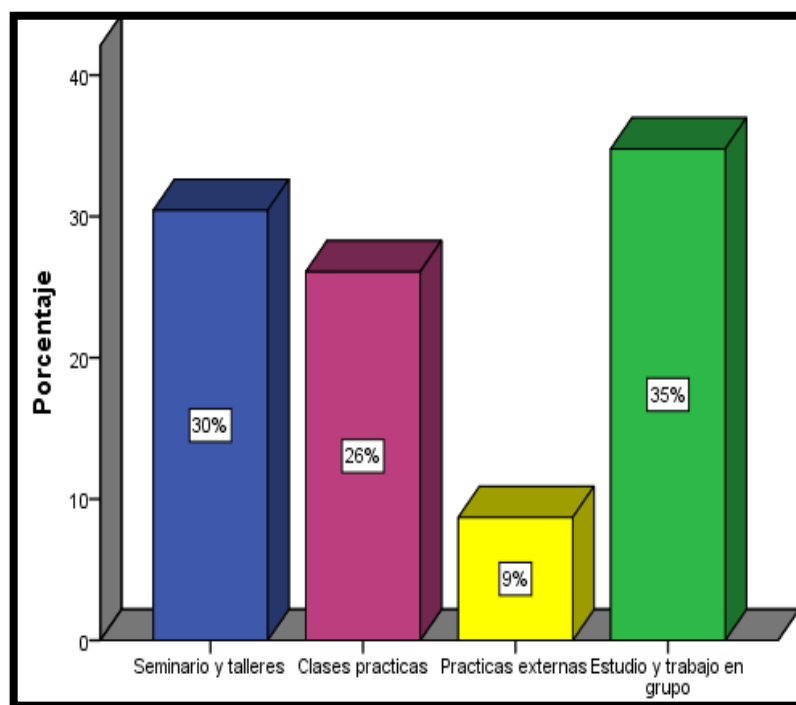


Figura 97: Forma de los cursos

**Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre demuestran que el 35% de los encuestados manifiesta que la forma en que le gustaría que se dicten los cursos es mediante trabajos en grupo, seguido del 30% a los que les gustaría los seminarios y talleres, el 26% las clases prácticas, mientras que al 9% a través de prácticas externas.

**Análisis.**

La forma más adecuada para llevar a cabo las capacitaciones en esta población es la aplicación constante de trabajos en grupo, así como de seminarios y talleres ya que a su criterio les permitirán una mayor comprensión de lo enseñado.

Tabla 112:

## Técnicas de capacitación

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Practica de campo	17	73,9
	Lluvia de ideas	2	8,7
	Foros	1	4,3
	Dramatizaciones	3	13,0
	Total	23	100,0

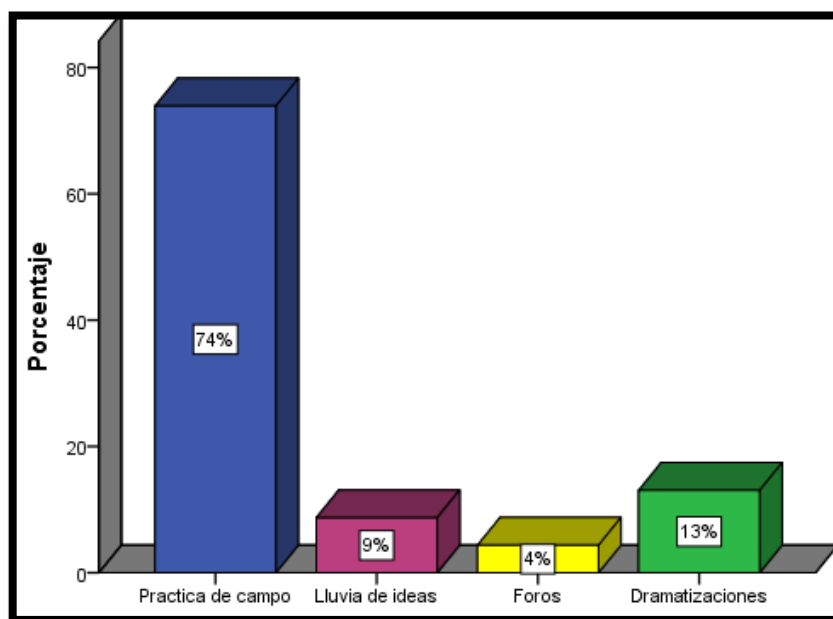


Figura 98: Técnicas de capacitación

**Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre demuestran que el 74% de los encuestados manifiesta que la técnica más adecuada para garantizar su aprendizaje es la práctica de campo, el 13% las a través de dramatizaciones, el 9% lluvia de ideas, mientras que el 4% decide que se las realice mediante foros.

**Análisis.**

La práctica de campo es considerada por la mayoría de los encuestados, como la mejor técnica, pues consolida los conocimientos adquiridos de manera práctica acompañada obviamente con la teórica, garantizando así el aprendizaje de todos los temas en los que se han capacitado.

Tabla 113:

## Tipos de evaluación

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Con trabajo y proyectos	16	69,6
	Prueba o evaluaciones escritas	2	8,7
	Auto-evaluación entre compañeros	5	21,7
	Total	23	100,0

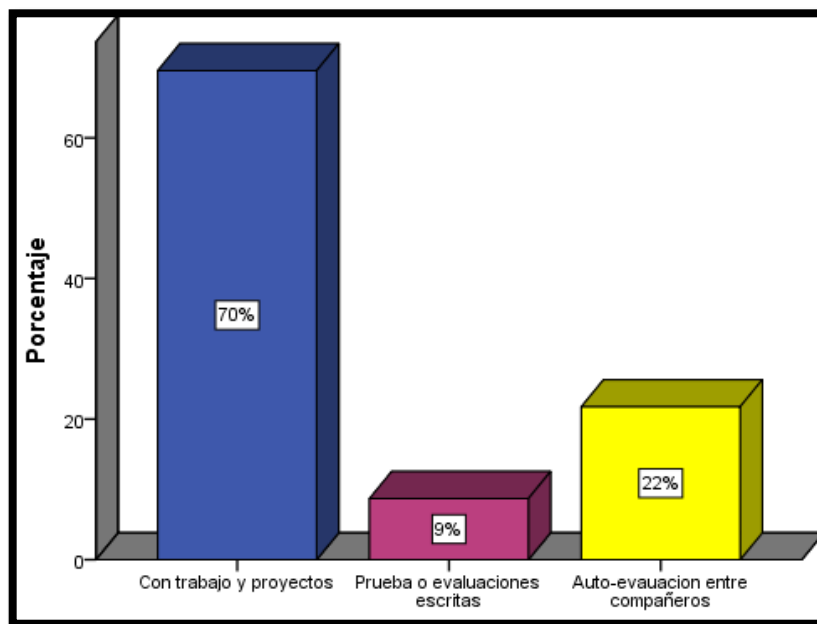


Figura 99: Tipos de evaluación

**Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre demuestran que al 70% de los encuestados le gustaría ser evaluado con trabajos y proyectos, por su parte el 22% con autoevaluación entre compañeros, mientras que al 9 % a través de pruebas o evaluaciones orales.

**Análisis.**

A la mayoría de los encuestados gustaría ser evaluado con trabajos y proyectos, esta es una de las técnicas de evaluación más adecuadas para determinar el nivel de conocimientos que han adquirido los participantes de la capacitación, la autoevaluación de compañeros también es considerada como una buena forma de ser evaluado, sin embargo para ello se debe tener claro que todos los compañeros deben tener el mismo nivel de conocimiento para que exista una correcta calificación.

Tabla 114:

## Proyectos para la parroquia Once de Noviembre

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA		PORCENTAJE		TOTAL
	SI	NO	SI	NO	
Creación de un centro de asesoramiento turístico en las Instalaciones de la Universidad ESPE	16	7	80%	20%	100%
Creación y organización de una red de productores dedicados a la actividad turística	3	20	15%	85%	100%
Creación de un centro comunitario que brinde actividades turísticas relacionadas con los atractivos y actividades productivas de la zona.	19	4	95%	5%	100%
Creación de senderos turísticos administrados por la comunidad que den a conocer los atractivos con los que cuenta la parroquia.	0	23	0%	100%	100%
Planificación y organización de ferias anuales en las que se promocionen productos elaborados en la parroquia	4	19	20%	80%	100%
Publicidad turística para promocionar los atractivos de la parroquia.	10	13	50%	50%	100%
Otros	1	22	5%	95%	100%
Ninguna/Sin respuesta	3	20	15%	85%	100%
TOTAL	56				

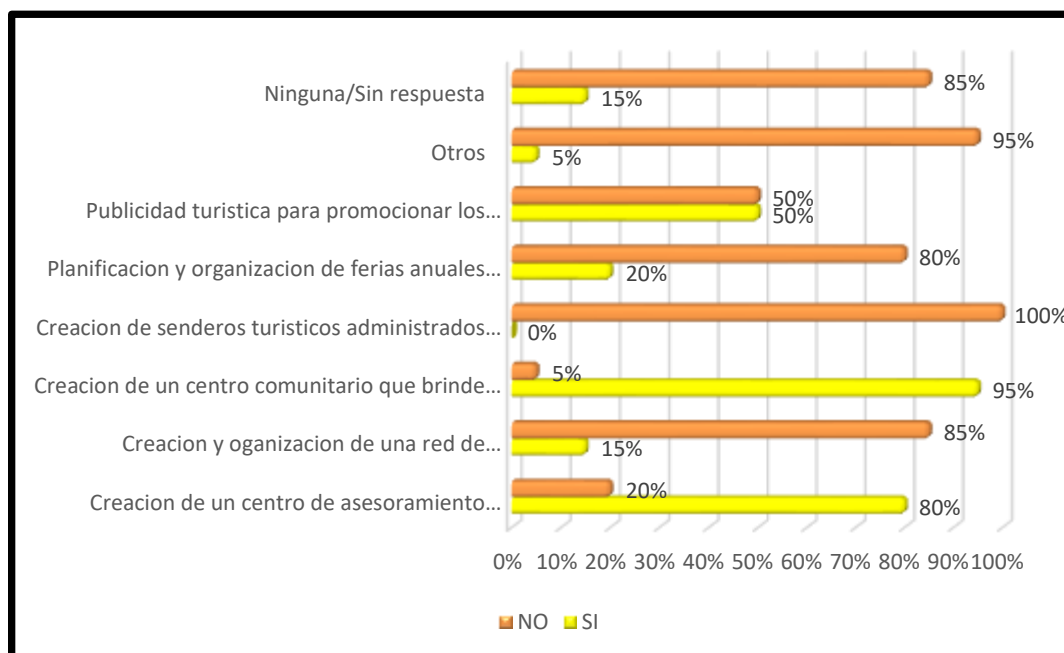


Figura 100: Proyectos para la parroquia Once de Noviembre



**Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre demuestran que al 95% de los encuestados le gustaría que se desarrolle como proyecto para su parroquia, la creación de un centro comunitario que brinde actividades turísticas relacionadas con los atractivos y actividades productivas de la zona, el 80% por su parte considera que la mejor opción es creación de un centro de asesoramiento turístico en las instalaciones de la Universidad ESPE, mientras que el 50% considera que generar publicidad turística para promocionar los atractivos turísticos de la parroquia es la mejor alternativa, mientras que el 20% apuesta a las idea de la planificación y organización de ferias anuales en las que se promocionen productos elaborados en la parroquia.

**Análisis.**

Los Dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre consideran que la mejor alternativa para dinamizar el turismo en la zona es la creación un centro comunitario que brinde actividades turísticas relacionadas con los atractivos y actividades productivas de la zona, así como también un buen porcentaje considera que una buena iniciativa seria la implementación de un centro de asesoramiento turístico en las instalaciones de la Universidad ESPE extensión Latacunga en el que se brinde toda la información y el asesoramiento adecuado para quien desee iniciar cualquier tipo de actividad relacionada con el turismo.

Tabla 115:

## Relación comunitaria

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Excelente	4	17,4
	Muy buena	12	52,2
	Buena	7	30,4
	Total	23	100,0

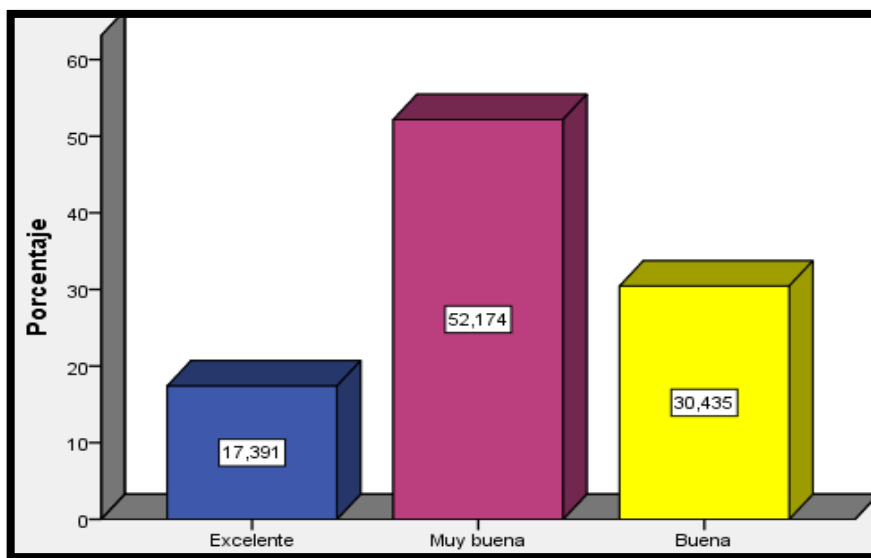


Figura 101: Relación comunitaria

**Interpretación.**

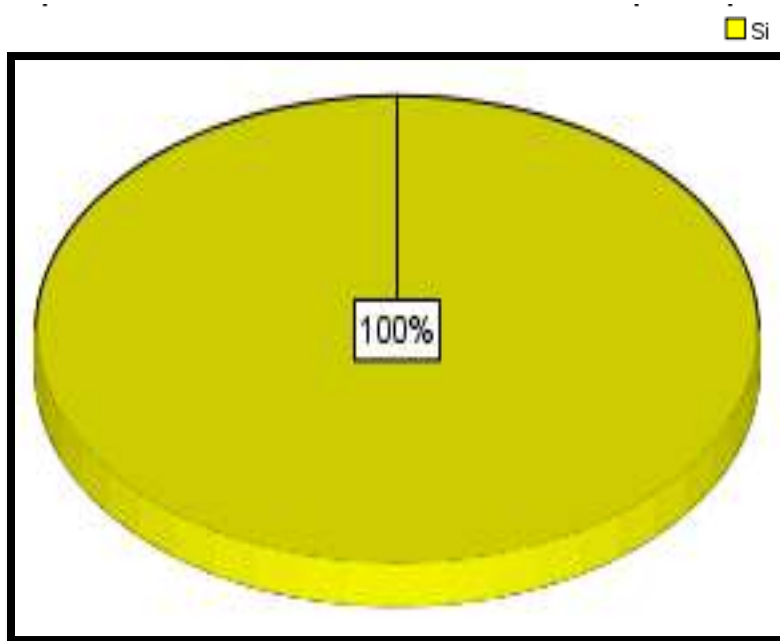
Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre demuestran que el 52% de los encuestados considera que su relación con las demás personas de la comunidad es muy buena, el 30% buena, mientras que el 17% considera que su relación es excelente.

**Análisis.**

Antes de iniciar el diseño y ejecución de un proyecto comunitario es indispensable conocer el comportamiento social entre sus individuos así como valorar las estructuras de liderazgo dentro del territorio con la finalidad de validar el éxito del mismo ya que este tipo de proyectos se caracterizan por la cooperación e intervención de toda la comunidad cuyo comportamiento debe caracterizarse por una convivencia de paz y armonía entre pobladores lo que facilita enormemente emprender proyectos comunitarios, en el caso de la parroquia Once de Noviembre de acuerdo a los resultados obtenidos se puede concluir que se trata de una población que mantiene condiciones bastante favorables en cuanto a buenas relaciones entre pobladores se trata.

**Tabla 116:****Nivel de trabajo en equipo con otros miembros de la comunidad**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	23	100,0

**Figura 102: Nivel de trabajo en equipo con otros miembros de la comunidad****Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre demuestran que el 100% de los encuestados estaría dispuesto a trabajar en equipo con otros miembros de la comunidad para llevar a cabo los proyectos de emprendimiento turístico mediante el aprovechamiento de los atractivos de la parroquia.

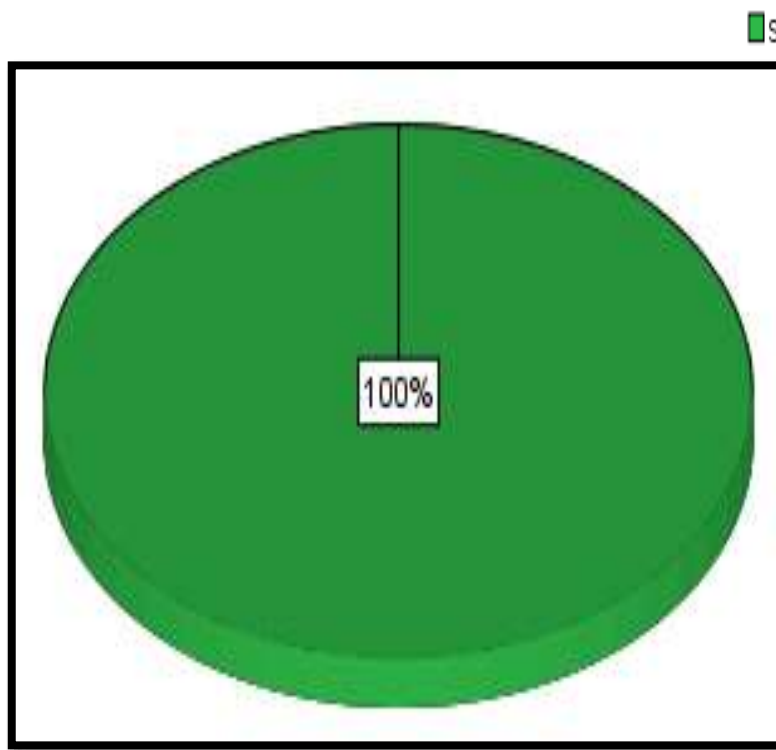
**Análisis.**

El cariño que tiene los habitantes por su parroquia, su unión y sus ganas de progreso se manifiestan claramente en su predisposición para trabajar en equipo con otros miembros de la misma con el fin de llevar a cabo proyectos de emprendimiento turístico que permitan generar desarrollo para su parroquia.

Tabla 117:

**Capacidad de Liderazgo**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	23	100,0

**Figura 103: Capacidad de Liderazgo****Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre demuestran que el 100% de los encuestados sí se siente en la capacidad de estar al frente de un grupo de personas para trabajar en beneficio de su parroquia, frente al 2% que considera que no se encuentra capacitado.

**Análisis.**

Las ganas de mejorar la calidad de vida de sus habitantes, permite a la totalidad de los dirigentes barriales que fueron encuestados sentirse altamente capacitados para estar al frente de un grupo de personas, con el fin de trabajar para beneficio de su parroquia.

Tabla 118:

**Aporte para llevar a cabo emprendimientos turísticos comunitarios.**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Económico	1	4,3
	Donación de insumos	1	4,3
	Mano de obra	19	82,6
	Transporte	1	4,3
	Otros	1	4,3
	Total	23	100,0

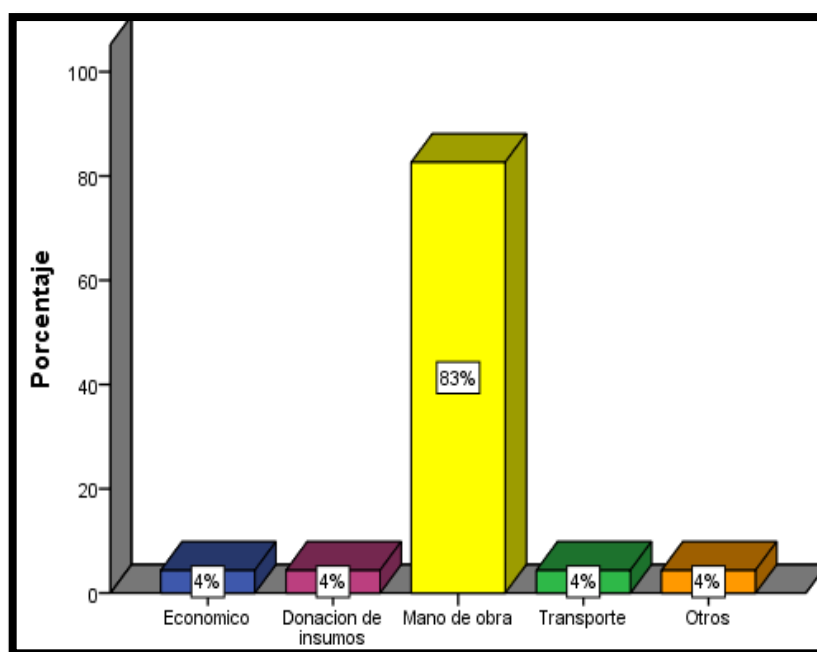


Figura 104: Aporte para llevar a cabo emprendimientos turísticos comunitarios

**Interpretación.**

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre demuestran que el 83% de los encuestados considera que su aporte para llevar a cabo emprendimientos turísticos comunitarios sería la mano de obra, mientras que en porcentajes iguales del 4% su aporte sería económico, donación de insumos, transporte y otro tipo de aportes.

**Análisis.**

Es sustancial tomar en cuenta que la mayoría de los encuestados contribuiría de alguna manera para llevar a cabo emprendimiento turísticos comunitarios, lo que garantizara la eficacia de los proyectos y facilitara la ejecución de los mismos en la parroquia de Once de Noviembre.

Tabla 119:

## Objetivos de vinculación

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA		PORCENTAJE		TOTAL
	SI	NO	SI	NO	
Capacitaciones permanentes sobre los proyectos planteados	17	6	85%	15%	100%
Asesoramiento continuo sobre los proyectos planteados	11	12	55%	45%	100%
Proyectos turísticos bajo la asistencia e involucramiento del sector empresarial, la universidad y los gobiernos locales	18	5	90%	10%	100%
Ninguna/Sin respuesta	0	23	0%	100%	100%
<b>TOTAL</b>	46				

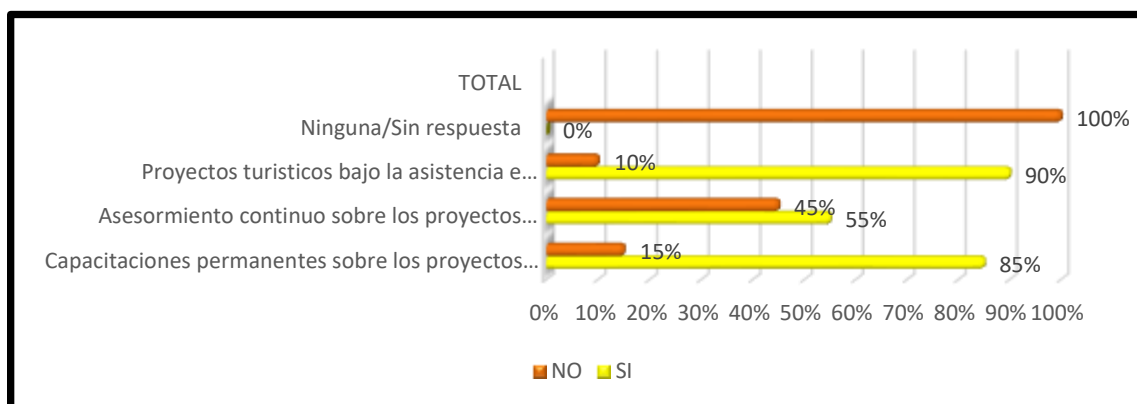


Figura 105: Objetivos de vinculación

**Interpretación:** Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre demuestran que el 90% de los encuestados considera que el resultado del vínculo que se busca entre la universidad con parroquia es el diseño y ejecución de proyectos turísticos bajo la asistencia e involucramiento tanto de la universidad de las Fuerzas Armadas ESPE extensión Latacunga como de los gobiernos locales, el 85% señala que le gustaría recibir capacitaciones permanentes sobre los proyectos diseñados mientras que el 55% prefiere recibir asesoramiento continuo sobre los proyectos planteados.

**Análisis:** Casi la totalidad de los encuestados coinciden en que el resultado de la vinculación entre la Universidad y su parroquia sea el diseño y ejecución de proyectos turísticos bajo la asistencia e involucramiento tanto de la universidad, gobiernos locales y obviamente de la población, cabe recalcar que los habitantes de esta parroquia al igual que la parroquia rural Mulaló desean que dichos proyectos cuenten con un plan de ejecución, es decir que tanto la universidad como los gobiernos locales propongan proyectos ya diseñados, mismos que logren potencializar los recursos del sector y que hayan sido previamente consultados y aprobados conjuntamente entre los actores.

Tabla 120:

## Tiempo de ejecución de los proyectos.

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Inferiores a un año	8	34,8
	Iguales a un año	1	4,3
	Según el tipo de proyecto	14	60,9
	Total	23	100,0

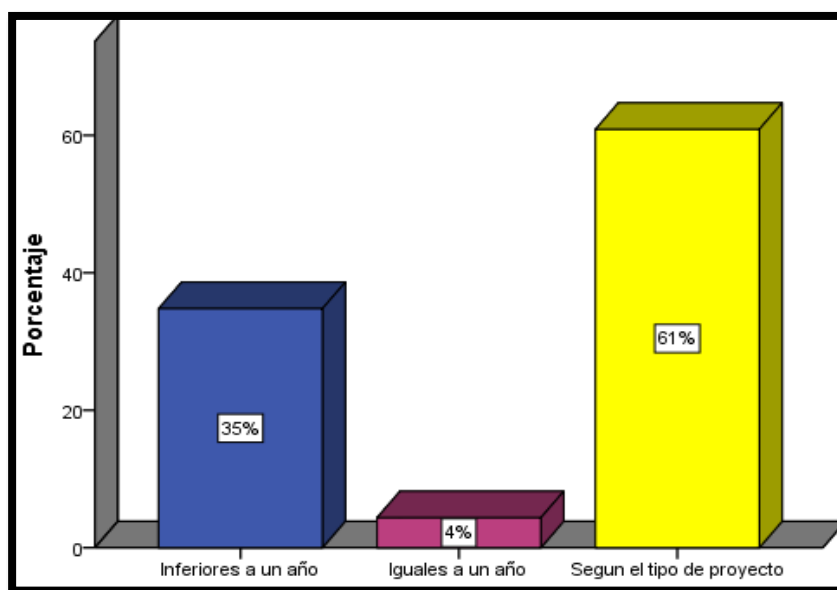


Figura 106: Tiempo de ejecución de los proyectos.

**Interpretación:** Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre demuestran que el 61 % de los encuestados considera que el tiempo en el que debe ejecutarse los proyectos es según el tipo de proyecto, el 35% inferior a un año, mientras que el 4% considera que deben ser iguales a un año.

**Análisis:** Un gran porcentaje de los encuestados toma en cuenta que el tiempo en el cual debe ejecutarse un proyecto debe ser según el tipo de proyecto que se realice, sin embargo hay que considerar también que se prefiere que los proyectos se ejecuten en un tiempo inferior a un año, por cuanto los habitantes de esta parroquia desean que ya sea palpable los beneficios que dichos proyectos otorgarán a la parroquia Once de Noviembre.

Tabla 121:

## Disponibilidad de tiempo para capacitación

		HORA					Total
		7h00	9h00	14h00	16h00	17h00	
DIA	LUNES	2	0	3	1	2	8
	MARTES	0	1	1	0	2	4
	MIÉRCOLES	0	1	1	1	2	5
	JUEVES	0	0	0	0	1	1
	VIERNES	0	0	3	1	0	4
	SABADO	2	0	2	0	0	4
	DOMINGO	2	0	0	0	0	2
	Total	6	2	10	3	7	28

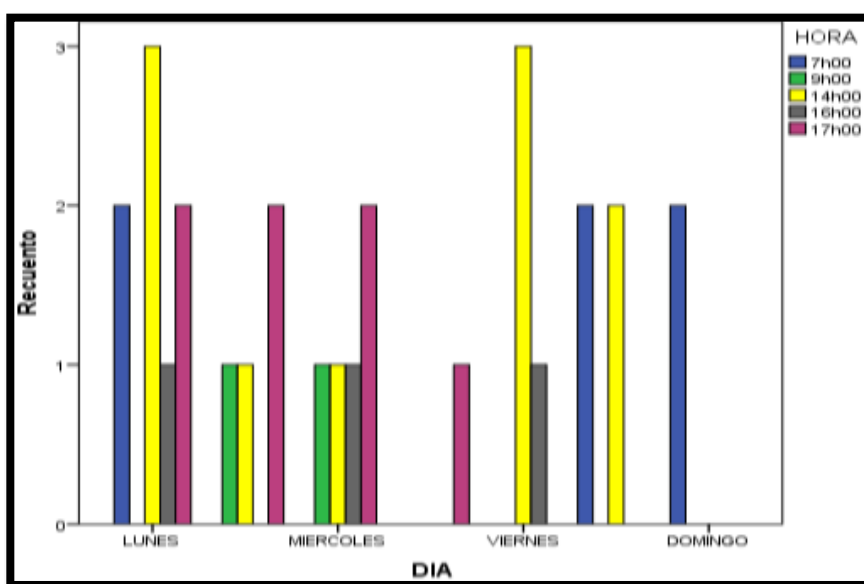


Figura 107: Disponibilidad de tiempo para capacitación

## Interpretación:

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los Dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre demuestran de la mayor disponibilidad de tiempo de las personas para realizar reuniones de vinculación son lunes miércoles y viernes, los días lunes a partir de las 07h00, miércoles a las 14h00, viernes a las 14h00 y sábados a partir de las 07h00 o a su vez a las 14h00...

## Análisis:

La asistencia de las personas que formaran parte de los proyectos de vinculación es uno de los factores de mayor importancia para el éxito de los mismos, es por ello que es necesario ajustar sus horarios de disponibilidad en medida de que la mayoría pueda asistir a las reuniones.



### **3.2.3.1. Análisis final - Dirigentes parroquia rural Once de Noviembre**

Los Dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre se encuentran en su mayoría conformados por el género masculino, sin embargo se puede observar que existe un porcentaje de mujeres que han incursionado en este ámbito, muchas de las veces debido a la aceptación y credibilidad que han adquirido ante su comunidad, por otra parte aunque a paso lento se puede evidenciar en esta parroquia el cambio de pensamiento cultural que permite a las mujeres tomar otro rol en la sociedad, siendo cada vez más activas en las decisiones de su parroquia, este importante aspecto permite incrementar la participación de la mujer en proyectos de desarrollo parroquial.

Por otro lado fue necesario también conocer la edad media de los dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre, con la finalidad de identificar hasta qué grado de complejidad se pueden presentar proyectos turísticos para la parroquia y el nivel de aceptación que estos pueden tener sobre los mismos ya que este dato puede incidir en la toma de decisiones sobre un determinado proyecto, es así que se evidencia que la parroquia está conformada tanto por dirigentes jóvenes de entre 20 a 30 años como de adultos de entre 40 y 50 años de edad, esta importante composición puede ser una excelente oportunidad para que se promueva el desarrollo de la parroquia mediante las ideas y propuestas innovadoras de la gente joven en combinación con la experiencia, cordura y sensatez de las personas adultas.

Por su parte los dirigentes barriales en su mayoría son casados lo que implica que sus ingresos económicos son repartidos entre un mayor número de integrantes de la familia, que en muchos de los casos solo cubre las necesidades básicas de los mismos limitándolos al acceso de una mejor calidad de vida.

Quienes a su vez están conformados por familias medianas de entre dos a cuatro personas, sin embargo hay que considerar que el nivel de ingresos de las familias en ocasiones difícilmente pueden cubrir la totalidad de sus gastos.

Se evidencia que una importante parte de los Dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre han alcanzado el nivel de educación superior, que posibilita el acceso a una mejor calidad de vida para los mismos, sin embargo el 56% de estos no ha obtenido un título de tercer nivel, factor que limita de cierta manera el crecimiento de la parroquia, no por falta de conocimiento por parte de los dirigentes acerca de las necesidades de las personas a quienes representan, ni por falta de compromiso con su parroquia, sino quizá por el limitado nivel de un conocimiento más técnico que imposibilita la potencialización del sector y se ve evidenciado en el estancamiento del desarrollo que sufren especialmente los sectores rurales.

Para adentrarse un poco más en el tema de conocimiento turístico se le preguntó a las personas sobre la comprensión del concepto de “atractivo turístico” pregunta en la que el 91% de las respuestas fue positiva, de cierta manera esto facilita el emprendimiento turístico en esta zona, no obstante a pesar de ser minoría es importante observar que algunos dirigentes desconocen lo que es un atractivo turístico, en este pequeño punto puede notarse también que una vinculación con esta parroquia ayudaría enormemente a incrementar los conocimientos de quienes ya lo tienen y llenar de conocimientos a quienes no acerca de esta importante actividad.

En la parroquia de Once de Noviembre no se realizan actividades turísticas según lo manifiesta el 69% de los dirigentes encuestados siendo este un importante porcentaje, sin embargo existe un porcentaje considerable del 30% de quienes señalan lo contrario, resultados que se encaminan a determinar que las pocas actividades que se realizan en el sector pueden estar siendo desarrolladas de manera informal, es decir ejercidas por una persona o por un número reducido de personas generalmente vinculadas por parentesco o por amistad que realizan la actividad de manera particular.

Otra de las razones por las que el 30% de los resultados arrojan que dentro de la parroquia se realizan actividades, recaen en que se tratan mas bien de actividades convencionales practicadas por los mismos pobladores de la parroquia, la actividad mas frecuente es la practica de deportes tales como futbol, boley, entre otros, es decir actividades deportivas practicadas entre moradores, mas esto no quiere decir que sean parte de una oferta turistica.

Las actividades turisticas en la parroquia son muy escasas por no decir nulas, sin embargo la visita al santuario de la Virgen de Guadalupe es la unica actividad que se puede decir que genera movimiento turistico y acoge a visitantes locales, nacionales y extranjeros según lo señalan los moradores de la parroquia aunque los niveles de visita son relativamente bajos en el caso de turistas nacionales y extranjeros.

En la parroquia Once de Noviembre existe afluencia de personas que de manera particular acuden al sector y aunque este nivel de visitas es escaso se evidencia la presencia de personas interesadas en conocer la parroquia, sin embargo es indiscutible que la escases de actividades que son el complemento para la distracion y recreacion del turista influye en el numero de llegadas a un determinado sector asi como de su permanencia en el lugar, es necesario armar estrategias que motiven al visitante a conocer la parroquia, una propuestas inteligentes de turismo rural comunitario seria una de las alternativas mas viables para alcanzar este objetivo asi como para inyectar movimiento a la economia de la misma.

La intervencion en esta parroquia no solo busca el aprovechamiento de sus recursos ya que si se comparan estos con los de otros sectores que han sido mayormente privilegiados de belleza natural, cultural y demas la parroquia estaria practicamente en desventaja sumando a esto que carece de formación turistica pero que cuenta con las posibilidades para dinamizar el turismo como cualquier lugar podria llegar hacerlo según criterio propio, sin embargo la mayor fuerza que motiva a esta investigacion es la de mejorar las condiciones de vida de los pobladores de la parroquia Once de Noviembre, cuyo indice de pobreza es el

mas alto dentro de la Provincia de Cotopaxi y la que requiere de mayor atencion por parte de las autoridades competentes y porque no de otras instituciones que de manera indirecta pueden aportar en su crecimiento y desarrollo tales como las Instituciones de Educacion Superior (IES).

En la presente investigacion se determino que la mayor parte de las personas que habitan en parroquia Once de Noviembre no cuentan con otra fuente de ingresos economicos a mas de la de su actividad productiva principal una de las razones podria ser que economicamente no requieren de otro ingreso, sin embargo esta es la razon menos probable ya que en base a estos mismos resultados los encuestados señalan que sus ingresos en muchas de las ocasiones solo les permite satisfacer sus necesidades basicas, es asi que puede deberse a las limitadas fuentes de empleo dentro de la parroquia, ya que asi lo manifiesta el 78% de los encuestados, otra de las causas podria ser la escases de nuevas oportunidades de desarrollo para la parroquia.

El 91% de los dirigentes barriales de la parroquia Once de Noviembre desea mejorar su condicion economica, por lo que fomentar la inversion en esta parroquia mediante emprendimientos turisticos ayuda no solo a incrementar el ingreso familiar, sino que tambien ayuda a generar nuevas fuentes de empleo que contribuirian con el desarrollo de su poblacion.

Por otro lado el 52% de los encuestados considera que el turismo es la mejor alternativa para incrementar los ingresos economicos de los habitantes y mejoraria considerablemente las condiciones de vida de las personas de la parroquia.

Como se ha mencionado anteriormente la falta de fuentes de trabajo hace que la principal necesidad por la que atraviesa la parroquia de Once de Noviembre sea precisamente la falta de empleo, desencadenando en las condiciones de vida no tan buenas de sus pobladores.

Las instituciones publicas tienen la obligacion y sobre todo la potestad de dirigir su gestion en base a las acciones que beneficien a sus pobladores en todos los aspectos, siempre y cuando se enmarquen dentro de sus debidas competencias con la finalidad de activar la economia local y de minimizar los impactos negativos que se presentan con mayor frecuencia en los sectores rurales, tales como el desplazamiento de los pobladores hacia los centros urbanos, la desintegracion familiar por el elevado nivel de desempleo, las desfavorables condiciones para invertir en el sector, entre otras, en el caso de la parroquia Once de Noviembre el 52% de los encuestados señalan que las autoridades publicas y privadas han ayudado a satisfacer las necesidades locales, sin embargo existe tambien un porcentaje importante de dirigentes barriales que señalan lo contrario, es necesario reconocer que existen buenas iniciativas por parte del Gad parroquial encaminadas a potencializar las actividades agricolas, de viabilidad, de riego entre otras, sin embargo es importante visualizar otras alternativas para el desarrollo de la parroquia tales como por ejemplo promover la inversion en acciones que le permitan a la parroquia crecer turisticamente ya que de esta alternativa permitira generar multiples beneficios para la misma.

Claramente un gran porcentaje de los Dirigentes Barriales señala conocer la existencia de atractivos turisticos dentro de la parroquia Once de Noviembre y consideran que sí se los aprovecha mejorarian enormemente las fuentes de empleo e ingresos económicos para su poblacion, sin embargo existe tambien un porcentaje considerable de Dirigentes que señala desconocer la existencia de atractivos dentro de la parroquia, esta disyuntiva entre estas dos opiniones que se presenta entre los porcentajes mas altos puede ser el resultado de que en la parroquia la clasificacion de dichos atractivos quizas no han sido establecidos ni socializados a los propios moradores, tampoco se evidencia oferta turistica alrededor de los mismos dejando a criterio individual y a juzgar de cada persona si el o los recursos que posee la parroquia en realidad pueden ser condiderados como atractivos turisticos.

El impulso de proyectos de turismo a través de la vinculación será el método más eficaz para aprovechar los recursos de la parroquia, creando fuentes de empleo, nuevos y mejores ingresos económicos, así como también ayudando a que las personas conozcan de los beneficios de la actividad turística.

Aunque existe poca actividad turística, la mayoría de los dirigentes barriales reconoce que el turismo en esta parroquia no solo aportaría principalmente a mejorar los ingresos y calidad de vida de sus pobladores sino que también ayuda a incrementar la participación de la mujer y de los jóvenes en las actividades productivas y en las decisiones comunales, no obstante existe un porcentaje que considera que el turismo únicamente beneficia a los visitantes más no a quienes lo generan, esta visión tan equivocada permite evidenciar que se trata de una población ajena a la actividad turística que no ha palpado los beneficios de esta y existe bastante desinformación acerca de la misma.

Si esta población se vincula con la Universidad UFA ESPE esta contribuirá a planificar las actividades turísticas de tal forma que todos los ciudadanos estén informados y colaboren con el impulso de esta actividad, es así que nos queda como tarea que todos los habitantes de la parroquia comprendan que el turismo se posiciona como la mejor opción para mejorar sus condiciones de vida.

El 39% de los dirigentes barriales definitivamente le apuestan a su parroquia y consideran que si se aprovechan todos los recursos de la misma la pueden convertir en algún momento en un referente turístico, por su parte también con el 39% están aquellos que consideran que dentro de la parroquia no existen potencialidades turísticas y que difícilmente se puede posicionar a la parroquia como un referente en el turismo, si bien es cierto las capacidades de atracción turística en la parroquia son escasas existen múltiples alternativas que se pueden desarrollar para que la parroquia brinde ofertas de turismo, técnicamente para que esto suceda el barrio, sector, comunidad o parroquia debe estar cobijada por un atractivo turístico con afluencia de visitantes nacionales y/o extranjeros lo que si sucede en el caso de la parroquia rural Mulaló, lastimosamente la parroquia Once de Noviembre se encuentra algo ajena

a atractivos de esta categoría, sin embargo todos y cada uno de los lugares tienen recursos de los cuales se puede sacar provecho y más aún cuando se trata de una población que tiene la voluntad y las ganas de sacar adelante a su parroquia.

Hay que señalar también que en muchas de las ocasiones la aceptación y predisposición de las personas para lograr cambios en sus negocios no es suficiente, el principal limitante para ello es el factor económico que muchas de las veces y como ya se mencionó solo permiten satisfacer las necesidades básicas de las familias coartando la posibilidad de emprender nuevas alternativas de negocios.

Por otra parte la falta de fuentes de trabajo en la parroquia de Once de Noviembre no permite que las personas que viven en dicha parroquia tengan los suficientes recursos económicos para invertir en emprendimientos turísticos, más existe también personas que si cuentan con los recursos sin embargo no conocen como crear dicho emprendimiento, si ellos cuentan con mayor información de cómo iniciar proyectos turísticos, será mucho más factible la inversión en esta área.

A pesar de que sí existen capacitaciones por parte de las autoridades sobre este tema, la mayoría de los habitantes de esta parroquia no se encuentra capacitada para realizar un emprendimiento turístico, pues la poca actividad turística de la zona no proporciona los suficientes conocimientos sobre dichas actividades y de cómo crear un emprendimiento de esta naturaleza.

Los resultados de si conocen los programas entregados por la Universidad de la Fuerzas Armadas ESPE extensión Latacunga fueron en su mayoría negativos, dando como resultado el desconocimiento del 95% de la población encuestada sobre la participación de la institución, cabe destacar que no es necesario haber formado parte de uno de estos programas para medir el nivel de participación de la universidad con la colectividad.

De los encuestados, son pocos los que han participado en proyectos de vinculación de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE tan solo el 4%, es evidente que existe desconocimiento por parte de las personas acerca de los programas de vinculación de la universidad, por tanto el efecto es la escasa participación de estas en los cursos que se dictan.

Las limitaciones que presenta el sistema de vinculación en la UFA ESPE limita también el nivel de impacto que se genera en la comunidad o sector atendido, considerando que las universidades deben apoyar y contribuir mediante la vinculación al desarrollo de la población es necesario fortalecer estos lazos a través de proyectos realmente efectivos, que cubran las expectativas de los participantes.

A pesar de contar con un elevado porcentaje de dirigentes barriales que consideran que la actividad turística es una buena alternativa para el desarrollo de la parroquia, se evidencia la casi nula existencia de personas que han tomado cursos de este tipo, una de las razones conlleva a que tanto instituciones públicas como privadas no ha ofertado este tipo de cursos y menos aun dentro de la parroquia, otra de las razones implica que los cursos no han sido diseñados en base a las necesidades y requerimientos de las personas a las que van a beneficiar

Por su parte el 60% de los encuestados considera que es nulo el nivel de participación de la UFA ESPE con el sector rural, evidentemente no existen muchos proyectos encaminados a fortalecer el turismo en esta parroquia y el nivel de participación de la Universidad con el sector rural no está generando impacto en el medio.



Los encuestados presentan mucho interés y expectativa por la generación de proyectos turísticos en la zona y la gran mayoría están conscientes de la importancia del turismo como una oportunidad de desarrollo local, por lo tanto consideran de gran importancia que la parroquia cuente con programas de vinculación con la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, a fin de dinamizar el turismo en el sector.

El primer paso para construir una idea de proyecto comunitario es contar con la aceptación y predisposición de las personas a las que dicho proyecto va a beneficiar en este caso los moradores de la parroquia rural Once de Noviembre se encuentran animados y comprometidos a formar parte de un programa con fines turísticos, pues están conscientes de las ventajas que dicho programa puede traer a su parroquia.

Al conocer los beneficios que el turismo traería a la población la mayoría de los encuestados busca o le gustaría capacitarse acerca de cómo desarrollar y poner en marcha emprendimientos comunitarios dentro de su parroquia, así como también sobre la elaboración de productos turísticos que la identifiquen, es importante también que principalmente esta población conozca sobre conceptos y bases tanto del turismo en general como de turismo rural ya que es la base de su desarrollo, por su parte el complemento de estas capacitaciones sería el aprendizaje del idioma inglés pues de esta forma podrán comunicarse con turistas internacionales que lleguen a la zona.

El método de enseñanza que se debe aplicar a esta población debe estar direccionado hacia el estudio de casos reales, ya que este método está basado en experiencias similares que otro grupo de personas ya lo vivió, esto permite a la población enfrentar situaciones similares en base a sucesos pasados, mismos que aportan conocimientos suficientes para saber cómo actuar en aquellas circunstancias, así mismo el éxito que han logrado otras comunidades o poblados debido a la actividad turística impulsa la motivación de los nuevos emprendedores.

La forma más adecuada para llevar a cabo las capacitaciones en esta población es la aplicación constante de trabajos en grupo, así como de seminarios y talleres ya que a su criterio les permitirán una mayor comprensión de lo enseñado.

La práctica de campo es considerada por la mayoría de los encuestados, como la mejor técnica, pues consolida los conocimientos adquiridos de manera práctica acompañada obviamente con la teórica, garantizando así el aprendizaje de todos los temas en los que se han capacitado.

A la mayoría de los encuestados gustaría ser evaluado con trabajos y proyectos, esta es una de las técnicas de evaluación más adecuadas para determinar el nivel de conocimientos que han adquirido los participantes de la capacitación, la autoevaluación de compañeros también es considerada como una buena forma de ser evaluado, sin embargo para ello se debe tener claro que todos los compañeros deben tener el mismo nivel de conocimiento para que exista una correcta calificación.

Los Dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre consideran que la mejor alternativa para dinamizar el turismo en la zona es la creación un centro comunitario que brinde actividades turísticas relacionadas con los atractivos y actividades productivas de la zona, así como también un buen porcentaje considera que una buena iniciativa sería la implementación de un centro de asesoramiento turístico en las instalaciones de la Universidad ESPE extensión Latacunga en el que se brinde toda la información y el asesoramiento adecuado para quien desee iniciar cualquier tipo de actividad relacionada con el turismo.

Antes de iniciar el diseño y ejecución de un proyecto comunitario es indispensable conocer el comportamiento social entre sus individuos así como valorar las estructuras de liderazgo dentro del territorio con la finalidad de validar el éxito del mismo ya que este tipo de proyectos se caracterizan por la cooperación e intervención de toda la comunidad cuyo comportamiento debe

caracterizarse por una convivencia de paz y armonía entre pobladores lo que facilita enormemente emprender proyectos comunitarios, en el caso de la parroquia Once de Noviembre de acuerdo a los resultados obtenidos se puede concluir que se trata de una población que mantiene condiciones bastante favorables en cuanto a buenas relaciones entre pobladores se trata.

El cariño que tiene los habitantes por su parroquia, su unión y sus ganas de progreso se manifiestan claramente en su predisposición para trabajar en equipo con otros miembros de la misma con el fin de llevar a cabo proyectos de emprendimiento turístico que permitan generar desarrollo para su parroquia.

Las ganas de mejorar la calidad de vida de sus habitantes, permite a la totalidad de los dirigentes barriales que fueron encuestados sentirse altamente capacitados para estar al frente de un grupo de personas, con el fin de trabajar para beneficio de su parroquia.

Es sustancial tomar en cuenta que la mayoría de los encuestados contribuiría de alguna manera para llevar a cabo emprendimiento turísticos comunitarios, lo que garantizara la eficacia de los proyectos y facilitara la ejecución de los mismos en la parroquia de Once de Noviembre.

Casi la totalidad de los encuestados coinciden en que el resultado de la vinculación entre la Universidad y su parroquia sea el diseño y ejecución de proyectos turísticos bajo la asistencia e involucramiento tanto de la universidad, gobiernos locales y obviamente de la población, cabe recalcar que los habitantes de esta parroquia al igual que la parroquia rural Mulaló desean que dichos proyectos cuenten con un plan de ejecución, es decir que tanto la universidad como los gobiernos locales propongan proyectos ya diseñados, mismos que logren potencializar los recursos del sector y que hayan sido previamente consultados y aprobados conjuntamente entre los actores.

Un gran porcentaje de los encuestados toma en cuenta que el tiempo en el cual debe ejecutarse un proyecto debe ser según el tipo de proyecto que se realice, sin embargo hay que considerar también que se prefiere que los proyectos se ejecuten en un tiempo inferior a un año, por cuanto los habitantes de esta parroquia desean que ya sea palpable los beneficios que dichos proyectos otorgarán a la parroquia Once de Noviembre.

### **3.2.4. Análisis Parroquial Comparativo**

En base al diagnóstico estratégico aplicado a la parroquias rurales de San Francisco de Mulaló y Once de Noviembre del cantón Latacunga provincia de Cotopaxi a través de encuestas, entrevistas, talleres y bases bibliográficas, se determina que se trata de dos escenarios completamente disímiles de los cuales cada uno posee características particulares mismas que se mencionan en el presente análisis.

Por una parte se encuentra la parroquia rural Mulaló que posee características excepcionales, se trata de un sector que parecería estar perfectamente diseñado para ser vendido como un producto turístico de carácter rural, hablamos de un territorio altamente productivo en el que la producción de lácteos, la agricultura, la ganadería y la floricultura son actividades protagonistas dentro del sector, el 92% de las personas dedican todo su tiempo y esfuerzo a la producción de las mismas ya que no poseen otras fuentes de ingresos económicos, por otra parte, esta estratégicamente ubicado cerca del Parque Nacional Cotopaxi que alberga al volcán con el mismo nombre uno de los atractivos más importantes y visitados del país tanto por turistas nacionales como extranjeros.

Si dichas actividades productivas van de la mano de la actividad turística podrían convertir a la parroquia en un importante destino para la práctica de turismo rural comunitario.

Para iniciar su crecimiento podría empezar captando el importante flujo de turistas que visita el Parque Nacional Cotopaxi entregando a los mismos una propuesta innovadora y creativa de esta nueva modalidad de turismo que complemente su visita e inclusive pueda permitir a los turistas pernoctar en la parroquia activando así la economía de esta población.

Por otra parte se encuentra la parroquia rural Once de Noviembre también perteneciente al cantón Latacunga y con los mismos beneficios político administrativos que las demás parroquias rurales del cantón, sin embargo se trata de una población con un menor nivel de desarrollo y con el índice de pobreza más alto del cantón donde la principal actividad económica de sus pobladores también se ve envuelta en la agricultura pero en una escala de producción y comercialización mucho menor a la de la parroquia rural Mulaló, en esta parroquia aun siendo la más pequeña del cantón Latacunga es posible encontrar carpinterías mecánicas en las que se elaboran implementos para la recreación de juegos infantiles, carruseles, ruedas moscovitas y otros,

Así mismo es posible encontrar carpintería de muebles en los que sus propietarios trabajan desde hace años atrás en la elaboración de muebles de madera, así como también pequeños productores de helados, a su alrededor no se encuentran atractivos de interés nacional y/o extranjero que la cobijen.

Se trata de un territorio que técnicamente no presenta condiciones favorables para el impulso del turismo sin embargo a criterio personal todos y cada uno de los territorios posee potencialidades que no se perciben a simple vista y que para descubrirlos y transformarlos en proyectos ejecutables se requiere de un mayor esfuerzo, que bien vale la pena asumir cuando se trata de una población comprometida con su parroquia y con un elevado interés por

invertir en ella con la finalidad mitigar la pobreza, la desintegración familiar, la migración, la pérdida de sus costumbres y tradiciones, en definitiva sus pobladores van en búsqueda de su desarrollo.

En la actualidad las dos parroquias cuentan con un sistema turístico débil que según sus características debe ser fortalecido para que la actividad fluya de manera organizada y sincronizada.

A continuación se presenta un resumen de los indicadores relevantes de cada una de las parroquias que permite identificar sus similitudes y diferencias a fin de intervenirlas a través del programa de vinculación, teniendo en cuenta su realidad.

Tabla 122

## Análisis Comparativo – Indicadores

<b>CUADRO COMPARATIVO PARROQUIAL- INDICADORES RELEVANTES DE INVESTIGACIÓN</b>			
	<b>DIRIGENTES MULALÓ</b>	<b>DIRIGENTES ONCE DE NOVIEMBRE</b>	
<b>INDICADOR</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>ANÁLISIS</b>
<b>ASPECTOS TURÍSTICOS</b>			
<b>Conocimiento acerca de la terminología "Atractivo Turístico"</b>	Resultado Positivo  95%	Resultado Positivo  91%	La mayor parte de los dirigentes barriales conoce que es un atractivo turístico lo que facilita un proyecto turístico en esta zona
<b>Presencia de Actividades en la Parroquia</b>	Resultado Positivo  71%	Resultado Negativo  70%	En la parroquia de Mulalo sí se realizan actividades turísticas, mientras que la realidad de la parroquia Once de Noviembre es distinta, no se registra oferta de actividades turísticas.

CONTINÚA



<b><i>Turismo como fuente económica y recurso para mejorar la calidad de vida de la población.</i></b>	El turismo puede mejorar los ingresos económicos y mejorar la calidad de vida de los pobladores.	El turismo puede mejorar los ingresos económicos y mejorar la calidad de vida de los pobladores.	Aunque existe escasa actividad turística, los dirigentes barriales de las dos parroquias reconocen que el turismo no solo genera mejores ingresos económicos a la población y aporta a la calidad de vida de sus pobladores, sino que también ayuda a incrementar la participación de la mujer y de los jóvenes en las actividades productivas.
	53%	65%	
	El turismo puede incrementar la participación de la mujer y los jóvenes en las actividades productivas.	El turismo puede incrementar la participación de la mujer y los jóvenes en las actividades productivas.	
	32%	30%	
<b><i>Aceptación sobre el incremento de los recursos económicos, mediante la utilización de sus recursos productivos.</i></b>	Resultado positivo	Resultado positivo	Un gran porcentaje de los dirigentes barriales de las parroquias rurales Mulaló y Once de Noviembre desea mejorar su condición económica, mediante la utilización de sus recursos productivos.
	90%	91%	
<b><i>Alternativas para generar ingresos económicos complementarios.</i></b>	Turismo 73%	Turismo 52%	Según los dirigentes barriales de las parroquias rurales Mulaló y Once de Noviembre el turismo es la actividad que genera mayores ingresos económicos, seguido de la ganadería y la agricultura respectivamente.
	Ganadería 10%	Agricultura 35%	

CONTINÚA





ASPECTOS SOCIO-ECONOMICOS			
INDICADOR	PORCENTAJE	PORCENTAJE	ANALISIS
<b><i>Necesidades prioritarias de la Parroquia.</i></b>	Empleo	Empleo	El empleo es la necesidad prioritaria de las parroquias Mulaló y Once de Noviembre debido obviamente a la escasez de fuentes de trabajo.
	73%	78%	
	Salud	Salud	
	15%	13%	
<b><i>Impacto del aporte por parte de entidades públicas y/o privadas en la mitigación de necesidades locales.</i></b>	Resultado Negativo	Resultado Positivo	En el caso de la parroquia rural Mulaló los aportes de entidades publicas y/o privadas son tan escasos, que no ayudan a satisfacer las necesidades locales, por el contrario la parroquia rural Once de Noviembre considera positivo el aporte recibido por parte de estas instituciones.
	73%	52%	
<b><i>Capacidad económica para crear un emprendimiento turístico.</i></b>	Limitados recursos económicos para invertir en emprendimientos turísticos.	Limitados recursos económicos para invertir en emprendimientos turísticos.	La escasez de fuentes de trabajo no permite que las personas tengan los suficientes recursos económicos para invertir en emprendimientos turísticos, más existe también personas que si cuentan con los recurso sin embargo, desconocen cómo crear dicho emprendimiento
	78%	61%	
	Capacidad económica pero desconocimiento acerca de la creación de emprendimientos turísticos.	Capacidad económica pero desconocimiento acerca de la creación de emprendimientos turísticos.	
	4,9%	4,3%	

CONTINÚA



<b>ASPECTOS DE VINCULACIÓN DE LA UFA- ESPE</b>			
<b>INDICADOR</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>ANALISIS</b>
<b>Conocimiento de los programas de la Universidad en beneficio de la colectividad</b>	Resultado Negativo  90%	Resultado Negativo  96%	Desconocimientos de más de la mitad de los dirigentes barriales de las dos parroquias sobre los programas de vinculación que oferta la institución.
<b>Participación de Dirigentes Barriales en programas de vinculación de la Universidad las Fuerzas Armadas ESPE?</b>	Resultado Negativo  88%	Resultado Negativo  95%	<p>Son pocas las personas que han participado en proyectos de vinculación de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, es evidente el desconocimiento por parte de las personas acerca de los mismos.</p> <p>Una de las razones conlleva a que tanto instituciones publicas como privadas no ha ofertado este tipo proyectos y menos aun dentro de las parroquias Mulaló Y Once de Noviembre, otra de las razones implica que los proyectos no han sido diseñados en base a las necesidades y requerimientos de las personas a las que van a beneficiar.</p>

CONTINÚA 

<b>Oferta de capacitaciones por la Universidad UFA ESPE</b>	Ninguno	80%	Ninguno	96%	Se evidencia la casi nula oferta de capacitaciones en materia turística por parte de la Universidad. Las limitaciones que presenta el sistema de vinculación en la UFA ESPE limita a su vez el nivel de impacto que se genera en la comunidad o sector atendido, dando como resultado la opaca participación de la misma y el elevado nivel de desconocimiento de su gestión.
	No relacionados con turismo	10%	No relacionados con turismo	4%	
<b>Nivel de participación de la Universidad UFA ESPE con el sector rural.</b>	Nulo	54%	Nulo	61%	Los dirigentes barriales de las parroquias rurales Mulaló y Once de Noviembre catalogan como nulo el nivel de participación de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.
	Bajo	34%	Bajo	26%	

CONTINÚA



<b><i>Aceptación para formar parte de un programa de vinculación para el desarrollo del sector turístico de la parroquia</i></b>	Resultado Positivo	90%	Resultado Positivo	100%	El primer paso para construir una idea de proyecto comunitario es contar con la aceptación y predisposición de las personas a las que dicho proyecto va a beneficiar en este caso los moradores de las parroquias rurales Mulaló y Once de Noviembre señalan que les gustaría formar parte de un programa de vinculación con la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, estos se encuentran animados y comprometidos pues están conscientes de las ventajas que dicho programa puede traer a su parroquia.
<b><i>Temas de capacitación</i></b>	Emprendimientos comunitarios. 95%	Emprendimientos comunitarios. 95%	Elaboración de planes de negocio turístico. 95%	Desarrollo de productos turísticos 85%	En el caso de la parroquia rural Mulaló los dirigentes barriales están dispuestos a recibir capacitaciones de este tipo solamente como complemento a proyectos turísticos diseñados para la parroquia caso contrario dichas capacitaciones en muchos de los casos fracasarían, por su parte la parroquia Once de Noviembre se muestra muy entusiasmada por recibir cualquier tipo de intervención.
	Ingles 90%	Conceptos y bases de turismo y turismo rural. 55%	Desarrollo de productos turísticos 85%	Calidad en los servicios turísticos 50%	
	Conceptos y bases de turismo y turismo rural. 65%				

CONTINÚA



<b>Proyectos para la parroquia</b>	Creación de un centro comunitario que brinde actividades turísticas relacionadas con los atractivos y actividades productivas de la zona.	Creación de un centro comunitario que brinde actividades turísticas relacionadas con los atractivos y actividades productivas de la zona.	Los Dirigentes barriales de las parroquias rural Mulaló y Once de Noviembre consideran que la mejor alternativa para dinamizar el turismo en la zona es la creación un centro comunitario que brinde actividades turísticas relacionadas con los atractivos y actividades productivas de la zona, así como también un buen porcentaje considera que una buena iniciativa seria la implementación de un centro de asesoramiento turístico en las instalaciones de la Universidad ESPE, en el que se brinde toda la información y el asesoramiento adecuado para quien desee iniciar cualquier tipo de actividad relacionada con el turismo.
	95%	95%	
	Creación de un centro de asesoramiento turístico en las Instalaciones de la Universidad ESPE	Creación de un centro de asesoramiento turístico en las Instalaciones de la Universidad ESPE	
	65%	80%	
<b>Objetivos de vinculación.</b>	Proyectos de emprendimiento turístico bajo la asistencia e involucramiento del sector empresarial, la universidad y los gobiernos locales	Proyectos turísticos emprendimiento bajo la asistencia e involucramiento del sector empresarial, la universidad y los gobiernos locales	Casi la totalidad de Dirigentes barriales coinciden en que el resultado de la vinculación entre la Universidad y su parroquia sea el diseño y ejecución de proyectos turísticos bajo la asistencia e
	95%	90%	

CONTINÚA



Asesoramiento continuo sobre los proyectos planteados	70%	Capacitaciones permanentes sobre los proyectos planteados	85%	involucramiento tanto de la universidad, gobiernos locales y obviamente de la población, cabe recalcar que los habitantes de las parroquias desean que dichos proyectos cuenten con un plan de ejecución, es decir que tanto la universidad como los gobiernos locales propongan proyectos ya establecidos mismos que logren potencializar los recursos del sector y que hayan sido previamente consultados y aprobados por la población.
Capacitaciones permanentes sobre los proyectos planteados	40%	Asesoramiento continuo sobre los proyectos planteados	55%	

**LIDERAZGO Y RELACIÓN COMUNITARIA**

<i>INDICADOR</i>	<i>PORCENTAJE</i>	<i>PORCENTAJE</i>	<i>ANALISIS</i>
<b>Capacidad de Liderazgo</b>	Resultado Positivo  98%	Resultado Positivo  100%	Las ganas de mejorar la calidad de vida de sus habitantes, permite que la mayoría de los dirigentes se consideren altamente capacitados para estar al frente de un grupo de personas con el fin de trabajar en beneficio de su parroquia.

**CONTINÚA** 

<b>Relación comunitaria</b>	Muy buena	Muy buena	Es indispensable conocer el comportamiento social entre sus individuos así como valorar las estructuras de liderazgo dentro del territorio con la finalidad de validar el éxito del mismo ya que este tipo de proyectos se caracterizan por la cooperación e intervención de toda la comunidad cuyo comportamiento debe caracterizarse por una convivencia de paz y armonía entre pobladores lo que facilita enormemente emprender proyectos comunitarios, en el caso de las parroquias Mulaló y Once de Noviembre que se trata de poblaciones que mantiene condiciones bastante favorables en cuanto a buenas relaciones entre pobladores se trata.
	76%	52%	

**Fuente:** Trabajo de campo

### 3.2.5. Interpretación y análisis de la muestra aplicada a turistas Extranjeros

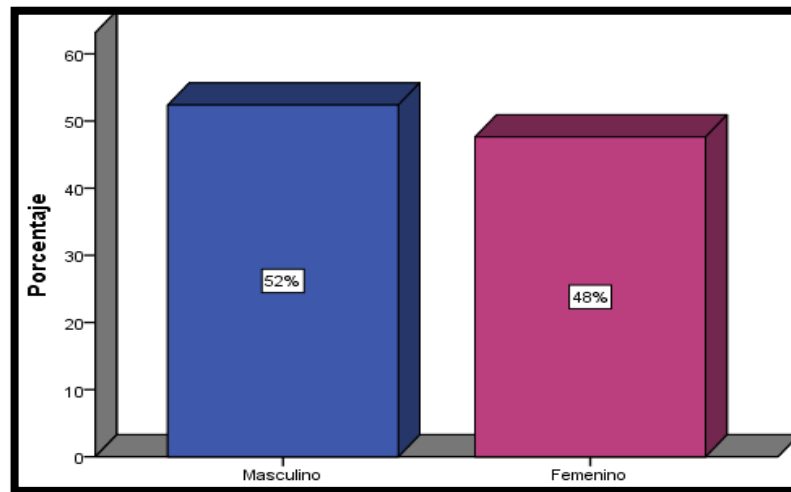
#### TURISTAS EXTRANJEROS QUE VISITAN EL PARQUE NACIONAL COTOPAXI

La encuesta fue aplicada a 105 Turistas Extranjeros que visitaron el Parque Nacional Cotopaxi, en base al resultado obtenido en el cálculo de la muestra.

**Tabla 123**

#### Genero

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Masculino	55	52,4
	Femenino	50	47,6
	Total	105	100,0



**Figura 108. Genero**

**Análisis:** De acuerdo a los resultados arrojados en las encuestas aplicadas a los turistas extranjeros se concluye que la mayoría de personas que acuden al Parque Nacional Cotopaxi son de sexo masculino con un porcentaje del 52% en relación al 48% que pertenecen al sexo femenino tomando como base una muestra de 105 personas encuestadas.

**Interpretación:** Como es posible observar el porcentaje de hombres y mujeres es casi similares es decir tanto hombres como mujeres adquieren presentan un importante interés por visitar el Parque Nacional Cotopaxi, este resultado influye al momento de elaborar las características de los proyectos que deberán estar dirigidos a estos dos grupos potenciales.



Tabla 124

## Edad

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	De 18 a 20 años	1	1,0
	De 21 a 30 años	24	22,9
	De 31 a 40 años	72	68,6
	De 41 a 50 años	8	7,6
	Total	105	100,0

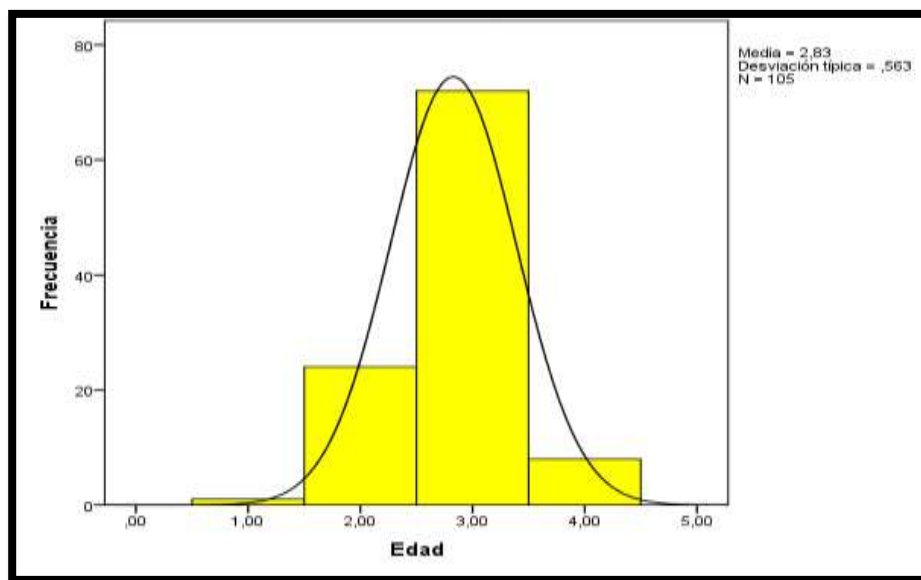


Figura 109. Edad

## Análisis

La edad de las personas que acuden a este lugar turístico oscila de entre los 18 a 50 años de edad, hay familias que acuden a este sitio con jóvenes menores de 15 años sin embargo su número es reducido por tal motivo se ha tomado como referencia las edades antes mencionadas es así que los resultados arrojan que 67% de los encuestados corresponde aquellas personas de entre 31 a 40 años, por su parte el 22% oscila de entre 21 a 31 años de edad, así mismo el 8% lo conforman las personas de entre 41 a 50 años mientras que tan solo el 1% corresponde a turistas de entre 18 a 20 años.

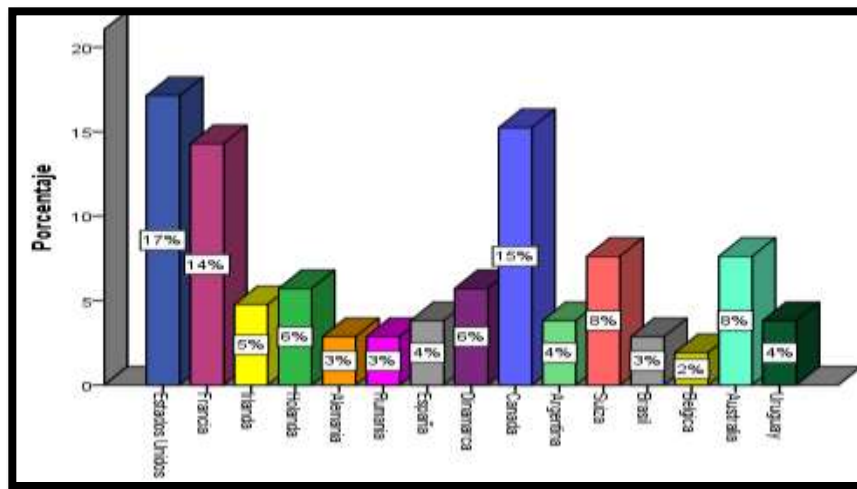
## Interpretación

Es indispensable conocer el perfil del turista ya que es la base que permite identificar el segmento de mercado al que se va a dirigir el destino a desarrollar y potencializar la oferta turística, en el caso de las personas que visitan el Parque Nacional Cotopaxi su edad oscila de entre los 18 a 50 años teniendo mayor inclinación hacia aquellas que se encuentran entre los 21 a 40 años que suman un porcentaje importante de visitas siendo este del 89%.

Tabla 125

## País de origen

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Estados Unidos	18	17,1
	Francia	15	14,3
	Irlanda	5	4,8
	Holanda	6	5,7
	Alemania	3	2,9
	Rumania	3	2,9
	España	4	3,8
	Dinamarca	6	5,7
	Canadá	16	15,2
	Argentina	4	3,8
	Suiza	8	7,6
	Brasil	3	2,9
	Bélgica	2	1,9
	Australia	8	7,6
	Uruguay	4	3,8
	Total	105	100,0



Figura

## País de origen

110.

**Análisis :** De acuerdo a las encuestas aplicadas a los turistas extranjeros que visitan el Parque Nacional Cotopaxi se determina que las personas provenientes de Estados Unidos registra un mayor número de visitantes al Destino con un porcentaje 17% así mismo con el 15% los turistas provenientes de Canadá, por su parte el 14% señalan ser de Francia, con porcentajes menores se encuentra Suiza con el 8%, Australia también con el 8%, Holanda y Dinamarca con el 6%, Irlanda con el 5%, España Argentina y Uruguay con el 4%, Alemania, Rumania y Brasil con el 3% y Bélgica con el 2%.

**Interpretación:** Los países que mantienen un mayor número de visitas al Parque Nacional Cotopaxi son Estados Unidos, Canadá y Francia seguidos de Suiza, Australia, Holanda y Dinamarca, siendo principalmente estos países de América del Norte y los países Europeos parte los que visitan en mayor escala el país.

Tabla 126

## Estado civil

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Casado/a	48	45,7
	Soltero/a	56	53,3
	Divorciado/a	1	1,0
	Total	105	100,0

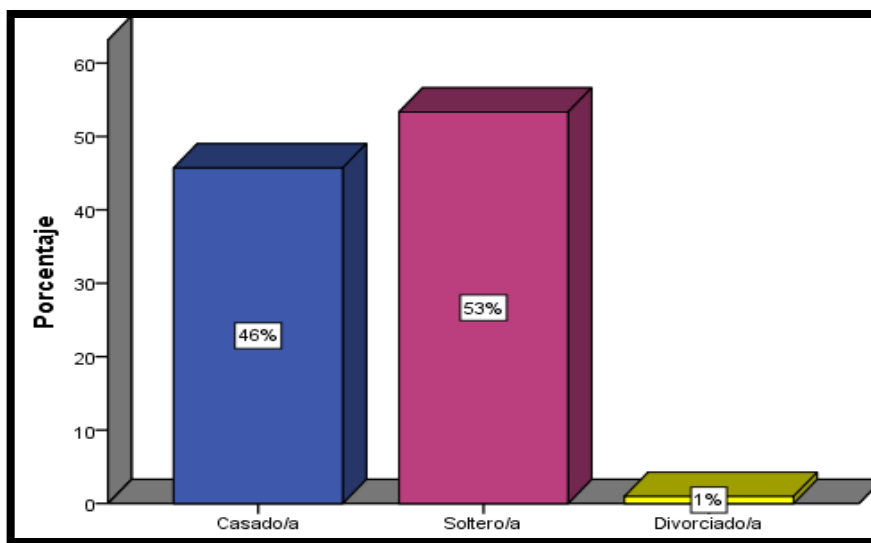


Figura 111. Estado civil

## Análisis

De acuerdo al resultado de las encuestas se determina que el 53% de las personas que visitan el Parque Nacional Cotopaxi se encuentran solteros, el 46% casado y el 1% son personas divorciadas.

## Interpretación

Al Parque Nacional Cotopaxi acuden personas de todo tipo de estado civil por lo que este no es un limitante a la hora de identificar el perfil del turista.

Tabla 127

### Nivel de ingresos

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Alto: mayor a 700 dólares mensuales	84	80,0
	Medio: de 400 a 700 dólares mensuales	19	18,1
	Bajo: menor a 400 dólares mensuales	2	1,9
	Total	105	100,0

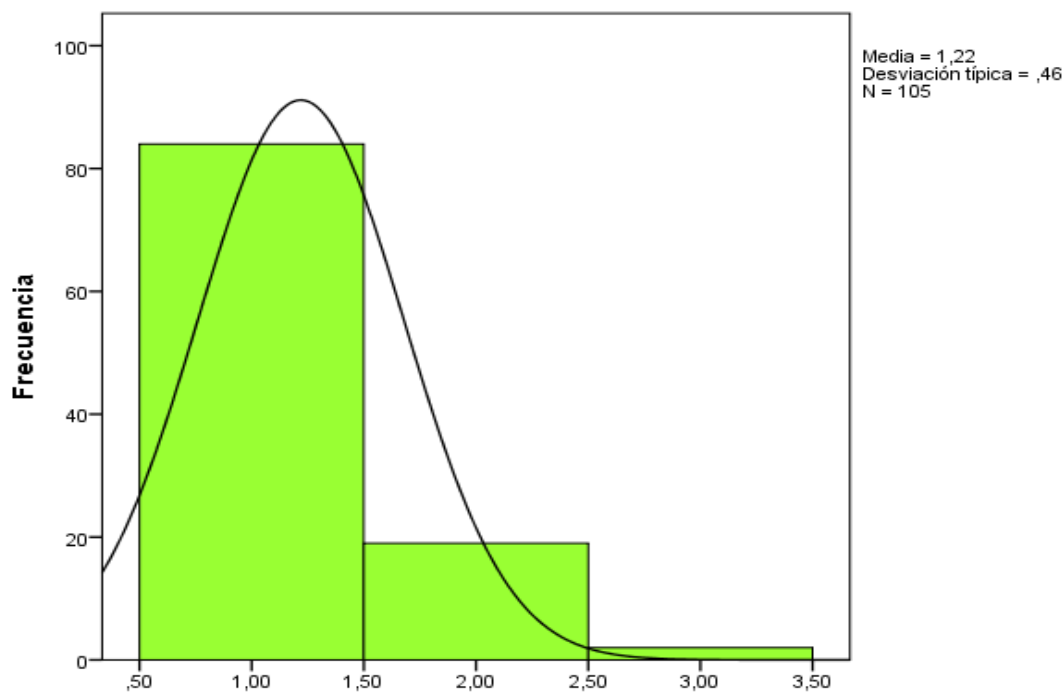


Figura 112. Nivel de ingresos

### Análisis

De acuerdo a los resultados arrojados en las encuestas aplicadas a los turistas extranjeros es posible identificar que el 80% de los mismos mantiene ingresos superiores a los 700 dólares, por su parte el 18% señala que percibe ingresos de entre 400 a 700 dólares mensuales mientras que tan solo el 2% percibe ingresos mensuales inferiores a los 400 dólares.

### Interpretación

Los ingresos mensuales de los turistas son indicadores que permiten establecer tarifas prudenciales en los destinos turísticos y en las actividades que se desarrollan a su alrededor de acuerdo a las posibilidades económicas de los visitantes, el perfil económico del turista que visita el Parque Nacional Cotopaxi es alto en base al resultado obtenido en la encuestas aplicadas.

Tabla 128

## Principal destino de viaje de los visitantes en Cotopaxi

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Volcán Cotopaxi	76	72,4
	Área Nacional de Recreación el Boliche	6	5,7
	Ciudad de Latacunga	3	2,9
	Recorrido en Tren	17	16,2
	Otros	3	2,9
	Total	105	100,0

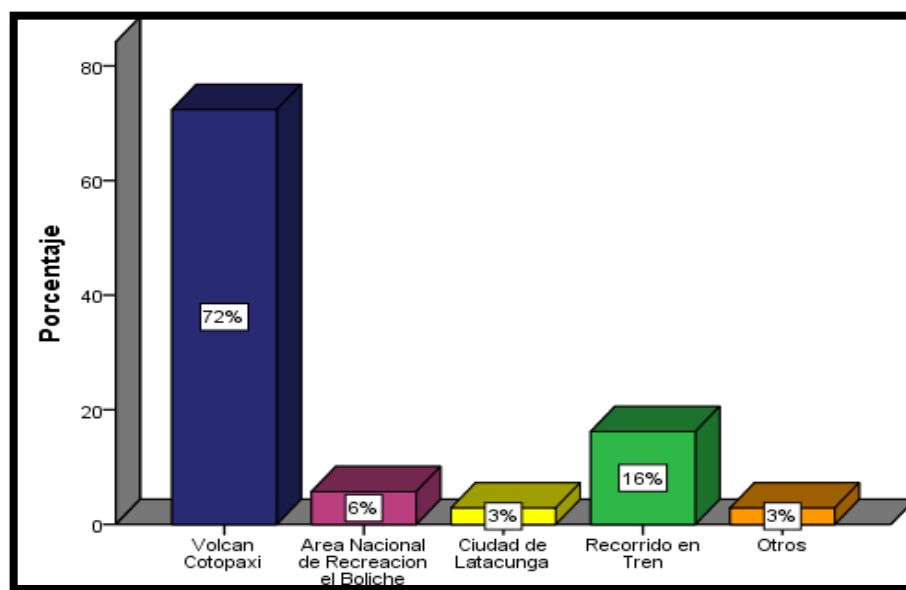


Figura 113. Principal destino de viaje de los visitantes en Cotopaxi

## Análisis

De acuerdo a los resultados arrojados en la encuestas aplicadas el principal destino de viaje de los turistas que visitan la provincia de Cotopaxi es el volcán denominado con el mismo nombre, así lo manifiesta el 72% de los encuestados, por su parte el 16% llega atraído por el recorrido en tren que transita por el lugar, así mismo un 6% señala que su principal destino de viaje es el Área Nacional de Recreación el Boliche, el 3% manifiesta que llegó con el fin de conocer la ciudad de Latacunga, mientras que el también con el 3% se encuentran los turistas que señalaron tener otros destinos de viaje.

## Interpretación

La oferta que mueve mayor demanda de turistas extranjeros dentro de la provincia es la visita al Volcán Cotopaxi, siendo este el principal destino de atracción de los visitantes.

Tabla 129

## Principales razones para visitar el lugar

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Observación de flora y fauna	2	1,9
	Participar en actividades agrícolas y ganaderas.	6	5,7
	Descanso y recreación	22	21,0
	Disfrutar paisaje y naturaleza	3	2,9
	Práctica de deportes	28	26,7
	Conocer lugares y experiencias nuevas	44	41,9
	Total	105	100,0

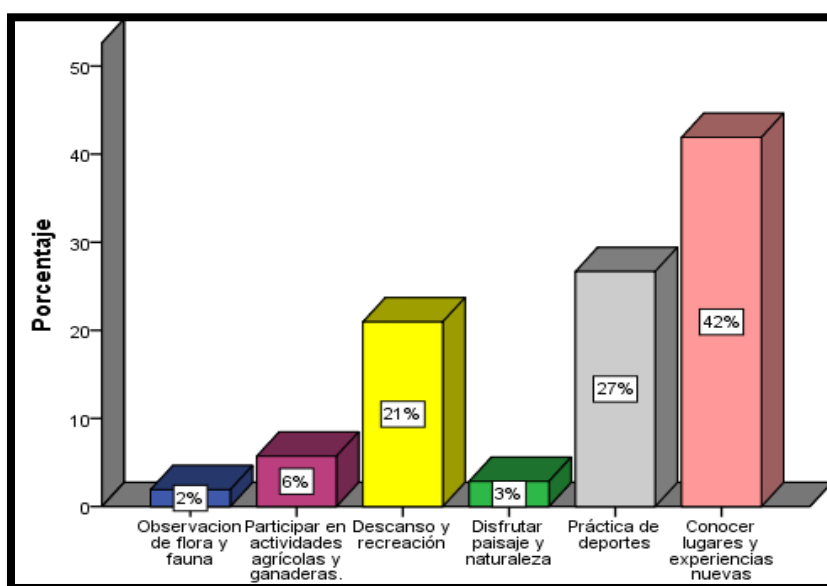


Figura 114. Principales razones para visitar el Lugar

**.Análisis:** De acuerdo a los resultados arrojados en la encuestas se determina que el 42% de las personas que visita el sitio acudieron a este principalmente para conocer lugares y experiencias nuevas, por su parte el 26% de las personas encuestadas viajo con el interés de practicar los deportes que se ofertan en el sitio, el 21% lo hizo por concepto de descanso y recreación, el 5% con el fin de participar en actividades agrícolas y ganaderas, el 2% para disfrutar del paisaje y la naturaleza, mientras que el 2% llega atraído por la observación de flora y fauna.

**Interpretación:** La razón principal que motiva a los turistas a visitar el Parque Nacional Cotopaxi se encamina hacia el hecho de conocer nuevos lugares turísticos y que estos les puedan brindar experiencias diferentes y especiales en su viaje.

Al parecer el turista actual está presto a recibir lo que el destino que visita le pueda ofrecer pero que marque en ellos una experiencia significativa y memorable.

Tabla 130

## Frecuencia de visita

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	1 a 2 veces	93	88,6
	2 a 3 veces	12	11,4
	Total	105	100,0

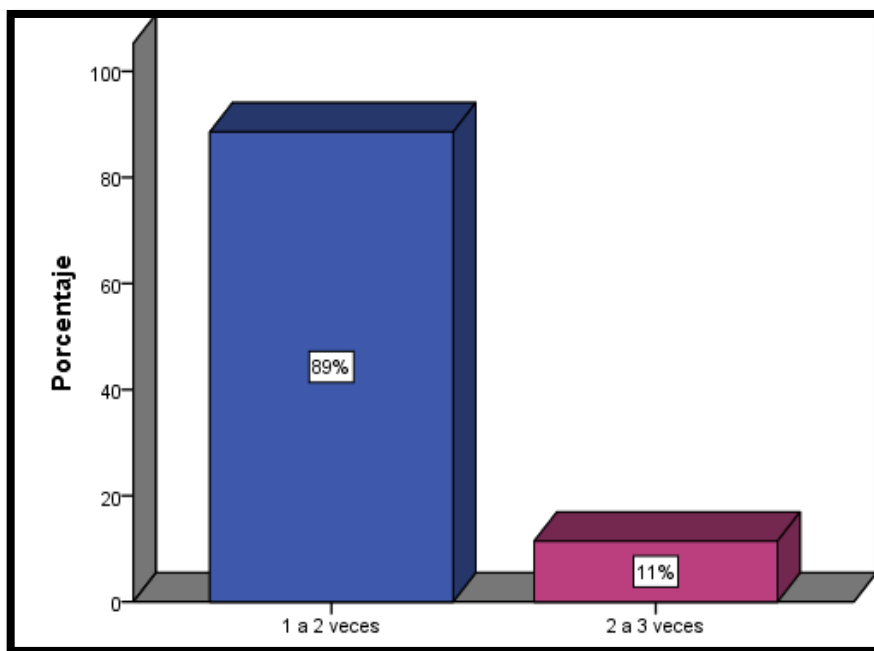


Figura 115. Frecuencia de visita

## Análisis

El 87% de las personas que visitan el Parque Nacional Cotopaxi señala que ha visitado el sitio de una a dos veces, mientras que el 11% la ha visitado de dos a tres veces, esto de acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas.

## Interpretación

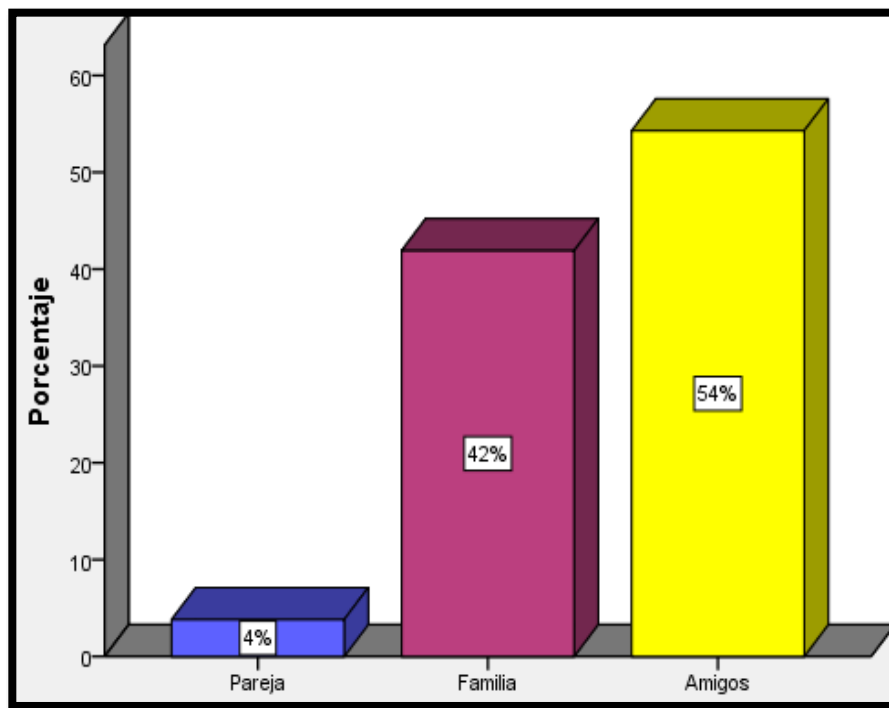
El 87% de las personas que visitan el Parque Nacional Cotopaxi señala que ha visitado el sitio de una a dos veces, es decir existe una limitada frecuencia de retorno por tal motivo el atractivo no se ha consolidado como “Destino Preferido” para los turistas extranjeros, caso contrario hubiese mayor frecuencia de visitas al sitio, de acuerdo a los resultados arrojados en los demás indicadores de la presente encuesta es posible concluir que las razones por las que los turistas en su mayoría no regresan al lugar es la poca diversidad de actividades en el sitio y lo poco representativas que estas significaron en la experiencia de los visitantes, a eso se suma la débil conectividad hacia el atractivo y la falta de un centro de información turística que facilite al turista llegar a los atractivos de manera oportuna.

Tabla 131

## Composición del grupo

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Pareja	4	3,8
	Familia	44	41,9
	Amigos	57	54,3
	Total	105	100,0

116.



Figura

Composición del grupo

## Análisis

El 54% de los turistas que visitan el Parque Nacional Cotopaxi viajan en grupos compuestos por amigos esto según las encuestas realizadas en el sitio, por su parte el 42% señala que ha viajado con su familia, mientras que tan solo el 4% manifiesta haber viajado con su pareja.

## Interpretación

De acuerdo al análisis de las encuestas aplicadas a este grupo, se concluye que se trata de turistas que se movilizan por lo general en grupo principalmente compuesto de amigos y/o familiares.



Tabla 132

## Permanencia promedio

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Un día sin pernoctar	41	39,0
	De 2 a 3 días	62	59,0
	De 4 a 7 días	2	1,9
	Total	105	100,0

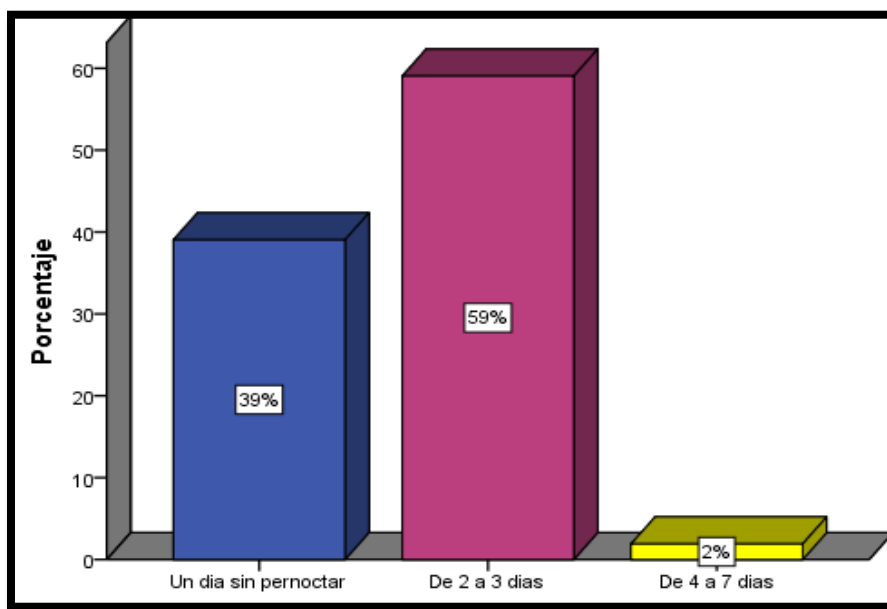


Figura 117. Permanencia promedio

## Análisis

De acuerdo a los resultados arrojados en las encuestas aplicadas a los turistas extranjeros se determina que el 59% permanecerá en el sitio de dos a tres días por su parte el 39% señala que visita el sitio sin pernoctar, mientras que tan solo el 2% ha decidido quedarse en el sitio de 4 a 7 días.

## Interpretación

Es importante conocer la permanencia promedio de los turistas en el sitio ya que representa el gasto promedio total de los mismos en el lugar, la permanencia de las personas que visitan el Parque Nacional Cotopaxi determina que el 59% de los turistas permanecen en el lugar de dos a tres días, de igual manera un porcentaje considerable señala visitar el lugar sin realizar estadía alguna, el promedio de permanencia en el sitio es relativamente bajo sin embargo se podría incrementar con la implementación de nuevas ofertas turísticas a los alrededores del Destino con la finalidad de incrementar el gasto per cápita en el sector.

Tabla 133

## Modalidad de viaje

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Contrate un paquete turístico en una agencia de turismo previo a mi viaje	14	13,3
	Viaje de manera independiente pero para llegar al atractivo contrate un operador turístico	67	63,8
	Me movilice de manera particular durante todo mi viaje	24	22,9
	Total	105	100,0

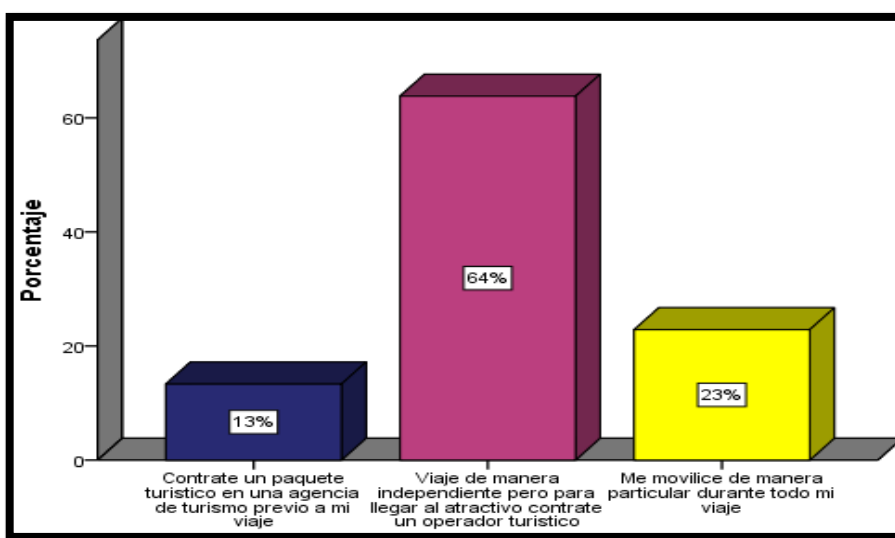


Figura 118. Modalidad de viaje

## Análisis

El 64% turistas extranjeros que visitan el Parque Nacional Cotopaxi viaja al país de manera independiente pero señala que para llegar al atractivo ha tenido que solicitar el servicio de un operador turístico, por su parte el 23% señala que se movilizó de manera independiente durante todo su viaje, mientras que el 13% contrató un paquete turístico previo a su viaje.

## Interpretación

En el caso de los turistas que visitan el Parque Nacional Cotopaxi se visualiza que el 69% de los mismos han viajado de manera independiente hasta el país o ciudad más cercana al atractivo y una vez ahí han solicitado el soporte de un operador turístico para ingresar al atractivo, estos resultados pueden conducir a dos razones principales la primera puede deberse a que el turista solicita el servicio de un operador de turismo porque requiere los equipos necesarios que estos poseen para realizar los conocidos ascensos al volcán Cotopaxi así como la asistencia de un guía que conduzca estas actividades, mientras que la segunda puede estar estrechamente relacionada a las inadecuadas facilidades que se ofrecen al turista para que pueda llegar de manera independiente al lugar tales como de conexión e información turística.

Tabla 134

## Preferencia en el tipo de establecimientos de hospedaje

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Hotel	16	15,2
	Hostería	36	34,3
	Pensiones	12	11,4
	Ninguno	41	39,0
	Total	105	100,0

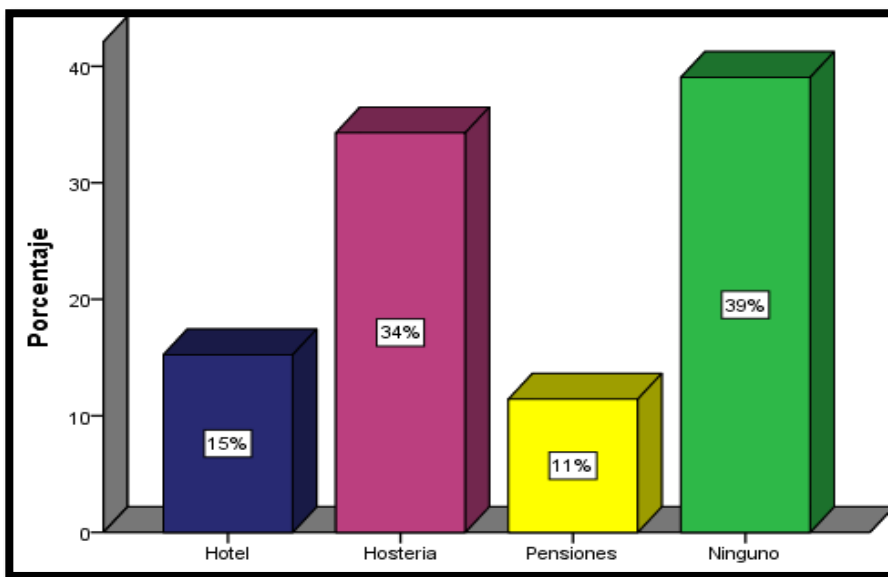


Figura 119. Preferencia en el tipo de establecimientos de hospedaje

**Análisis**

Las hosterías es el tipo de alojamiento de preferencias de los personas que visitan el Parque Nacional Cotopaxi así lo señala el 34% de los turistas encuestados, por su parte el 15% menciona que ha escogido un hotel, mientras que el 11% prefiere las pensiones como lugar de alojamiento.

**Interpretación**

Del 61% de turistas que deciden quedarse en el sitio a pasar por lo menos una noche, el 34% escogió alojarse en hosterías, recordando que las mismas se encuentran a distancias menores del atractivo podría decirse que los visitantes prefieren pernoctar en lugares que se encuentren lo más cerca posible al atractivo que visitan, por su parte se observa un tendencia hacia los establecimientos no convencionales quizá en busca de experiencias distintas a las ofertas tradicionales de los países desarrollados a los que pertenecen.

Tabla 135

## Ubicación del alojamiento

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	En los alrededores del Parque Nacional Cotopaxi	37	35,2
	En la ciudad de Latacunga	28	26,7
	Ninguno	40	38,1
	Total	105	100,0

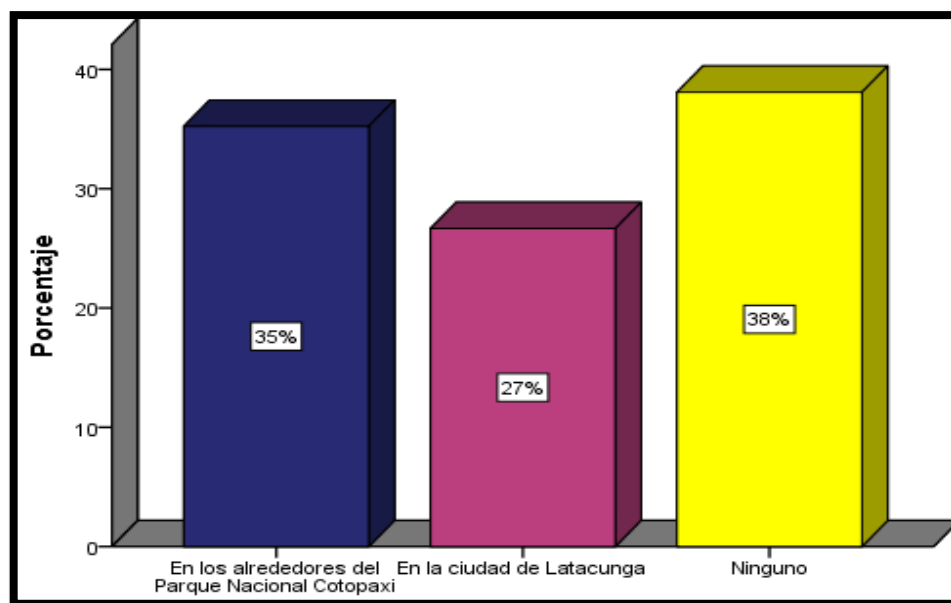


Figura 120. Ubicación del alojamiento

## Análisis

El lugar de alojamiento del 35% de los turistas extranjeros se encuentra a los alrededores del Parque Nacional Cotopaxi, esto en base a los resultados arrojados en las encuestas realizadas a este grupo de viajeros, por su parte el 27% señala que su lugar de alojamiento se encuentra en la ciudad de Latacunga.

## Interpretación

Del 61% de turistas que deciden quedarse en el sitio a pasar por lo menos una noche, el 35% lo hizo en los alrededores del Parque Nacional Cotopaxi podría decirse que los visitantes prefieren pernoctar en lugares que se encuentren lo más cerca posible al atractivo que visitan, sin embargo existe un importante porcentaje de personas que se ven atraídos a pasar su estadía en la ciudad de Latacunga.

Tabla 136

## Oferta de hospedaje

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	31	29,5
	No	64	61,0
	S/R	10	9,5
	Total	105	100,0

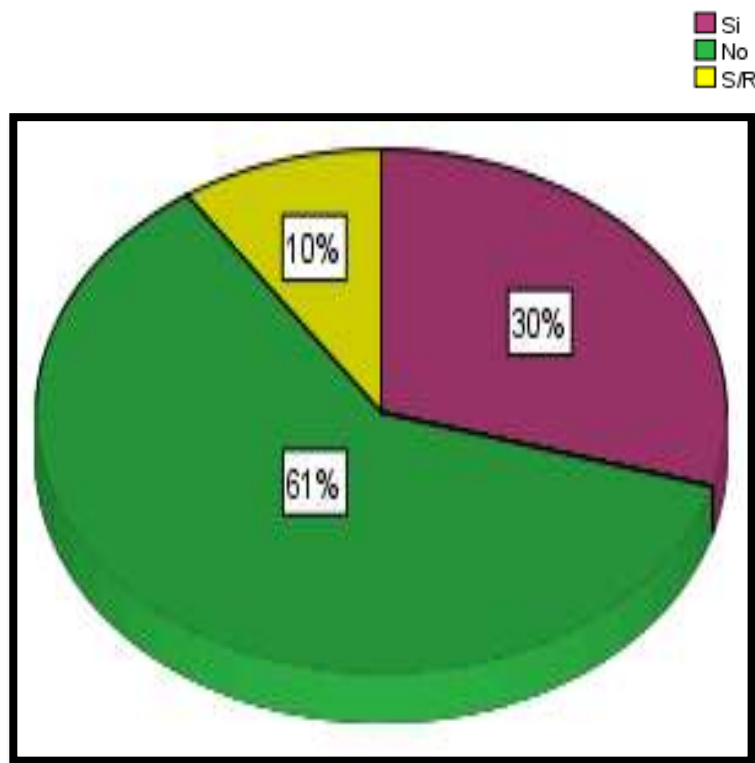


Figura 121. Oferta de hospedaje

**Análisis**

El 61% de los turistas extranjeros encuestados considera que no existen suficientes establecimientos de hospedaje cercanos al atractivo, mientras que el 30% manifiesta lo contrario.

**Interpretación**

Un porcentaje importante de turistas extranjeros considera que no existen suficientes establecimientos de hospedaje cercanos al atractivo.

Tabla 137

## Servicio de los establecimientos de hospedaje

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Muy bueno (Especialmente bueno, ambientado, de lujo)	5	4,8
	Bueno (Especialmente aceptable, bonito, algo de lujo)	50	47,6
	Regular (Suficiente, servicios básicos completos, sin lujo)	9	8,6
	S/R	41	39,0
	Total	105	100,0

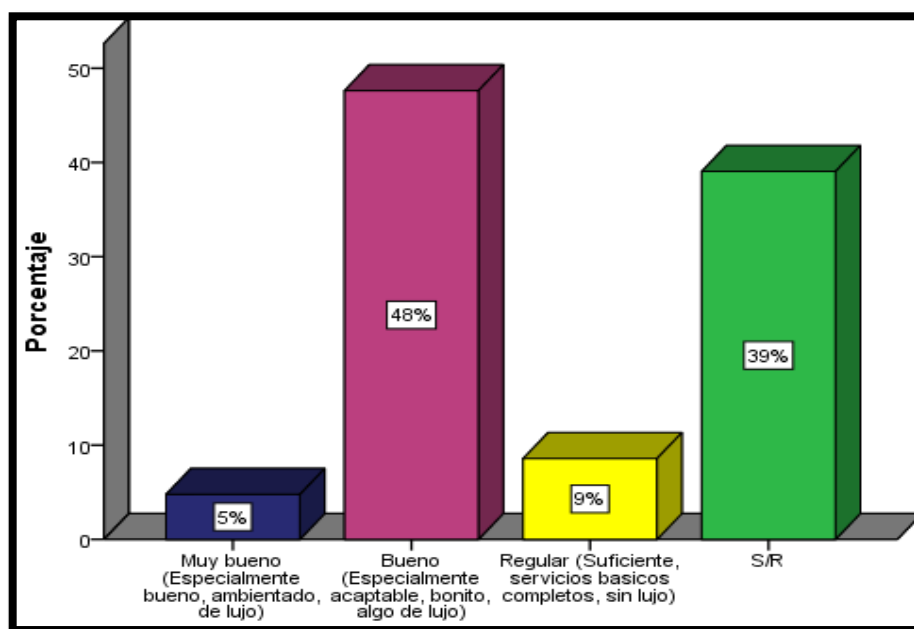


Figura 122. Servicio de los establecimientos de hospedaje

## Análisis

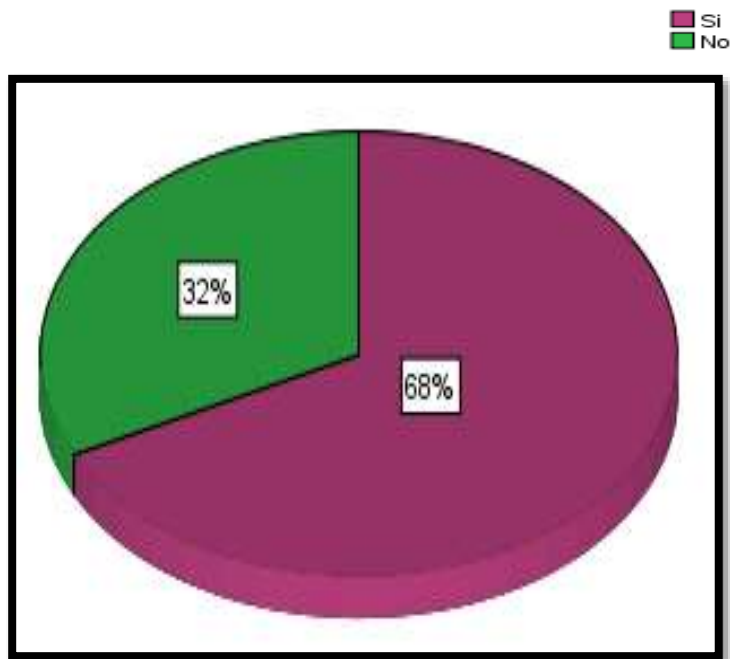
De acuerdo a las encuestas aplicadas a los turistas extranjeros que visitan el Parque Nacional Cotopaxi se concluye que el 48% de estos considera que el servicio del o los establecimientos en los que se hospedó es "Bueno", Por su parte el 9% la considera "Regular", mientras que el 5% la cataloga como "Muy bueno".

## Interpretación

En términos generales es posible catalogar al servicio de los establecimientos de hospedaje ofertados en los alrededores del Parque Nacional Cotopaxi y en la ciudad de Latacunga como "Bueno" entendiendo a esta denominación como aquellos establecimientos con características especialmente aceptables, bonitos y con algo de lujo.

**Tabla 138****Oferta de Establecimientos de Alimentación**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	71	67,6
	No	34	32,4
	Total	105	100,0

**Figura 123. Oferta de Establecimientos de Alimentación****Análisis**

El 68% de los turistas extranjeros encuestados considera que si existen suficientes establecimientos de alimentación cercanos al atractivo, mientras que el 32% manifiesta lo contrario.

**Interpretación**

Un porcentaje importante de turistas extranjeros considera que si existen suficientes establecimientos de alimentación cercanos al atractivo, sin embargo este porcentaje debe ser comparado con la finalidad de determinar si el servicio que estos ofertan cubren las expectativas de los turistas.

Tabla 139

## Servicio de los establecimientos de alimentación

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Bueno (Especialmente aceptable, bonito, algo de lujo)	39	37,1
	Regular (Suficiente, servicios básico completos, sin lujo)	61	58,1
	Malo (Insuficiente, servicios básico limitados)	5	4,8
	Total	105	100,0

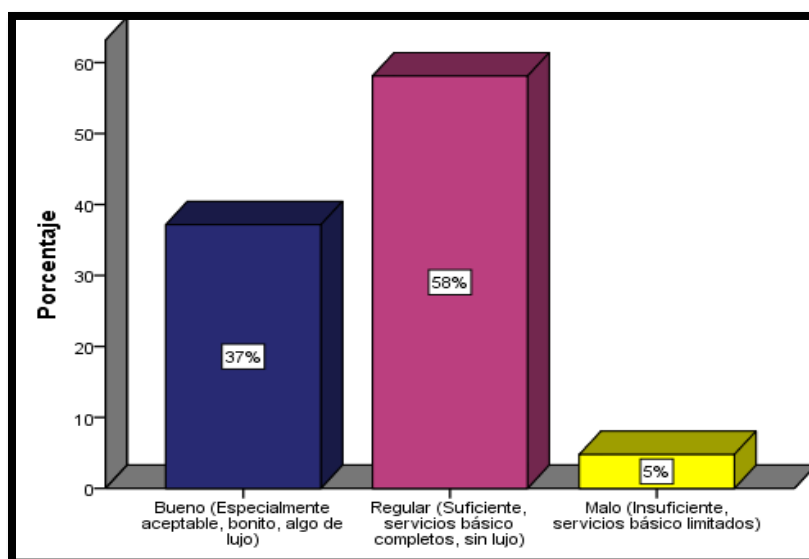


Figura 124. Servicio de los establecimientos de alimentación

## Análisis

De acuerdo a las encuestas aplicadas a los turistas extranjeros que visitan el Parque Nacional Cotopaxi se concluye que el 58% de estos considera que el servicio del o los establecimientos de alimentación que visito es “Regular”, Por su parte el 37% lo considera “Bueno”, mientras que el 5% lo cataloga como “Malo”.

## Interpretación

Los alrededores del Parque Nacional Cotopaxi se encuentran poblados de establecimientos de alimentación con dos características marcadas según los turistas extranjeros, primero están aquellos establecimientos considerados como “Suficientes, con servicios básicos completos y sin lujo” y en segundo lugar por los que son considerados como “Especialmente aceptables, bonitos y con algo de lujo”.



Tabla 140

## Tipo de transporte utilizado

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Transporte turístico	78	74,3
	Transporte publico	22	21,0
	Vehículo rentado	5	4,8
	Total	105	100,0

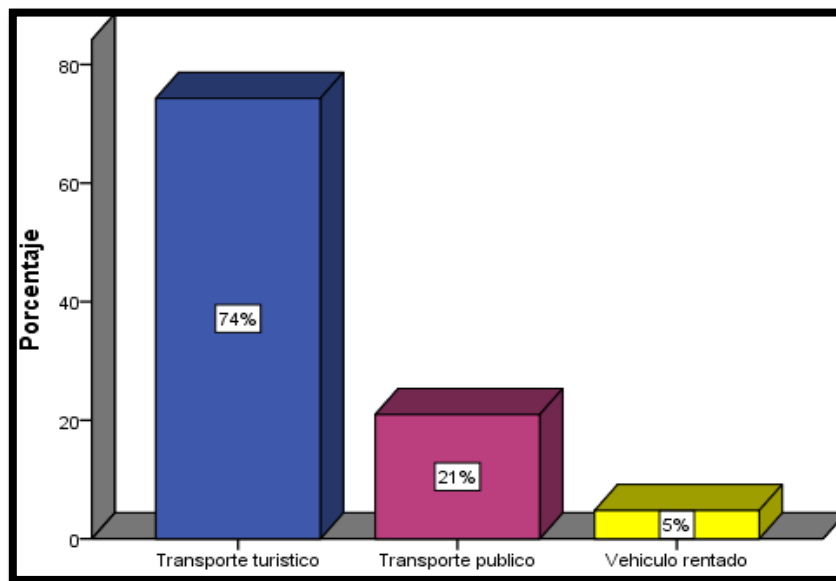


Figura 125. Tipo de transporte utilizado

## Análisis

De acuerdo a las encuestas aplicadas a los turistas extranjeros que visitan el Parque Nacional Cotopaxi se concluye que el 74% de estos utilizaron transporte turístico para ingresar y movilizarse en el sitio, por su parte el 21% optó por el transporte público, mientras que el 5% decidió rentar un vehículo.

## Interpretación

En la actualidad la accesibilidad que tienen los turistas a los atractivos turísticos en relación con el transporte sigue siendo un tema de preocupación ya que significa uno de los principales factores que de cierta manera imposibilita un mayor flujo de turistas al sitio de manera acertada, ordenada y sincronizada, el 74% de los turistas contrata el servicio de transporte turístico de manera casi obligatoria ya que existen dificultades para acceder a los mismos de forma independiente y aunque se puede hacer, representa una mayor dificultad para el turista, se puede llegar a esta conclusión ya que el 67% de los turistas viajó de manera independiente pero para llegar al atractivo tuvieron que contratar un operador turístico a eso se suma que el 100% de los encuestados considera necesario implementar un sistema de transporte público articulado a los atractivos con la finalidad de optimizar su viaje.

Tabla 141

## Características positivas

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Los Atractivos Turísticos	55	52,4
	Las Actividades Turísticas	16	15,2
	El paisaje del lugar	18	17,1
	Las empresas productivas del sector	6	5,7
	La amabilidad de su gente	10	9,5
Total		105	100,0

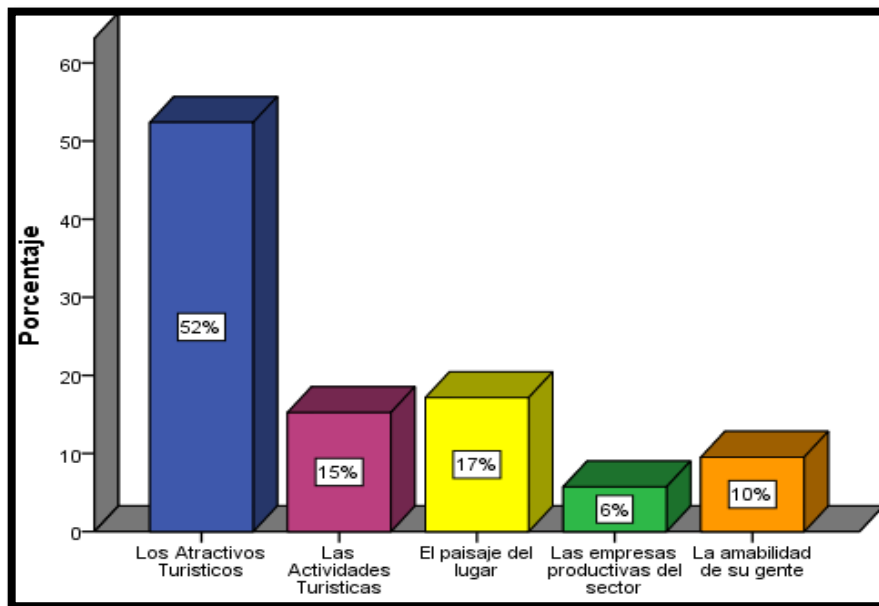


Figura 126. Características positivas

## Análisis

De acuerdo a las encuestas aplicadas a los turistas extranjeros que visitan el Parque Nacional Cotopaxi se concluye que al 52% lo que más le gusta de su visita fueron los Atractivos Turísticos, por su parte al 17% le llamó la atención el paisaje del lugar, al 15% le gustaron más las actividades turísticas que se realizan en el sitio, al 10% la amabilidad de la gente, mientras que al 6% les llamó la atención las empresas productoras del sector.

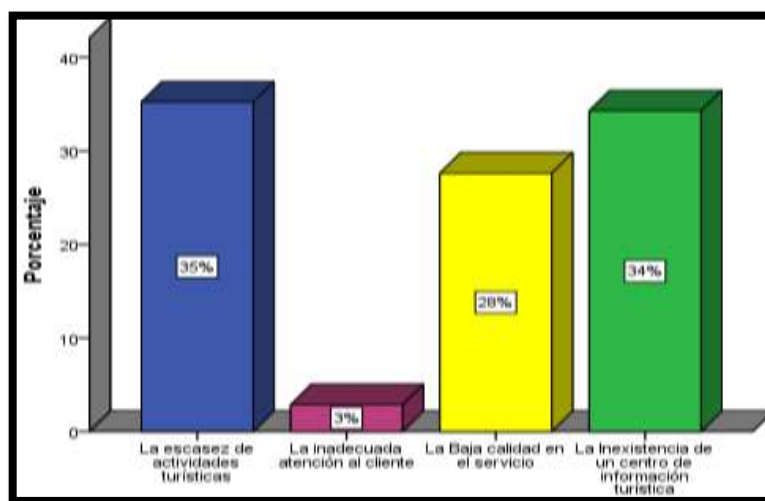
## Interpretación

Sin duda los atractivos turísticos son lo que más le gusta al turista cuando visita el lugar.

Tabla 142

**Características negativas**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	La escasez de actividades turísticas	37	35,2
	La inadecuada atención al cliente	3	2,9
	La Baja calidad en el servicio	29	27,6
	La Inexistencia de un centro de información turística	36	34,3
Total		105	100,0

**Figura 127. Características negativas****Análisis:**

De acuerdo a las encuestas aplicadas a los turistas extranjeros que visitan el Parque Nacional Cotopaxi se concluye que al 35% lo que más les disgustó de su visita fue la escasez de actividades turísticas, por su parte al 34% la inexistencia de un centro de información turística, al 28% le disgustó la baja calidad de los servicios, mientras que al 3% les disgustó la inadecuada atención al cliente.

**Interpretación:**

Un dato interesante que resulta del análisis de las encuestas aplicadas a los turistas extranjeros establece que lo que más les disgustó de su viaje o su desconformidad principal con el mismo radica en la escasez de actividades turísticas, seguido por la inexistencia de un centro de información turística esto teniendo en cuenta que el 87% de personas ha viajado de manera independiente y la información para este tipo de visitantes es fundamental para acceder a los atractivos de interés, es importante también alcanzar un nivel más alto del servicio ya que existen índices de desconformidad entorno al mismo y aunque no se trata de un porcentaje tan elevado el objetivo es reducir al máximo el descontento de las personas por factores como estos con la finalidad de potencializar el o los destinos e incrementar la permanencia promedio de los turistas que actualmente va desde los dos a tres días solamente.

Tabla 143

## Promedio de gasto diario

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	De 50 a 60 dólares por día	10	9,5
	De 71 a 80 dólares por día	5	4,8
	De 91 a 100 dólares por día	23	21,9
	Más de 100 dólares por día	67	63,8
	Total	105	100,0

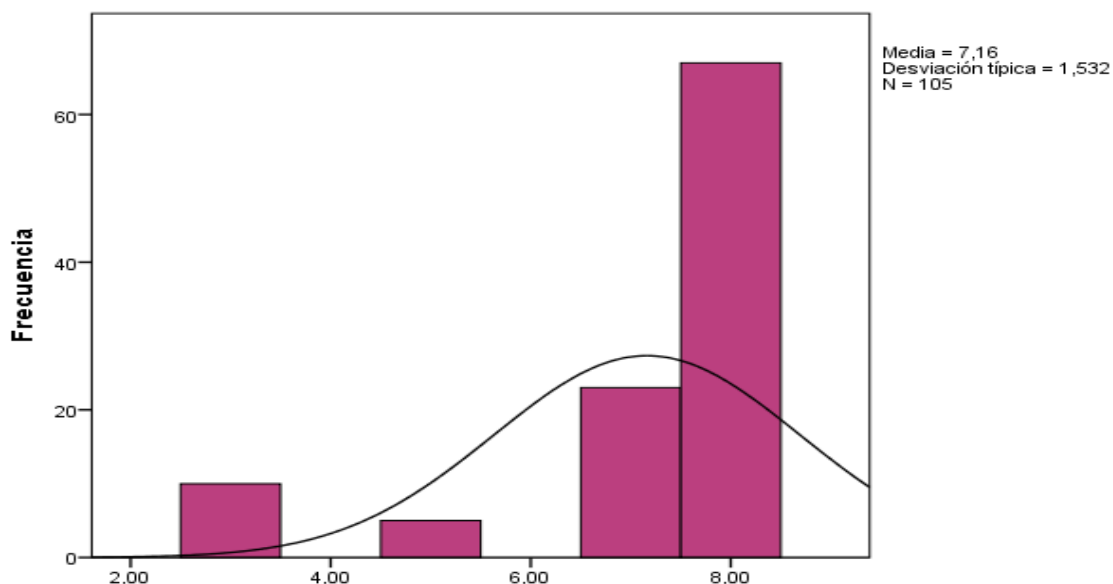


Figura 128. Promedio de gasto diario

## Análisis

De acuerdo a las encuestas realizadas a los turistas extranjeros que visitan el Parque Nacional Cotopaxi se determina que el 64% de los mismos usualmente gasta en alimentación, hospedaje y recreación un promedio por persona de más de 100 dólares diarios, por su parte el 22% corresponde aquellas personas cuyo gasto varía de entre 91 a 100 dólares, así mismo con el 10% se encuentran las personas cuyo promedio de gasto va de entre 50 a 60 dólares, mientras que el 5% mantiene un gasto promedio de entre 71 a 80 dólares.

## Interpretación

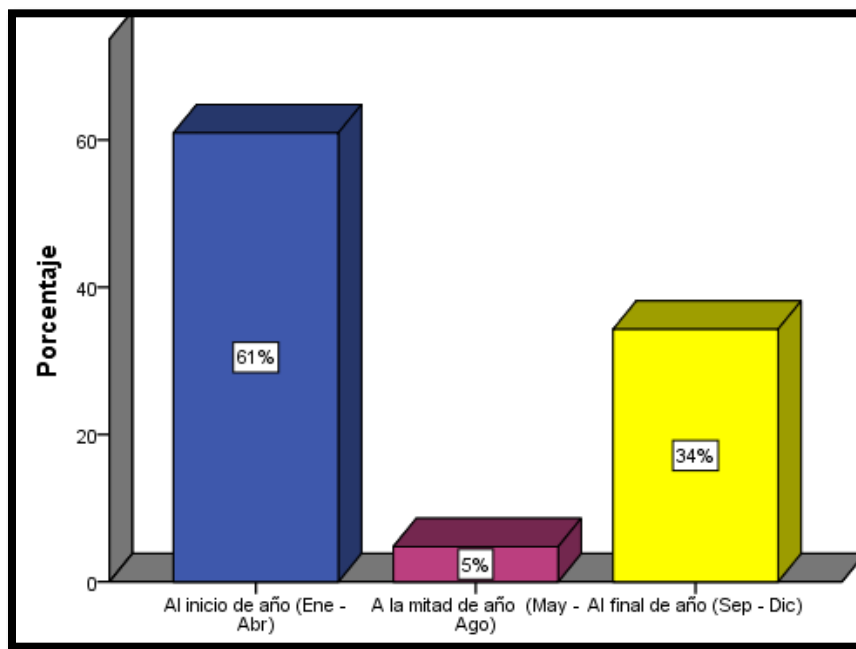
Como es posible observar en el análisis se trata de un turista cuyo monto promedio de gasto por concepto de alimentación, hospedaje y recreación al día es de aproximadamente 100 dólares por persona, hay que tener en cuenta que el 59% de las mismas mantiene una permanencia promedio de entre dos a tres días en el sitio dando como resultado el monto total del gasto de los turistas en el Destino.

Tabla 144

## Temporadas usuales de viaje

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Al inicio de año (Ene - Abr)	64	61,0
	A la mitad de año (May - Ago)	5	4,8
	Al final de año (Sep - Dic)	36	34,3
	Total	105	100,0

129.



Figura

## Temporadas usuales de viaje

## Análisis

De acuerdo a las encuestas realizadas a los turistas extranjeros que viajan al Parque Nacional Cotopaxi es posible determinar que el 61% de estos viaja con mayor frecuencia a inicios de año (Ene-Abr), el 34% prefiere hacerlo a finales de año (Sep-Dic), mientras que el 5% viaja a mitad de año (May- Ago).

## Interpretación

Son turistas que se movilizan por lo general a inicios de año entre los meses de enero y abril, pero hay que considerar que también existe un importante flujo de turistas que viajan a finales de año.

Tabla 145

## Visita a la Parroquia rural Mulaló

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	19	18,1
	No	86	81,9
	Total	105	100,0

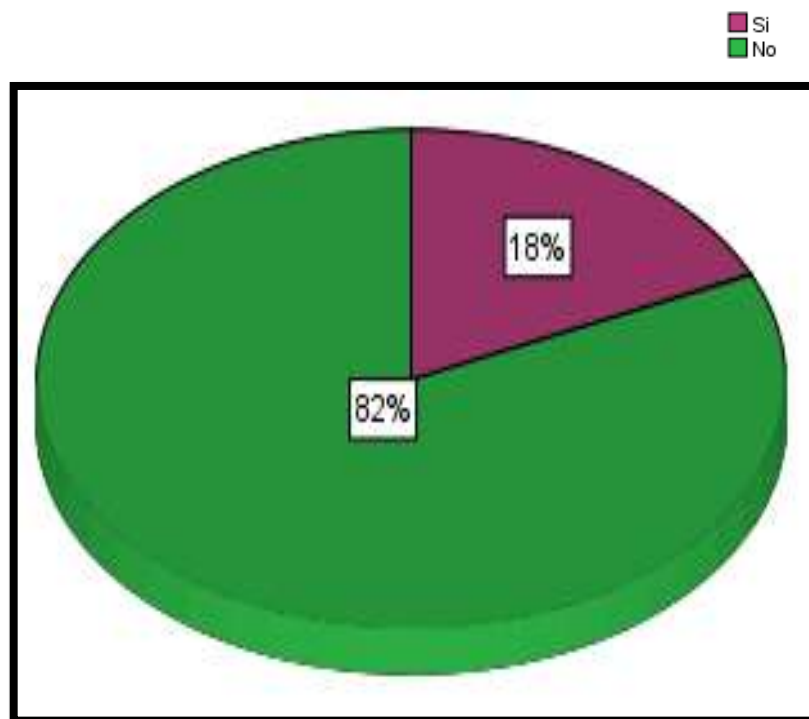


Figura 130. Visita a la Parroquia rural Mulaló

**Análisis**

Los resultados de las encuestas realizadas a los turistas extranjeros que visitan el Parque Nacional Cotopaxi arrojan que el 82% de los mismos en su visita no conoció la parroquia rural Mulaló, mientras que tal solo el 18% manifiesta que si lo hizo.

**Interpretación**

Un limitado número de turistas que en su visita al Parque Nacional Cotopaxi acude a la parroquia rural de Mulaló, del 100% solamente el 18% la conoce sin embargo este pequeño grupo de personas obtuvo algún tipo de información de la parroquia y de sus atractivos que los incentivo a visitarla, obviamente el porcentaje de visitas es mínimo pero con la gestión turística del territorio que active la oferta turística en la parroquia podría llegar a consolidarla como destino anexo al Parque Nacional Cotopaxi.

Tabla 146

**Motivo de visita a la Parroquia rural Mulaló**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Conocer la piedra Chilintosa	17	16,2
	Ninguna	88	83,8
	Total	105	100,0

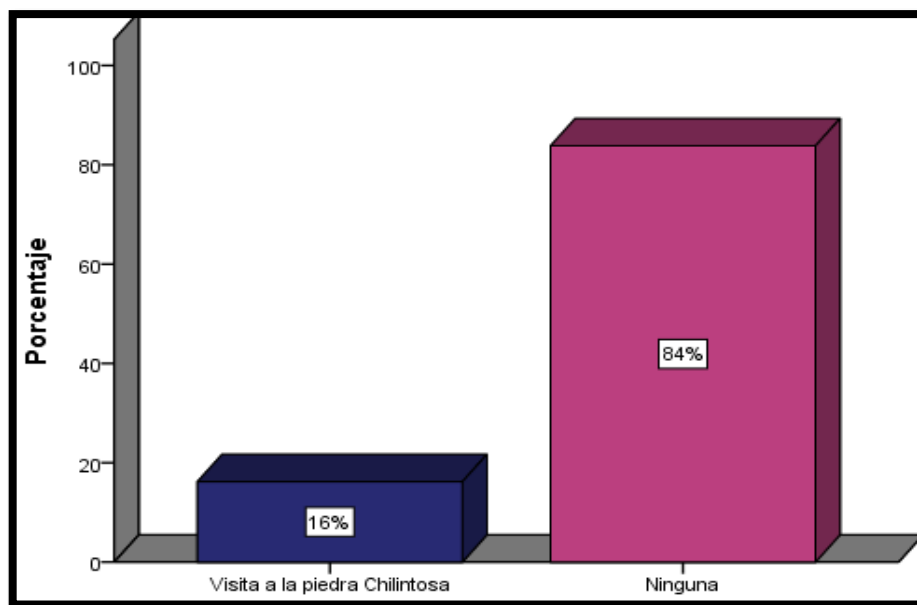


Figura 131. Motivo de visita a la Parroquia rural Mulaló

**Análisis**

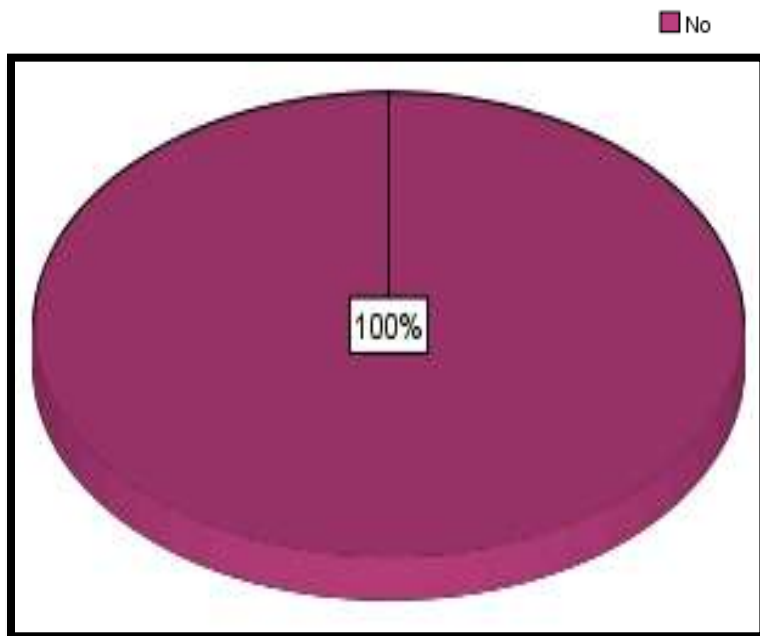
El 16% de los turistas extranjeros encuestados señala haber realizado la visita con la finalidad de conocer la piedra Chilintosa mientras que el 84% no conocido la parroquia rural Mulaló en su visita.

**Interpretación**

La demanda turística en la parroquia es muy escasa debido a las casi nulas actividades y por las limitaciones que presenta el sistema turístico.

**Tabla 147****Visita a la Parroquia rural Once de Noviembre**

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	No	105	100,0

**Figura 132. Visita a la Parroquia rural Once de Noviembre****Análisis**

El 100% de los turistas extranjeros encuestados señala no haber conocido la parroquia rural Once de Noviembre en su visita.

**Interpretación**

La demanda turística en la parroquia rural Once de Noviembre es inexistente debido a la escases de atractivos, actividades y por las limitaciones que presenta el sistema turístico.



Tabla 148

## Tipo de turismo de preferencia

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Turismo Cultural	14	13,3
	Turismo Ecológico	5	4,8
	Turismo de Aventura	31	29,5
	Turismo Comunitario	52	49,5
	Turismo Gastronómico	3	2,9
	Total	105	100,0

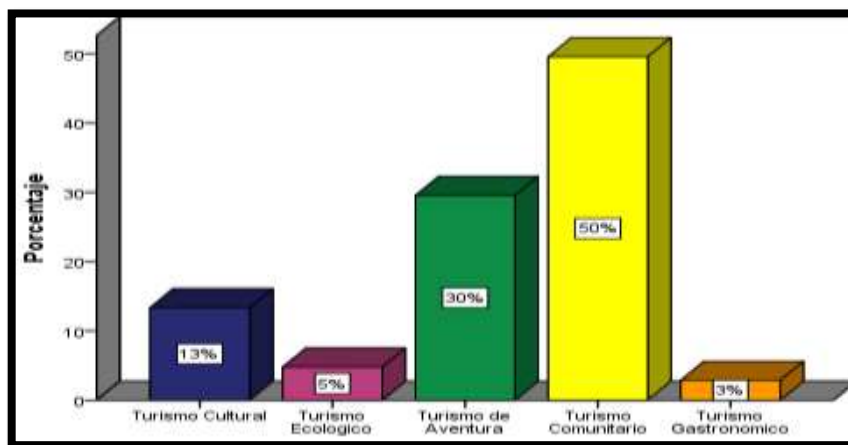


Figura 133. Tipo de turismo de preferencia

## Análisis

De acuerdo a las encuestas realizadas a los turistas extranjeros que visitan el Parque Nacional Cotopaxi es posible determinar que al 50% de los encuestados le gustaría realizar en su próxima visita actividades entorno al turismo comunitario, por su parte al 30% le gustaría practicar actividades referentes al turismo de aventura, el 13% prefiere actividades que vayan de la mano del turismo cultural, el 5% en base al turismo ecológico, mientras que el 3% se inclina por actividades ligadas al turismo gastronómico.

## Interpretación

La dinámica de las tendencias del turismo ha presentado cambios en la actualidad, se trata de un turista interesado no solo en conocer nuevos lugares, sino en descubrir las diferentes formas de vida de las personas y relacionarse con ellas especialmente de países subdesarrollados quienes son los que de cierta manera han preservado sus formas de vida tradicional y han sido poco afectados por el impacto del desarrollo, el 50% de los encuestados le gustaría realizar actividades entorno al turismo comunitario mezclado con la aventura.

**Tabla 149**  
**Necesidades urgentes**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA		PORCENTAJE		TOTAL
	SI	NO	SI	NO	
Actividades Recreativas	73	32	365%	- 265%	100%
Establecimientos de Hospedaje	41	64	205%	- 105%	100%
Establecimientos de Alimentación	15	90	75%	25%	100%
Mejores vías de acceso y conexión hacia los atractivos	63	42	315%	- 215%	100%
Sistema de transporte publico articulado a los atractivos	90	15	450%	- 350%	100%
Mayor Información acerca de cómo llegar al atractivo	86	19	430%	- 330%	100%
Centros de diversión nocturnos	29	76	145%	-45%	100%
Nuevas ofertas turísticas	39	66	195%	-95%	100%
Otros	0	105	0%	100%	100%
Ninguna/Sin respuesta	0	105	0%	100%	100%
<b>TOTAL</b>	436				

**Figura 134. Necesidades Urgentes**

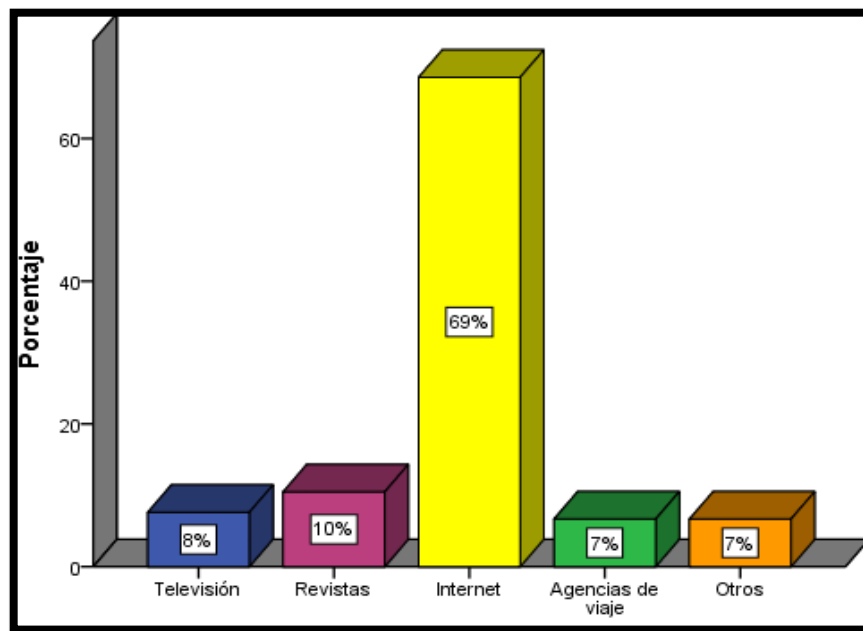
### Interpretación

De acuerdo a los resultados arrojados en las encuestas aplicadas a los turistas extranjeros que visitan el Parque Nacional Cotopaxi, lo que le hace falta al atractivo para satisfacer sus necesidades de viaje es principalmente encontrarse con un sistema de transporte público articulado a los atractivos Mayor Información acerca de cómo llegar al atractivo, así como la existencia de Actividades Recreativas

Tabla 150

## Fuentes de información turística

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Televisión	8	7,6
	Revistas	11	10,5
	Internet	72	68,6
	Agencias de viaje	7	6,7
	Otros	7	6,7
	Total	105	100,0



Figura

135.

## Fuentes de información turística

## Análisis

De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los turistas extranjeros que visitan el Parque Nacional Cotopaxi se determina que al 69% de los mismos le gustaría recibir información de turismo a través del internet, por su parte el 10% prefiere las revistas como medio de información, el 8% la televisión, mientras que el 7% prefiere conocer la información a través de agencias de viaje.

## Interpretación

En la actualidad las comunidades virtuales han ganado protagonismo, hoy en día el internet es la principal fuente de búsqueda de información de viajes, y el turista comparte su experiencia en la red antes durante y después del viaje convirtiéndose en una potente herramienta de publicidad al momento de seleccionar un destino de viaje, y los resultados de la presente encuesta así lo aseveran ya que el 69% de personas señala que le gustaría recibir información de turismo a través del internet.

### **3.2.5.1. Análisis final - Turistas Extranjeros**

Para fortalecer la actividad turística y generar nuevos emprendimientos de turismo hacen falta estrategias basadas en estudios acerca de lo que quiere el turista más no lo que los empresarios o grupos de emprendimiento buscan como negocio.

Por esta razón es importante conocer lo que piensa el turista sobre el destino turístico que es de interés en nuestro estudio, así como identificar el perfil del mismo, estos resultados permitirán identificar el segmento de mercado al que se va a dirigir el destino a desarrollar y potencializar la oferta turística, así mismo estos indicadores influirán al momento de elaborar las características de los proyectos y encaminaran las estrategias y acciones que deberán ser congruentes con dicho perfil.

Debido a la poca afluencia de turistas a las parroquias rurales Mulaló y Once de Noviembre en especial de visitantes extranjeros la muestra fue tomada a las personas que extranjeras que visitan el Parque Nacional Cotopaxi ya que este se encuentra muy cercano a una de las parroquias mencionadas además cuenta con el registro de visitas, la finalidad es determinar las características de esta demanda y transformarlas en productos turísticos instalados en las parroquias de estudio como destinos complementarios a las visita del Parque Nacional Cotopaxi.

Para iniciar con el estudio se ha tomado una muestra de genero para conocer el porcentaje de hombres y mujeres que acuden al sitio en este fue posible observar que el porcentaje entre estos dos es casi similares con el 52% y 48% respectivamente, es decir tanto hombres como mujeres presentan un importante interés por visitar el Parque Nacional Cotopaxi.

La edad de los visitantes oscila de entre los 18 a 50 años de edad teniendo mayor inclinación hacia aquellas personas que se encuentran entre los 21 a 40 años que suman un porcentaje importante de visitas siendo este del 89%.

Los países que mantienen un mayor número de visitas al Parque Nacional Cotopaxi son Estados Unidos, Canadá y Francia seguidos de Suiza, Australia, Holanda y Dinamarca, siendo principalmente los países de América del Norte y los países Europeos parte de los que visitan en mayor escala el país.

Específicamente Estados Unidos registra unos mayores números de visitantes al Destino con un porcentaje 17% así mismo con el 15% los turistas provenientes de Canadá, mientras que el 14% son turistas de Francia.

Al Parque Nacional Cotopaxi acuden personas de todo tipo de estado civil por lo que este no es un limitante a la hora de identificar el perfil del turista, sin embargo existe un importante porcentaje del 53% de personas solteras seguido del 46% que están casados.

Los ingresos mensuales de los turistas son indicadores que permiten establecer tarifas prudenciales en los destinos turísticos y en las actividades que se desarrollan a su alrededor de acuerdo a las posibilidades económicas de los visitantes, es posible observar que el 80% mantiene ingresos superiores a los 700 dólares, por su parte el 18% señala que percibe ingresos de entre 400 a 700 dólares mensuales mientras que tan solo el 2% tiene ingresos mensuales inferiores a los 400 dólares.

El perfil económico del turista que visita el Parque Nacional Cotopaxi es alto en base al resultado obtenido en las encuestas aplicadas. Son turistas que se movilizan por lo general a inicios de año entre los meses de enero y abril según el 61% de encuestados, pero hay que considerar que también existe un importante flujo de turistas que viaja a finales de año.

Con respecto al principal destino de viaje que motiva a los turistas a visitar el territorio tenemos que el principal atractivo que los motiva es el volcán Cotopaxi, así lo manifiesta el 72% de los encuestados, por su parte el 16% llega atraído por el recorrido en tren que transita por el lugar, el 6% señala que su principal destino de viaje es el Área Nacional de Recreación el Boliche, el 3% manifiesta que llegó con el fin de conocer la ciudad de Latacunga, mientras que el también con el 3% se encuentran los turistas que señalaron tener otros destinos de viaje.

En si la oferta que mueve mayor demanda de turistas extranjeros dentro de la provincia es la visita al Volcán Cotopaxi, siendo este el principal destino de atracción de los visitantes.

El principal motivo de viaje de las personas es principalmente conocer lugares y experiencias nuevas según el 42% de los encuestados, seguido del 26% de las personas que viajan con el interés de practicar los deportes que se ofertan en el sitio.

En cuanto a la frecuencia de visitas se tiene que el 87% ha visitado el sitio de una a dos veces, es decir existe una limitada frecuencia de retorno por tal motivo el atractivo no se ha consolidado como “Destino Preferido” entre los turistas extranjeros, caso contrario hubiese mayor frecuencia de visitas al sitio, de acuerdo a los resultados arrojados en los demás indicadores de la presente encuesta es posible concluir que las razones por las que los turistas en su mayoría no regresan al lugar es por la poca diversidad de actividades turísticas, a eso se suma la débil conectividad hacia el atractivo y la falta de un centro de información turística que facilite al turista llegar a los atractivos de manera oportuna.

En cuanto a la composición del grupo tenemos que el 54% de los turistas viajan en grupos compuestos principalmente por amigos, seguido por el 42% que lo hace con su familia, mientras que tan solo el 4% viaja en pareja. Es decir se trata de turistas que se movilizan por lo general en conjunto principalmente compuesto de amigos y/o familiares.

De igual manera es importante conocer la permanencia promedio de los turistas en el sitio ya que este representa el gasto promedio total de los mismos en el lugar, es así que el 59% de los turistas permanecen en el lugar de dos a tres días, de igual manera el 39% visita el lugar sin realizar estadía alguna, el promedio de permanecía en el sitio es relativamente bajo, sin embargo este podría ser mayor con la implementación de nuevas ofertas turísticas a los alrededores del destino con la finalidad de incrementar el gasto per cápita en el sector.

El gasto promedio nos da como resultado que el 64% de turistas usualmente gasta en conceptos de alimentación, hospedaje y recreación un promedio por persona de más de 100 dólares diarios, como es posible observar se trata de un turista cuyo monto promedio de gasto al día por los conceptos señalados anteriormente es de aproximadamente 100 dólares por persona, hay que tener en cuenta que el 59% de las mismas mantiene una permanencia promedio de entre dos a tres días en el sitio dando como resultado el monto total del gasto de los turistas en el Destino.

En cuanto al diseño del viaje se determinó que 64% de los turistas extranjeros viaja de manera independiente hasta el país o ciudad más cercana al atractivo y una vez ahí busca el servicio de un operador turístico para ingresar al atractivo, estos resultados pueden conducir a dos razones principales, la primera es que el turista solicita el servicio de un operador de turismo porque requiere los equipos necesarios que estos poseen para realizar los conocidos ascensos al volcán Cotopaxi así como la asistencia de un guía que conduzca estas actividades, mientras que la segunda puede estar estrechamente relacionada a las inadecuadas facilidades de conexión e información turística que se ofrecen al turista para que este pueda llegar de manera independiente al lugar.

Cuando un turista sale de su residencia habitual con la finalidad de conocer nuevos lugares, viaja con la expectativa de encontrar las suficientes facilidades para llegar a los mismos, sin embargo cuando el lugar al que ha decidido viajar posee un sistema turístico débil e insuficiente el turista encuentra dificultades para llegar a los atractivos turísticos y de cierta manera limita al turista a realizar en el futuro una próxima visita al sitio.

En cuanto a la preferencia en el tipo de establecimientos de hospedaje tenemos que del 61% de turistas que decide quedarse en el sitio a pasar por lo menos una noche, el 34% se aloja en hosterías, se observa una tendencia hacia los establecimientos no convencionales quizá en busca de experiencias distintas a las ofertas tradicionales de los países desarrollados a los que pertenecen.

En cuanto a la ubicación de estos establecimientos tenemos que el 35% prefiere alojarse en los alrededores del Parque Nacional Cotopaxi, quizá la razón principal de su decisión se deba a que los visitantes prefieren pernoctar en lugares que se encuentren lo más cerca posible al atractivo que visitan, sin embargo existe un importante porcentaje de personas que se ven atraídas a pasar su estadía en la ciudad de Latacunga.



No existe suficientes establecimientos de alojamiento según el 61% de los encuestados y el 48% de los turistas que han decidido pasar la noche en el sitio considera que el servicio de los establecimientos en los que se hospedó es “Bueno”, Por su parte el 9% lo considera “Regular”, mientras que tan solo el 5% la cataloga como “Muy bueno”.

En términos generales es posible catalogar al servicio de los establecimientos de hospedaje ofertados en los alrededores del Parque Nacional Cotopaxi y en la ciudad de Latacunga como “Bueno” entendiendo a esta denominación como aquellos establecimientos con características especialmente aceptables, bonitos y con algo de lujo.

El MSc. Juan Sarauz en su Manual para Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos: Herramienta Básica, 2011 utiliza la valoración del servicio por escala de baremo, en la que asigna el puntaje más alto aquellos establecimientos calificados como “Muy elegante, excelente, original y exótico”, en este caso ninguna persona adoptó esta opción por lo que se determina que se trata de un turista que busca excelencia tanto en el servicio como en la calidad del mismo.

Se concluye además que el 68% considera que existe suficientes establecimiento de alimentación sin embargo el servicio de los mismos según el 58% de los turistas extranjeros es “Regular” frente al 37% que lo considera “Bueno”.

Es así que se llega a la determinación que los alrededores del Parque Nacional Cotopaxi se encuentran poblados por suficientes establecimientos de alimentación sin embargo se trata en su mayoría de establecimientos que mantienen condiciones precarias no aptas para recibir a este tipo de turistas, de acuerdo al estudio realizado existen dos características marcadas según los turistas extranjeros acerca de este tipo de establecimientos, primero están aquellos considerados como “Regulares” es decir “Suficientes, con servicios básicos completos y sin lujo” y en segundo lugar por los que son considerados como “Buenos” o “Especialmente aceptables, bonitos y con algo de lujo”.

Como ya se mencionó anteriormente se trata de un turista con expectativas muy altas de calidad que anhela encontrar servicios acordes al nivel de los atractivos que visita, lamentablemente la prestación de servicios en la Provincia y especialmente en los alrededores de los atractivos turístico no corresponde al nivel de nuestros recursos y cabe recalcar que no habrá turismo de calidad mientras el destino no presente condiciones de calidad.

En cuanto al transporte el 74% de los turistas contrata el servicio de transporte turístico de manera casi obligatoria ya que existen dificultades para acceder a los atractivos de forma independiente y aunque se lo puede hacer representa una mayor dificultad para el turista, se puede llegar a esta conclusión gracias a otros indicadores tales como el “diseño del viaje de los turistas” en el que el 67% señala haber viajado de manera independiente pero para llegar al atractivo tuvo que contratar un operador turístico a eso se suma que el 100% de los encuestados considera necesario implementar un sistema de transporte publico articulado a los atractivos con la finalidad de optimizar su viaje.

En la actualidad la accesibilidad que tienen los turistas a los atractivos turísticos en relación con el transporte público sigue siendo un tema de preocupación, significa una de las principales debilidades de nuestro sistema turístico que de cierta manera imposibilita un mayor flujo de turistas no solo al sitio de interés sino hacia otros sectores de la provincia, es decir si el turista tiene mayor información de los lugares, un sistema de transporte publico organizado, en si un sistema turístico fuerte este tendrá la motivación conocer nuevos lugares dentro de la provincia elevando así la permanecía promedio y por ende el gasto promedio por turista.

Lo que más le gusta al turista en su visita son los Atractivos Turísticos según el 52% de encuestados, por su parte lo que más les disgusta es la escasez de actividades turísticas según la opinión del 38% de las personas, seguido por la inexistencia de centros de información turística esto teniendo en cuenta que el 87% de personas han viajado de manera independiente y la información para este tipo de visitantes es fundamental para acceder a los atractivos de interés,

es importante también alcanzar un nivel más alto en el servicio ya que existen índices de desconformidad entorno al mismo y aunque no se trata de un porcentaje tan elevado el objetivo es reducir al máximo el descontento de las personas por factores como estos, con la finalidad de potencializar el o los destinos e incrementar la permanencia promedio de los turistas que actualmente va desde los dos a tres días solamente.

En cuanto al conocimiento que tienen los turistas extranjeros acerca de las parroquias rurales Mulaló y Once de Noviembre se pudo establecer que existe un limitado número de turistas extranjeros que en su visita al Parque Nacional Cotopaxi acuden a las mismas, en el caso de la parroquia rural Mulaló, del 100% de turistas solamente el 18% la conoce de este último porcentaje el 16% fue principalmente motivado por conocer la denominada “Piedra Chilintosa” arrojada por el volcán Cotopaxi en su proceso eruptivo, mientras que con respecto a la parroquia Once de Noviembre no se registran visitas por parte de los turistas extranjeros obviamente el porcentaje es mínimo en la parroquia Mulaló y posiblemente nulo en la parroquia Once de Noviembre, será necesario que la intervención en estas dos parroquias tenga una base de gestión turística firme en base a proyectos sostenibles que permitan activar la ofertas que satisfaga la demanda de viaje de los turistas y de esta manera consolidarlas como destinos anexos al Parque Nacional Cotopaxi.

En cuanto a las actividades que los turistas prefieren entorno a los diferentes tipos de turismo tenemos que al 50% de los encuestados le gustaría realizar actividades entorno al turismo comunitario mezclado con la aventura. La dinámica de las tendencias del turismo ha presentado cambios en la actualidad, se trata de un turista más humanizado interesado no solo en conocer nuevos lugares, sino en descubrir las diferentes formas de vida de las personas y relacionarse con ellas especialmente de países subdesarrollados quienes son los que de cierta manera han preservado en mayor medida su forma de vida tradicional y han sido poco afectados por el impacto del desarrollo.

En la actualidad las comunidades virtuales han ganado protagonismo, hoy en día el internet es la principal fuente de búsqueda de información de viajes, y el turista comparte su experiencia en la red antes durante y después del viaje convirtiéndose en una potente herramienta de publicidad al momento de seleccionar un destino de viaje, y los resultados de la presente encuesta así lo aseveran ya que el 69% de personas señala que le gustaría recibir información de turismo a través del internet.

### 3.2.6. Análisis final - Entidades de Turismo

En la visita realizada a las instituciones de turismo de la ciudad de Latacunga en busca de información acerca de los proyectos de turismo en especial de carácter rural dentro de la provincia se recabo lo siguiente:

Según Luis Choloquina Técnico en Turismo Comunitario del Ministerio de Turismo de la ciudad de Latacunga los proyectos de carácter rural comunitario no han tomado fuerza dentro de la provincia, manifestó que al momento no existe la planificación de proyectos de esta índole, sin embargo menciona que las autoridades del barrio de Ticatilin perteneciente a la parroquia rural Mulaló ubicado en las faldas del volcán Cotopaxi se encuentran gestionando un emprendimiento de este tipo y han solicitado asesoría técnica al Ministerio de Turismo para poder ponerlo en marcha.

Por su parte el señor Luis Herrera de la Jefatura de Turismo señaló que se encuentran trabajando principalmente en la actualización de los recursos Naturales y Culturales por parroquia y la actualización del catastro de servidores turísticos, todo esto con la finalidad de contar con una base actualizada que permita generar proyectos de turismo más acertados.

Marcelo Parra de la Unidad de Turismo del Consejo Provincial

Finalmente el Ing. Alfonso Prieto Director de la Cámara de Turismo de Cotopaxi señala que al momento no existen proyectos de turismo rural diseñados por la entidad, esta se encuentra más bien trabajando principalmente en la promoción de los establecimientos turísticos y hoteleros asociados a la misma.

Señaló además que cuando se planifica un proyecto por parte de la institución primero se presentan a los entes públicos tales como el GAD Municipal y GAD Provincial para que sean aprobados los recursos o que de cierta manera colaboren con el proyecto, sin embargo muchas de las veces juega la individualidad entre instituciones que deberían trabajar como una sola, señala.

El Ing. Alfonso Prieto determina que para poder mejorar la actividad turística a nivel provincial, nacional e internacional se debe dejar de un lado el celo político que existe por parte de ciertas autoridades que creen tener poder y solo ellos quieren manejar la parte turística cuando el verdadero éxito del desarrollo está en el trabajo en equipo, agrego además que cuando se junten todas las autoridades de la provincia, tengan un dialogo fluido y contribuyan con recursos económicos en la parte turística se logrará tener en el futuro un mejor desarrollo turístico a nivel provincial y poder mejorar la economía de la provincia y del país.

Menciono también que las Instituciones de Educación Superior podrían ser parte de este importante equipo para el desarrollo del turismo en la provincia sirviendo como soporte a las demás instituciones, sin embargo pocas son las veces que estas intervienen en proyectos de esta índole, aunque manifiesta que si habido interés y compromiso de ciertas universidades para con la actividad, este es el ejemplo de la gestión de la Universidad Técnica de Cotopaxi quien genero un software para el celular que consiste en dar a conocer los servicios hoteleros que posee la ciudad de Latacunga ya que al digitar Cotopaxi este da a conocer de 10 a 15 fotos de los establecimientos hoteleros. Este programa se ha ejecutado en todo celular con sistema Android y servirá de apoyo para todo el turista que visite la Provincia de Cotopaxi.

A través de esta serie de criterios por parte de los expertos en turismo se considera que la provincia de Cotopaxi cada vez está más alejada de la actividad turística y esta situación se debe principalmente a la débil gestión de los actores involucrados desencadenándose así una deficiente planificación de la actividad dentro de la provincia, la falta de servicios de calidad, la inseguridad, la escases de actividades y la poca iniciativa de emprendimiento por parte del sector público y privado de igual manera inciden en el escaso fomento del turismo en la provincia y también impiden abrir una nueva puerta de inversión que tanta falta le hace a la provincia.

Es poco lo que se ha hecho para diversificar la oferta turística dentro de la provincia y es precisamente por el individualismo institucional que se percibe principalmente entre las entidades competentes que debe ser erradicado ya que se trata del bienestar de toda la provincia en general más no del mérito de una sola institución.

Si bien es cierto alinear a los actores entorno a visiones territoriales es un trabajo complejo ya que intervienen múltiples factores como por ejemplo políticas institucionales, visión, misión, proyectos, estrategias diferentes, entre otros, es el momento de emparejar acciones que se encaminen en torno al mismo rumbo de desarrollo, dando paso a que la provincia de Cotopaxi logre grandes objetivos de turismo para la misma y potencialice la actividad.

### **3.2.7. Situación turística de las parroquias**

#### **Mulaló**

Los sectores rurales son mayormente vulnerables a contraer problemas económicos y sociales debido a su lento desarrollo y crecimiento que influye directamente en la calidad de vida de los pobladores, uno de los principales indicadores de aquello es el nivel de pobreza, mismos que arrojan que en el área rural el porcentaje de pobreza es del 43,35% mientras que la pobreza extrema es del 19,74%, en el caso de la parroquia rural Mulalo de sus 8.093 habitantes el 88% son personas inmersas en la pobreza.

A diferencia del área urbana cuyo porcentaje es evidentemente menor con el 15,07%, datos del año 2015 entregados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

Los mecanismos de solución a estos problemas son múltiples y los diferentes criterios coinciden que la mejor opción es el aprovechamiento de los atractivos naturales y culturales existente en un territorio, esta población se encuentra estratégicamente ubicada en una zona de alto potencial turístico.

La parroquia rural Mulaló puede llegar a convertirse en un referente del turismo rural comunitario por sus características paisajísticas y productivas, pero para ello es necesario crear el entorno necesario y fortalecer el sistema turístico que es la base de para el desarrollo de la actividad turística.

En la actualidad el sistema turístico de la parroquia rural Mulaló actualmente es débil sus componentes no presentan una correcta interrelación, la planta turística no presenta condiciones favorables, ya que por una parte se evidencia la falta de establecimientos de alojamiento dentro de la parroquia, los establecimientos de alimentación presentan múltiples deficiencias en cuanto al servicio y a las buenas practicas sanitarias, los establecimientos de alimentación están principalmente conformados por locales de comida rápida, por su parte no se evidencia un centro de información turística que brinde a los turistas información sobre los atractivos de la parroquia y los oriente para llegar a los mismos, si bien es cierto se visualiza señalización turística que principalmente conduce a la llamada “Piedra Chilintosa” una de los principales atracciones de la parroquia no es sufriente, por otra parte debido a la escasez de oferta turística en la zona es inexistente la presencia de operadores turísticos y como es lógico los operadores que se encuentran asentados en la centro turístico más cercano en este caso la ciudad de Latacunga no ofertan a la parroquia como destino ya que no posee un producto turístico consolidado.

El turismo rural comunitario ha demostrado ser un instrumento valioso para el desarrollo de los pueblos, por lo mismo es importante aunar esfuerzos para alcanzar el reto de proponer ante el mundo un turismo sostenible y rico por sus actividades locales.



## **Once de Noviembre**

Debido a la carencia y ausencia de espacios y o atractivos turísticos de la Parroquia Once de Noviembre nace como propuesta de los talleres participativos de la comunidad que el Ciénego de la zona baja que se encuentra entre los barrios las Parcelas y San Gerardo se transforme en un área protegida, y se aproveche este potencial, transformarle en una unidad turística comunitaria, esto con la finalidad de a corto, mediano y largo plazo la parroquia cuente con un pulmón de oxigenación de la contaminación que sufrirá la parroquia, debido a su desarrollo, en razón que hasta la presente fecha no cuenta con zonas protegidas, bosques u otra situación que ayude a mitigar los fuertes cambios que se tiene debido al calentamiento global y el cambio climático.

En cuanto al análisis del sistema turístico de la parroquia rural Once de Noviembre es posible señalar que actualmente es crítico sus componentes no presentan una correcta interrelación, la gobernanza turística es débil no existen planes de desarrollo turístico provinciales, cantonales o parroquiales que generen impacto en el territorio, insuficientes ordenanzas expedidas para el desarrollo del turismo, y políticas institucionales frágiles, la planta turística no presenta condiciones favorables, hay escasos de establecimientos de alojamiento dentro de la parroquia y los establecimientos de alimentación son limitados, al igual que la parroquia Mulaló presentan múltiples deficiencias en cuanto al servicio, instalaciones y buenas practicas sanitarias, están principalmente conformados por locales informales, la demanda turística se encuentra inactiva por la escasos de actividades y productos turísticos, la infraestructura presenta condiciones inadecuadas, el sistema de transporte es insuficiente no existe transporte público que acceda a la parroquia.

Por su parte no se evidencia un centro de información turística que brinde al visitante algún tipo de información, la señalización turística es inexistente, por otra parte debido a la escasez de oferta turística en la zona es nula la presencia de operadores turísticos y como es lógico los operadores que se encuentran asentados en la centro turístico más cercano en este caso la ciudad de Latacunga no ofertan a la parroquia como destino ya que no posee un producto turístico consolidado.

Sin embargo, a pesar de presentar condiciones desfavorables es posible la dinamización turística de territorio, con trabajo constante y la participación interinstitucional, mediante la implementación de proyectos turísticos comunitarios como herramienta para crear nuevas fuentes de empleo que establezca la economía de la población, que mitiguen la migración y la desintegración de las familias y sobre todo que siembren en sus habitantes la conciencia sobre el resguardo de su costumbres y tradiciones valorándolas y respetándolas.

Para lograr un resultado positivo es necesaria la participación conjunta y constante de las instituciones tanto públicas y privadas tales como Gobiernos locales y Entes de Turismo, que planifiquen y direccionen los proyectos de desarrollo, así como Instituciones de apoyo como las de Educación Superior que mediante tecnología y conocimientos construyan proyectos que beneficien al sector rural y que a su vez formen y capaciten a la población acerca de los mismos.

### **3.3. ANÁLISIS Y SÍNTESIS**

#### **3.3.1. Análisis FODA**

### 3.3.1.1. FODA Turístico de la parroquia rural Mulaló

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p data-bbox="415 457 737 565"><b>ASPECTOS INTERNOS DEL SISTEMA TURÍSTICO</b></p> <p data-bbox="449 656 699 821">(GOBERNANZA INFREESTRUCTURA OFERTA DE SERVICIOS DEMANDA ATRATIVOS COMUNIDAD)</p> <p data-bbox="254 945 464 1078"><b>ASPECTOS EXTERNOS DEL SISTEMA TURÍSTICO</b></p> <p data-bbox="254 1110 499 1182">(ASPECTOS SOCIALES, ECONOMICOS, POLITICOS Y AMBIENTALES)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="772 483 1331 532">1. La ubicación geográfica de la parroquia rural Mulaló favorece el desarrollo del turismo comunitario. <b>(A)</b></li> <li data-bbox="772 558 1331 678">2. Se encuentra cercana a unos de los principales atractivo turístico que mueve mayor demanda de turistas nacionales y extranjeros dentro de la provincia, se trata del Volcán Cotopaxi, siendo este el principal destino de atracción de los visitantes. <b>(A)</b></li> <li data-bbox="772 704 1331 776">3. Alto interés y aceptación por parte de la población sobre el incremento de sus recursos económicos a través de la actividad turística. <b>(C)</b></li> <li data-bbox="772 802 1331 906">4. La población tiene plena consciencia de que si aprovechan los atractivos de la parroquia se puede mejorar las fuentes de empleo y los ingresos económicos de la población. <b>(C)</b></li> <li data-bbox="772 932 1331 1003">5. Alto interez por parte del sector empresarial de la parroquia para generar emprendimientos turísticos a partir de sus actividades productivas. <b>(C)</b></li> <li data-bbox="772 1029 1331 1101">6. Alto nivel de trabajo en equipo, muy buenas relaciones comunales y elevada capacidad de liderazgo dentro de la parroquia rural Mulaló. <b>(C)</b></li> <li data-bbox="772 1127 1331 1198">7. Apoyo por parte de la población para la realización de emprendimientos turísticos especialmente de mano de obra. <b>(C)</b></li> <li data-bbox="772 1224 1331 1273">8. Turistas extranjeros altamente interesados en la práctica de actividades referentes al turismo comunitario. <b>(D)</b></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="1360 483 1877 555">1. Escaso aporte por parte de entidades tanto publicas como privadas en la gestion del territorio, no precentan facilidades para satisfacer las necesidades locales. <b>(G)</b></li> <li data-bbox="1360 581 1877 636">2. Baja capacidad de inversión de los pobladores para el desarrollo de emprendimientos turísticos. <b>(C)</b></li> <li data-bbox="1360 662 1877 734">3. Limitadas fuentes de capacitación con respecto a materias de turismo tanto para el sector empresarial como para la población en general. <b>(C)</b></li> <li data-bbox="1360 760 1877 831">4. Las acciones tanto de entidades públicas como privadas no ayudan a satisfacer las necesidades locales. <b>(C)</b></li> <li data-bbox="1360 857 1877 912">5. Oferta insuficiente de establecimientos de hospedaje y alimentación dentro de la parroquia Mulaló. <b>(O)</b></li> <li data-bbox="1360 938 1877 993">6. Insuficiente servicio de los establecimientos de alimentación existentes dentro de la parroquia. <b>(O)</b></li> </ol> <p data-bbox="1360 1010 1877 1081">Actividades turísticas convencionales, limitadas, poco definidas y realizadas sin ningún tipo de organización. <b>(O)</b></p>

CONTINUÍA



OPORTUNIDADES	ESTRATEGÍAS F.O.	ESTRATEGÍAS D.O.
<p>1. Alianzas estratégicas de carácter interinstitucional con la finalidad de formular planes, programas y proyectos de desarrollo turístico para activar la economía parroquial. <b>(P)</b></p> <p>2. Voluntad política a favor del impulso de la actividad turística el país. <b>(P)</b></p> <p>3. Posibilidad de participar en un programa de vinculación de carácter turístico con la Universidad de las Fuerzas ESPE extensión Latacunga. <b>(P)</b></p> <p>4. Las empresas productoras de la parroquia rural Mulaló en su mayoría se encuentran asentadas en el Centro de Mulaló, el Rosal, Joseguango Alto, y La Libertad. <b>(E)</b></p> <p>5. Capacidad de adquirir nuevas fuentes de ingresos económicos tanto para el sector empresarial como para la población en general. <b>(E)</b></p> <p>6. Acceso a fuentes de financiamiento por parte de instituciones financieras y entidades de apoyo el emprendimiento. <b>(E)</b></p>	<p>El alto interés y aceptación por parte de la población sobre el incremento de sus recursos económicos a través de la actividad turística, posibilita su participación en un programa de vinculación de carácter turístico con la Universidad de las Fuerzas ESPE extensión Latacunga. <b>(F3-O3)</b></p> <p>Fortalecimiento de la gobernanza turística local al contar con la voluntad política a favor del impulso de la actividad turística a fin de aprovechar los atractivos turísticos que posee la parroquia. <b>(F4-O2)</b></p> <p>Crear una red turística de productores locales para generar emprendimientos turísticos a partir de sus actividades productivas convencionales, mediante alianzas estratégicas. <b>(F1-O1)</b></p>	<p>Presentación de proyectos a instituciones financieras y entidades de apoyo para la revisión y aprobación de microcréditos <b>(D1-O6)</b></p> <p>Implementación de programas de capacitación y formación de habilidades siempre y cuando acompañen a proyectos de desarrollo turístico ya existentes o en etapa de ejecución. <b>(D3-O1)</b></p> <p>Programa de capacitación del manejo adecuado de los alimentos dirigido a los establecimientos de alimentación de la parroquia. <b>(D6-O1)</b></p> <p>Crear un centro turístico con base de la participación comunitaria que brinde servicio de alojamiento, alimentación, y actividades turísticas relacionadas con las actividades productivas de sus pobladores y el atractivo naturales de la zona. <b>(D5-O3)</b></p>

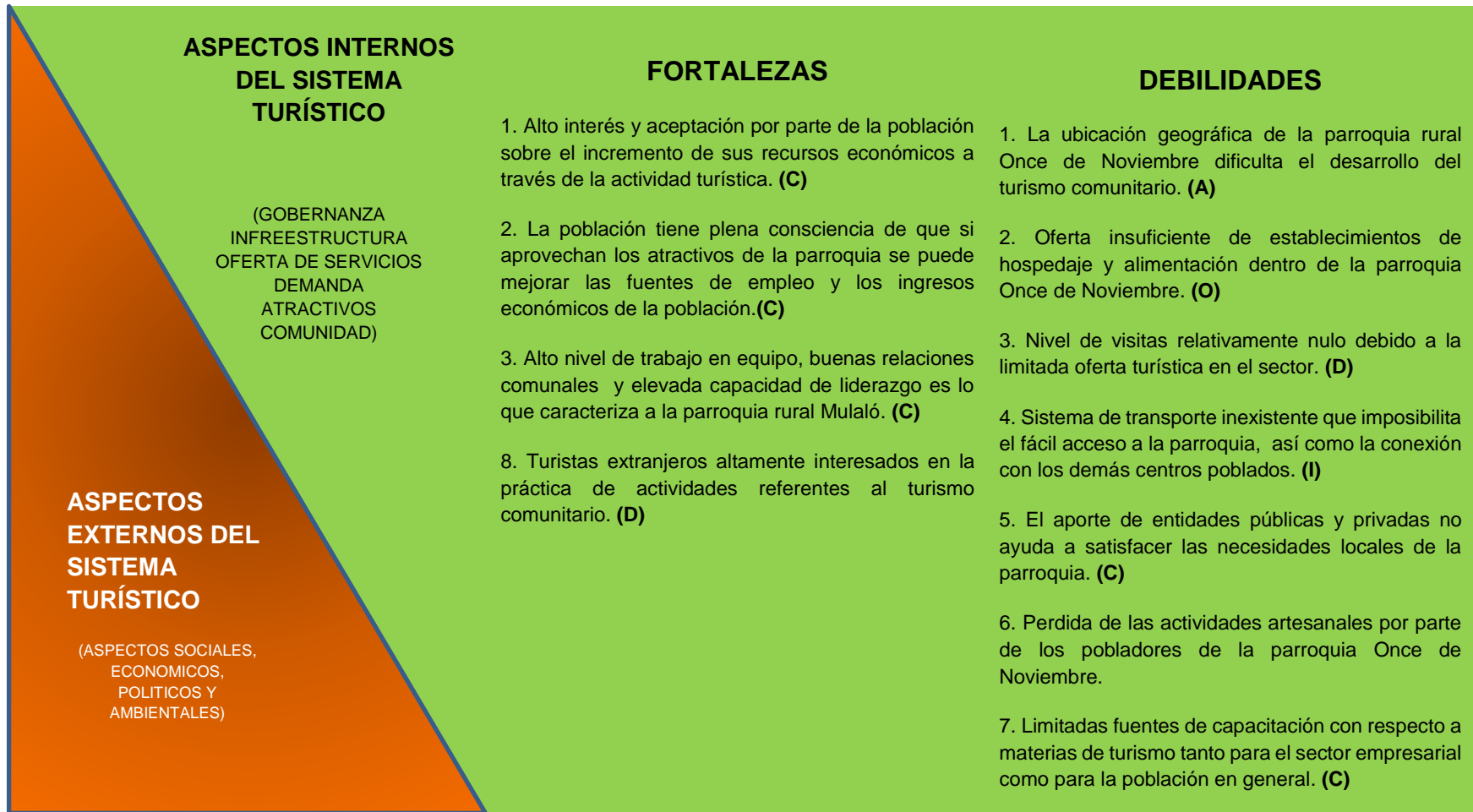
CONTINÚA



AMENAZAS	ESTRATEGÍAS F.A.	ESTRATEGÍAS D.A.
<p>1. El escás de empleo es la necesidad más importante por la que atraviesa la parroquia y constituye una amenaza para la población. <b>(AS-E)</b></p> <p>3. Diferencias políticas entre las instituciones involucradas en el desarrollo parroquial provocando aislamientos. <b>(P)</b></p> <p>4. Disminución o retraso del presupuesto que recibe del Estado imposibilitando la inversión en la actividad turística en la parroquia. <b>(P)</b></p> <p>6. Inseguridad cercana a los atractivos turísticos. <b>(P)</b></p> <p>7. Sector empresarial de la parroquia rural Mulaló no cuenta con fácil acceso a préstamos bancarios. <b>(AS)</b></p> <p>8. Desaprovechamiento del conocimiento científico social de la academia en favor de un mayor conocimiento de las comunidades, que aporte en la rigurosidad de las propuestas de turismo. <b>(S)</b></p>	<p>Si se aprovecha el conocimiento científico social de la academia en favor de un mayor conocimiento de las comunidades, se pueden generar emprendimientos turísticos a partir de las actividades productivas de la población con propuestas más rigurosas de turismo. <b>(5F-8A)</b></p>	<p>Encuentro interinstitucional para limar asperezas políticas y trabajar de manera conjunta en la gestión de actividades turísticas en el territorio. <b>(D1 –A3)</b></p> <p>Nuevas plazas de empleo a través de proyectos turísticos con el apoyo de instituciones públicas y privadas. <b>(D4 –A1)</b></p>

**Fuente:** Trabajo de Campo

### 3.3.1.2. FODA Turístico de la parroquia rural Once de Noviembre



CONTINÚA 

## OPORTUNIDADES

1. Alianzas estratégicas de carácter interinstitucional con la finalidad de formular planes, programas y proyectos de desarrollo turístico para activar la economía parroquial. **(P)**
2. Posibilidad de participar en un programa de vinculación de carácter turístico con la Universidad de las Fuerzas ESPE extensión Latacunga. **(P)**
3. Voluntad política a favor del impulso de la actividad turística el país. **(P)**
4. A través de proyectos de inversión turística es posible incrementar la participación de la mujer y los jóvenes en las actividades productivas. **(AS)**

## ESTRATEGÍAS F.O.

El alto interés y aceptación por parte de la población sobre el incremento de sus recursos económicos a través de la actividad turística, posibilita su participación en un programa de vinculación de carácter turístico con la Universidad de las Fuerzas ESPE extensión Latacunga. **(F1-O2)**

Fortalecimiento de la gobernanza turística local al contar con la voluntad política a favor del impulso de la actividad turística a fin de aprovechar los atractivos turísticos que posee la parroquia. **(F4-O2)**

## ESTRATEGÍAS D.O.

Crear productos turísticos para la parroquia Once de Noviembre. **(D1-O1)**

Crear un centro turístico con base en la participación comunitaria, que brinde servicios de alojamiento, alimentación y actividades relacionadas con las formas de vida de los habitantes. **(D2-O2)**

Fortalecer el sistema de transporte de la parroquia Once de Noviembre, mediante alianzas con cooperativas de transporte. **(O1-D4)**

Impulso de la actividad artesanal en la parroquia rural Once de noviembre para incrementar la participación de la mujer y los jóvenes. **(O4-D6)**

CONTINÚA



AMENAZAS	ESTRATEGÍAS F.A.	ESTRATEGÍAS D.A.
<p>1. El empleo es la necesidad más importante por la que atraviesa la parroquia rural Once de Noviembre y constituye una amenaza para la población. <b>(S-E)</b></p>	<p>Si se aprovecha el conocimiento científico de la academia en favor de un mayor conocimiento de las comunidades, se pueden generar emprendimientos turísticos a partir de las actividades productivas de la población con propuestas más rigurosas de turismo. <b>(F2-A7)</b></p>	<p>Encuentro interinstitucional para limar asperezas políticas y trabajar de manera conjunta en la gestión de actividades turísticas en el territorio. <b>(D5-A3)</b></p> <p>Nuevas plazas de empleo a través de proyectos turísticos con el apoyo de instituciones públicas y privadas. <b>(D5 -A1)</b></p>
<p>2. Baja capacidad de inversión de los pobladores para el desarrollo de emprendimientos turísticos. <b>(E)</b></p>		
<p>3. Diferencias políticas entre las instituciones involucradas en el desarrollo turístico parroquial provocando aislamientos. <b>(P)</b></p>		
<p>4. Inseguridad vecina a los atractivos turísticos. <b>(P)</b></p>		
<p>5. Disminución o retraso del presupuesto que recibe del Estado imposibilitando la inversión en la actividad turística en la parroquia. <b>(P)</b></p>		
<p>6. Sector empresarial de la parroquia rural Mulaló no cuenta con fácil acceso a préstamos bancarios. <b>(AS)</b></p>		
<p>7. Desaprovechamiento del conocimiento científico social de la academia en favor de un mayor conocimiento de las comunidades, que aporte en la rigurosidad de las propuestas de turismo. <b>(S)</b></p>		

**Fuente:** Trabajo de campo



## CAPÍTULO IV

### 4. FUNDAMENTACIÓN METODOLÓGICA

En el presente capítulo se aborda la fundamentación metodológica que constituyen la guía que permite llevar a cabo una investigación, para alcanzar los objetivos planteados. En el caso de la presente investigación, se utilizará la siguiente metodología:

#### 4.1. Modalidad de la Investigación

Se utilizaron las siguientes modalidades de investigación:

a. De campo: Es el estudio sistemático de los hechos en el lugar en el que se producen. En esta modalidad el investigador toma contacto en forma directa con la realidad, para obtener información de acuerdo con los objetivos del proyecto. (Herrera, Mediana, & Naranjo, 2004).

Se trató de una investigación bajo la modalidad de campo, por la necesidad de recoger información in situ de las parroquias rurales Mulaló y Once de Noviembre, con la finalidad de conocer: la realidad y situación de la actividad turística de las parroquias mencionadas, el estado general su sistema turístico, las posibles potencialidades turísticas de cada una de las parroquias, y sobre todo medir la aceptación tanto del sector empresarial, como de los respectivos dirigentes barriales por ser los representantes de su respectiva circunscripción territorial, sobre la implementación de proyectos turísticos de vinculación con la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE extensión Latacunga.

También, se recogieron aspectos más formales en cuanto a planes de desarrollo turístico, políticas, objetivos, entre otros, mediante entrevistas a los miembros de las respectivas Juntas Parroquiales.

b. Bibliográfica- Documental: tuvo por objetivo de detectar, ampliar y profundizar diferentes enfoques, conceptualizaciones, teorías y criterios de diversos autores sobre la situación turística de las parroquias rurales Mulaló y Once de Noviembre, basándose en libros, documentos, periódicos, revistas y otras publicaciones. (Herrera, Mediana, & Naranjo, 2004)

En este caso fue preciso realizar una la indagación previa de todo el material biblioFigura existente de las parroquias rurales Mulaló y Once de Noviembre, como planes de desarrollo turístico, convenios o alianzas estratégicas con instituciones públicas o privadas, proyectos anteriores, actuales y proyectos futuros de turismo, inventario turístico parroquial, catastro de servidores turísticos, entre otra información relevante que ayudo a simplificar y agilizar la presente investigación.

En relación a la investigación se utilizó los datos obtenidos de:

- ⌘ Ministerio de Turismo de Cotopaxi.
- ⌘ Jefatura de turismo.
- ⌘ Unidad de turismo del GAD provincial de Cotopaxi.
- ⌘ Junta Parroquial de Mulaló y la Once de Noviembre.
- ⌘ Bibliotecas de la ciudad.
- ⌘ Material virtual.

#### **4.2. Nivel o tipo de Investigación**

Investigación de tipo Descriptiva, se utilizó principalmente para recopilar y describir datos e información sobre las características esenciales de la situación turística de las parroquias rurales Mulaló y Once de Noviembre y detallar los datos obtenidos mediante las técnicas aplicadas en la investigación, logrando así identificar los mecanismos adecuados para la formulación de los proyectos de vinculación.

Así mismo permitió identificar las causas que han incidido para que la actividad turística en estas parroquias permanezca latente y los motivos por los cuales no ha sido posible su activación así como el efecto que esto produce en el desarrollo de la población, en conclusión fue necesario profundizar la problemática turística existente en las parroquias rurales Mulaló y Once de Noviembre.

Por otra parte también fue posible analizar aspectos esenciales inmersos en toda investigación de tipo social tales como: el nivel de liderazgo para enfrentar a nuevos retos, la capacidad de trabajo en equipo y sobre todo el compromiso de los habitantes para velar por el desarrollo de su parroquia.

### **4.3. Fuentes y Técnicas de recolección de datos**

Las fuentes que se utilizarán son:

#### **4.3.1. Primarias**

##### **4.3.1.1. Observación**

Principalmente aplicada para la familiarización y reconocimiento de las parroquias rurales Mulaló y Once de Noviembre, así como para evaluar el comportamiento individual y grupal de los pobladores.

##### **a. Tipo de Observación**

**Directa:** Empleada en los talleres realizados en las respectivas parroquias con la finalidad de describir y evaluar los modelos de comportamiento del grupo quienes mediante la interacción opinaron acerca de las fortalezas y debilidades de su respectivo sector, colaborando así en la construcción del FODA turístico parroquial.

#### **4.3.2. Secundarias**

Corresponde a las fuentes bibliográficas y fuentes virtuales que se necesitarán para el respaldo teórico del proyecto de tesis.

### **4.4. Las técnicas que se utilizaron para la recopilación de datos serán:**

- ⊗ Encuesta a los Dirigentes pertenecientes a los barrios de las parroquias.
- ⊗ Encuesta a turistas extranjeros que visitan el Parque Nacional Cotopaxi.
- ⊗ Entrevista a miembros de las respectivas Juntas Parroquiales.

#### **4.5. Instrumento (s)**

De acuerdo a las técnicas de recolección de datos, se emplearon los instrumentos que se encuentran en el anexo N° 2

#### **4.6. Técnicas de análisis de datos**

Los datos obtenidos mediante las encuestas se analizaron a través del programa SPSS.

Los datos recogidos fueron transformados siguiendo ciertos procedimientos: (Herrera, Mediana, & Naranjo, 2004).

- ⊗ Revisión crítica de la información recogida.-Es decir limpieza de información defectuosa: contradictoria, incompleta, no pertinente, etc.
- ⊗ Repetición de la recolección, en ciertos casos individuales, para corregir fallas de contestación.
- ⊗ Tabulación o cuadros según variables de cada hipótesis: cuadros de una sola variable, cuadro con cruce de variables, etc.
- ⊗ Manejo de información (reajuste de cuadros con casillas vacías o con datos tan reducidos cuantitativamente, que no influyen significativamente en los análisis.
- ⊗ Estudio estadístico de datos para presentación de resultados.

## 4.7. Población y Muestra

### 4.7.1. Población Dirigentes Barriales

La población es la totalidad de elementos a investigar respecto a ciertas características. (Herrera, Mediana, & Naranjo, 2004)

En el caso de la presente investigación al ser una población pequeña esta coincide con la muestra por tal motivo para la aplicación de las encuestas se tomara en cuenta el número total de dirigentes barriales de las respectivas parroquias rurales.

⇒ Número dirigentes barriales de la parroquia rural Mulaló.

41 Dirigentes barriales
-------------------------

**Fuente:** Junta parroquial Mulaló, 2015

⇒ Número dirigentes barriales de la parroquia rural Once de Noviembre.

23 Dirigentes barriales
-------------------------

**Fuente:** Junta parroquial Once de Noviembre

### 4.7.2. Población turistas extranjeros

En el caso de las encuestas aplicadas a los turistas extranjeros se tomó en cuenta el número de los mismos que ingresaron al Parque Nacional Cotopaxi ya que al situarse muy cercano a la zona de estudio se busca captar mercado del mismo

⇒ Número de Turistas que ingresaron al Parque Nacional Cotopaxi en el año 2014.

179000 Turistas
-----------------

**Fuente:** (Ministerio de Ambiente , 2015)

⇒ Número de Turistas Nacionales que ingresaron al Parque Nacional Cotopaxi en el año 2014.

70% del total de turistas
---------------------------

**Fuente:** (Ministerio de Ambiente , 2015)

⇒ Número de Turistas Extranjeros que ingresaron al Parque Nacional Cotopaxi en el año 2012.

30% del total de turistas
---------------------------

**Fuente:** (Ministerio de Ambiente , 2015)

#### **4.7.2.1. Muestra turistas extranjeros**

En muchos casos no se puede investigar a toda la población, sea por razones económicas o porque no se dispone del tiempo necesario, circunstancias por las cuales se acude a un determinado tipo de muestreo, mismo que permite la selección de una parte de la población. Esta debe ser representativa y la más eficiente en su aplicación, es por ello que se opta por el muestreo intencional, el cual toma en consideración el criterio del investigador, mismo que decide quien conforma la muestra de forma justificada. (Herrera, Mediana, & Naranjo, 2004).

### a) Fórmula para determinar la muestra

Para el cálculo de la muestra se ha establecido la fórmula para poblaciones finitas la misma que se muestra a continuación (Herrera, Mediana, & Naranjo, 2004)

$$\frac{Z^2 P Q N}{Z^2 p Q + N e^2}$$

En donde:

<b>n =</b>	Tamaño de la muestra (Número de personas que serán encuestadas)
<b>Z =</b>	Nivel de confiabilidad en el que se establecerá el 95%, que en la tabla equivale al 1.959963985 a nivel práctico cuya aplicación será del 1,96
<b>P =</b>	Probabilidad de ocurrencia que será 0,5
<b>Q =</b>	Probabilidad de no ocurrencia que será 0,5
<b>N =</b>	Población que serán 31.698 personas
<b>e =</b>	Error de muestreo que será del 5%, es decir 0,05

### b) Procedimiento

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5) 179000}{1.96^2 (0.5)(0.5) + 179000 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{171911.6}{448.4604}$$

$$n = 383 \text{ Encuestas}$$

### c) Análisis

Se obtiene como resultado un total de 383 turistas entre nacionales y extranjeros, para conocer la afijación proporcional de la muestra se aplica la siguiente fórmula: (Málaga & Bioestadística, s.f.)



**a) Fórmula**

$$n_h = n \frac{N_h}{N}$$

En donde:

<b>n<sub>h</sub> =</b>	Tamaño del estrato
<b>n =</b>	Muestra
<b>N<sub>h</sub> =</b>	Estrato
<b>N =</b>	Población

**a) Procedimiento**

⇒ Turistas Nacionales que visitaron el Parque Nacional Cotopaxi

$$n_h = 383 \frac{125300}{179000}$$

$$n_h = 278$$

⇒ Turistas Extranjeros que visitaron el Parque Nacional Cotopaxi

$$= 383 \frac{53700}{179000}$$

$$n_h = 105$$

**b) Análisis**

Tras haber aplicado la formula anterior se obtiene el número de encuestas que deberán ser aplicadas a cada grupo que forma parte de la muestra, es decir a los turistas Nacionales que visitan el Parque Nacional Cotopaxi se les aplicara un total de 278 encuestas, mientras que a los turistas extranjeros serán aplicadas 105 encuestas.

#### **4.8. Tipo de muestreo**

Para la aplicación de las encuestas dirigidas a los turistas que el Parque Nacional Cotopaxi se utilizara un tipo de muestreo aleatorio simple, este es utilizado en poblaciones que se caracterizan porque sus elementos representan homogeneidad y los elementos se seleccionan mediante la aplicación de cualquier procedimiento al azar (Méndez, 2004).

Para la aplicación de las entrevistas a los miembros de las Juntas Parroquiales de Mulaló y Once de Noviembre se utilizara el tipo de muestreo no probabilístico por criterio, en este son seleccionados los elementos de acuerdo con el criterio de quien determina la muestra y considera que son los más representativos de la población (Méndez, 2004).

#### **4.9. Resultados de la Investigación**

Se propondrá un modelo de vinculación que permita el estudiante participar directamente en el campo productivo turístico, dicho modelo deberá estar acorde con el plan curricular de la Universidad, en este caso, el de la carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera.

## **CAPÍTULO V**

### **PROPUESTA**



CONTRIBUYENDO AL DESARROLLO TURÍSTICO RURAL

PROGRAMA DE VINCULACIÓN DE LA CARRERA DE INGENIERÍA TURÍSTICA Y HOTELERA

## DENOMINACIÓN O TÍTULO DEL PROGRAMA



### SÍNTESIS DEL PROGRAMA DE VINCULACIÓN

La finalidad del Programa es convertir a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE Extensión Latacunga y en especial de la Carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera en uno de los actores claves de la gestión turística local con el diseño de más de diez proyectos de vinculación enmarcados básicamente hacia dos frentes muy importantes, el primero, visto desde la contribución al desarrollo e impulso de la actividad turística dentro del cantón Latacunga dirigido en especial a sectores urbano marginales y rurales, a través de la formulación de un turismo de carácter sostenible y altamente competitivo, por otro lado y como consecuencia de la actividad turística se pretende que esta forme parte y se consolide como el motor principal de desarrollo y crecimiento económico de las poblaciones intervenidas, atacando los principales problemas que en su mayoría se encuentran inmersos en el sector rural.

El resultados del Programa de Vinculación busca brindar ayuda oportuna a los sectores más vulnerables de la sociedad, teniendo como beneficiarios directos a los habitantes de las parroquias rurales Mulaló y Once de Noviembre, ya que mediante el impulso de la actividad turística local se posibilita la generación de nuevas fuentes de empleo, mitigando la pobreza, minimizando el desplazamiento

de sus pobladores hacia los centros urbanos y por ende manteniendo la unión familiar como aspectos fundamentales del Buen Vivir, además el programa pretende impulsar el fortalecimiento de la identidad cultural, dando como resultado el acercamiento a una mejor calidad de vida, a través, de sus propios recursos capacidades y conocimientos.

Las actividades productivas de los pobladores de las parroquias rurales y sus formas de vida forman parte esencial del componente de atracción de la misma, estos son el motor a través del cual debe girar la oferta turística de las parroquias, teniendo en cuenta además que es la actividad económica más compatible con la conservación y representa un modelo nada agresivo para el desarrollo local.

Los participantes del Programa de Vinculación “**CODETUR**”, estarán en capacidad de generar y administrar emprendimientos turísticos, a fin que puedan auto gestionar proyectos de esta índole para fortalecer su economía y su identidad socio cultural.

Para su diseño y ejecución, se cuenta con el equipo profesional de docentes de la carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera y estudiantes de Octavo, Noveno y Décimo Ciclo de esta carrera, pertenecientes al Departamento de Ciencias Administrativas, de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPEL Extensión Latacunga, como responsables de la ejecución de los proyectos.

## **PRESENTACIÓN PROGRAMA DE VINCULACIÓN “CODETUR”**

El proceso de elaboración del presente Programa partió de las necesidades de los diferentes actores de las parroquias rurales Mulaló y Once de Noviembre, se analizó información en torno al sector turístico de las parroquias, así mismo se realizaron encuestas y entrevistas a varios actores claves del sector, a fin de enriquecer este diseño, se realizaron dos talleres en los que participaron dirigentes barriales, sector empresarial y miembros del GAD parroquial, en los cuales se estableció la situación turística actual del territorio mediante la construcción del FODA turístico parroquial, para luego realizar el diseño del programa de vinculación que por su nivel de investigación cuenta con el respaldo de la población.

Se aplicó también encuestas a los turistas que visitaron el Parque Nacional Cotopaxi, quienes se encuentran principalmente motivados por conocer lugares y tener experiencias nuevas, considerando entre sus principal motivación de viaje la práctica de turismo comunitario, afianzando de esta manera que la demanda turística responderá favorablemente ante la nueva oferta turística local.

El Programa de Vinculación Contribuyendo al Desarrollo Turístico Rural “**CODETUR**” de la Carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera es una herramienta prioritaria basada en las políticas institucionales para promover a través de la actividad vinculante el impulso del sector turístico de la Provincia de Cotopaxi y el desarrollo socio económico de sus pobladores con la participación activa de docentes y estudiantes de la Carrera.

El Programa de Vinculación “**CODETUR**” fue elaborado bajo el criterio y participación de actores claves del proceso tales como: los GADs parroquiales, el Sector Empresarial, Dirigentes barriales y pobladores, quienes aprueban la intervención de la academia para el diseño, ejecución y evaluación de proyectos turísticos, como vía de desarrollo parroquial.

El Programa de Vinculación “**CODETUR**” comprende cinco líneas estratégicas principales que constituirán los pilares fundamentales para la construcción de los proyectos: Fortalecimiento del Sistema de Vinculación de la Universidad de Las Fuerzas Armadas ESPE extensión Latacunga, Capacitación y formación de habilidades turísticas, Fomento en la participación de mujeres y jóvenes, Desarrollo de productos turísticos, Inclusión de los nuevos productos turísticos en la oferta turística local y nacional.

El Programa de Vinculación “**CODETUR**” de la Carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera en conjunto con los lineamientos de los Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial y la gestión de los entes de turismo constituyen fuente importante en la construcción mancomunada para el desarrollo turístico del sector rural a fin de mejorar el nivel de vida de la población.

Cabe recalcar que quizá el turismo es una de las pocas oportunidades de desarrollo para los sectores más vulnerables de la sociedad y la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE extensión Latacunga, a través de su oferta académica ligada a esta actividad se encuentra comprometida con su desarrollo.



## **CATEGORIAS FUNDAMENTALES**

### **PROGRAMA**

Los programas y proyectos encaminados al fortalecimiento del turismo son considerados como componentes esenciales en una acción integrada de desarrollo territorial dentro del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017. El área de intervención es en la capacitación de los actores sociales de los sectores rurales así como los procesos investigativos en torno a la gestión del turismo rural, que se han asociado en base a las actividades del turismo y alineadas a la matriz productiva; sin embargo, la situación actual requiere la activación de ejes transversales que fortalezcan su desarrollo.

El programa de Vinculación se enfoca en el desarrollo del turismo local, que busca mejorar la situación actual del área de estudio, involucrar a la comunidad en el desarrollo e incentivar al turista nacional y extranjero a que visite estos sectores del país que brindan muchas oportunidades de distracción y además constituyen lugares de conocimiento natural, cultural, pudiendo crear alternativas innovadoras para el desarrollo del turismo en el Ecuador, a partir de las experiencias en los sectores rurales.

### **TURISMO RURAL**

Cuando se habla de turismo rural se hace referencia a toda actividad turística desarrollada en zonas rurales, pequeñas localidades o espacios alejados del casco urbano. Adicionalmente, incorpora la cultura, formas organizativas y prácticas productivas rurales como componentes clave del producto.

## **TURISMO RURAL COMUNITARIO**

El turismo rural comunitario suma el contacto cultural y la participación activa de las comunidades a los elementos del turismo rural, esta modalidad de turismo que comienza a tomar forma y fuerza alrededor del mundo está impulsando el desarrollo territorial.

Cuando se habla de un modelo de turismo que impulsa el desarrollo territorial se hace referencia a una herramienta basada en un modelo de auto gestión comunitaria que busca el bien común en el marco de la economía social y el turismo responsable, esto básicamente tiene que ver con incorporar la actividad turística al perfil productivo de un territorio para diversificar su economía logrando así una distribución equitativa de los ingresos entre los integrantes de dicho territorio, de igual manera este modelo tiene que ver con la necesidad de fortalecer las capacidades locales con el fomento de la participación social.

La ubicación geográfica del sector rural sumado a la cultura, formas organizativas, modos de vida y actividades productivas de su gente constituyen la materia prima de esta modalidad de turismo, permitiendo a sus pobladores acceder a los múltiples beneficios que esta ofrece, en la que prima la intervención activa de la comunidad, fomentando la relación intercultural entre el anfitrión y el turista, iniciativa que representa a su vez grandes desafíos para las comunidades quienes deben potencializar su oferta para satisfacer las necesidades de la demanda turística.

Este surge gracias a la gestión y apoyo de entidades gubernamentales, no gubernamentales y sobre todo a la iniciativa comunitaria mediante la cual es posible la puesta en marcha emprendimientos ligados a esta actividad, misma que surge como una oportunidad para los sectores con mayor vulnerabilidad del territorio.

Está claro que el turismo de base comunitaria es el que surge de la misión compartida de una actividad consensuada entre todos los actores del territorio que los lleva a compartir experiencias vivenciales auténticas con visitantes ajenos a las mismas y priorizando la conservación de los recursos, por tanto esta modalidad de turismo apunta a un perfil de turista responsable y sensible a la identidad local facilitando así las relaciones interculturales que a su vez dignifican tanto a visitantes como a anfitriones.

## **DESARROLLO COMUNITARIO**

El desarrollo comunitario es uno de los ámbitos de actuación más valorados dentro de la acción social, que permite la intervención en estos grupos sociales para generar cambios positivos dentro de los mismos, en otras palabras, el desarrollo comunitario se dirige especialmente a aquellas comunidades sobre las cuales se presentan problemas o dificultades con el objetivo de dar atención a las necesidades para lograr su desarrollo y mejorar su calidad de vida.

## **DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL ÁREA DE INTERVENCIÓN DEL PROGRAMA**

En base al diagnóstico estratégico realizado a las parroquias rurales de San Francisco de Mulaló y Once de Noviembre del cantón Latacunga provincia de Cotopaxi a través de encuestas, entrevistas, talleres y bases bibliográficas, se identificó que se trata de poblaciones con un elevado índice de vulnerabilidad, cuyos ingresos económicos obtenidos principalmente gracias al sector primario en su mayoría solo cubren las necesidades básicas de la población.

La principal preocupación de estas poblaciones es sin duda el desempleo y la pobreza que aquejan diariamente a sus habitantes, se trata de territorios que se encuentran inmersos en la necesidad de buscar nuevas fuentes de desarrollo parroquial, a fin de minimizar el impacto de estos problemas sociales.

Por su parte los aportes de entidades publicas y/o privadas son tan limitados, que no ayudan a satisfacer estas importantes necesidades locales.

La parroquia rural Mulaló está conformada por 8.093 habitantes de los cuales el 88% son personas inmersas en la pobreza, en su mayoría sus habitantes no tienen otra fuente de ingreso a mas de sus actividades productivas principales ligadas a la agricultura, floricultura, ganaderia, micro empresas lecheras y crianza de especies menores.

En cuanto a la planta turistica se identifica escasas de establecimientos de alojamiento dentro de la parroquia, los establecimientos de alimentación también son limitados y en su mayoría se trata de locales informales que presentan deficiencias en cuanto al servicio, instalaciones y buenas prácticas sanitarias.

En la actualidad existe escases de actividades relacionadas al turismo dentro de la parroquia y la existente es manejada bajo la informalidad y en muchos de los casos de forma particular, es decir sin la base de la participación comunitaria.

Sin embargo, estas debilidades encontradas en la parroquia rural Mulaló pueden llegar a convertirse en importantes fortalezas ya está presenta condiciones favorables que posibilitan la generación de proyectos encaminados al impulso de emprendimientos turísticos en el territorio, por sus características paisajísticas y altamente productivas.

Las vías de desarrollo son accesibles para esta parroquia en cuanto actividad turística se refiere, ya que su territorio posee particularidades excepcionales que la pueden llegar a convertir en un importante destino para la práctica de turismo rural comunitario, ya que se encuentra estratégicamente ubicado junto al volcán Cotopaxi uno de los atractivos más importantes y visitados del país tanto por turistas nacionales como extranjeros, se trata de una zona de alto potencial turístico que se suma a un territorio altamente productivo en el que la producción de lácteos, la agricultura, la ganadería y la floricultura pueden consolidarse como actividades protagonistas para el turismo de Mulaló, puntos a favor para considerar que el turismo puede ser una importante fuente de desarrollo para la parroquia y que pueden acarear múltiples beneficios para su población.

En el caso de la parroquia rural Once de Noviembre las condiciones son un poco más complejas, por una parte el nivel de pobreza en la parroquia rural Once de Noviembre es aún más crítico, a pesar de tener los mismos beneficios político administrativos que las demás parroquias rurales del cantón, ya que de los 1.988 habitantes pertenecientes a la misma el 93.5% se encuentran inmersos en la pobreza convirtiéndola en la segunda parroquia rural con el índice de pobreza más alto del cantón Latacunga.

Por otra parte agrava la situación la carencia y ausencia de espacios y o atractivos turísticos propios o aledaños, esto sumado a que su sistema turístico actualmente es crítico debido a que sus componentes no presentan una correcta interrelación, la gobernanza turística es débil no existen planes de desarrollo turístico provinciales, cantonales o parroquiales que generen impacto en el territorio, insuficientes ordenanzas expedidas para el desarrollo del turismo, y políticas institucionales frágiles.

La planta turística no presenta condiciones favorables, existe escases de establecimientos de alojamiento dentro de la parroquia y los establecimientos de alimentación son limitados, al igual que la parroquia Mulaló presentan múltiples deficiencias en cuanto al servicio, instalaciones y buenas practicas sanitarias, están principalmente conformados por locales informales, la demanda turística se encuentra inactiva por la escases de actividades y productos turísticos, la infraestructura presenta condiciones inadecuadas en cuanto al sistema de transporte público, ya que es inexistente.

La parroquia Once de Noviembre presenta condiciones para ser intervenida con proyectos de sensibilización turística y charlas de emprendimiento turístico que informe a sus habitantes sobre los múltiples beneficios de esta actividad como mecanismo de desarrollo.

En todos los casos es posible la dinamización turística de un territorio, con trabajo constante y la participación interinstitucional, mediante la implementación de proyectos turísticos comunitarios como herramienta para crear nuevas fuentes de empleo que establezca la economía de la población, que mitiguen la migración y la desintegración de las familias y sobre todo que siembren en sus habitantes la conciencia sobre el resguardo de su costumbres y tradiciones valorándolas y respetándolas a través del tiempo.

Entre los principales problemas determinados tenemos:

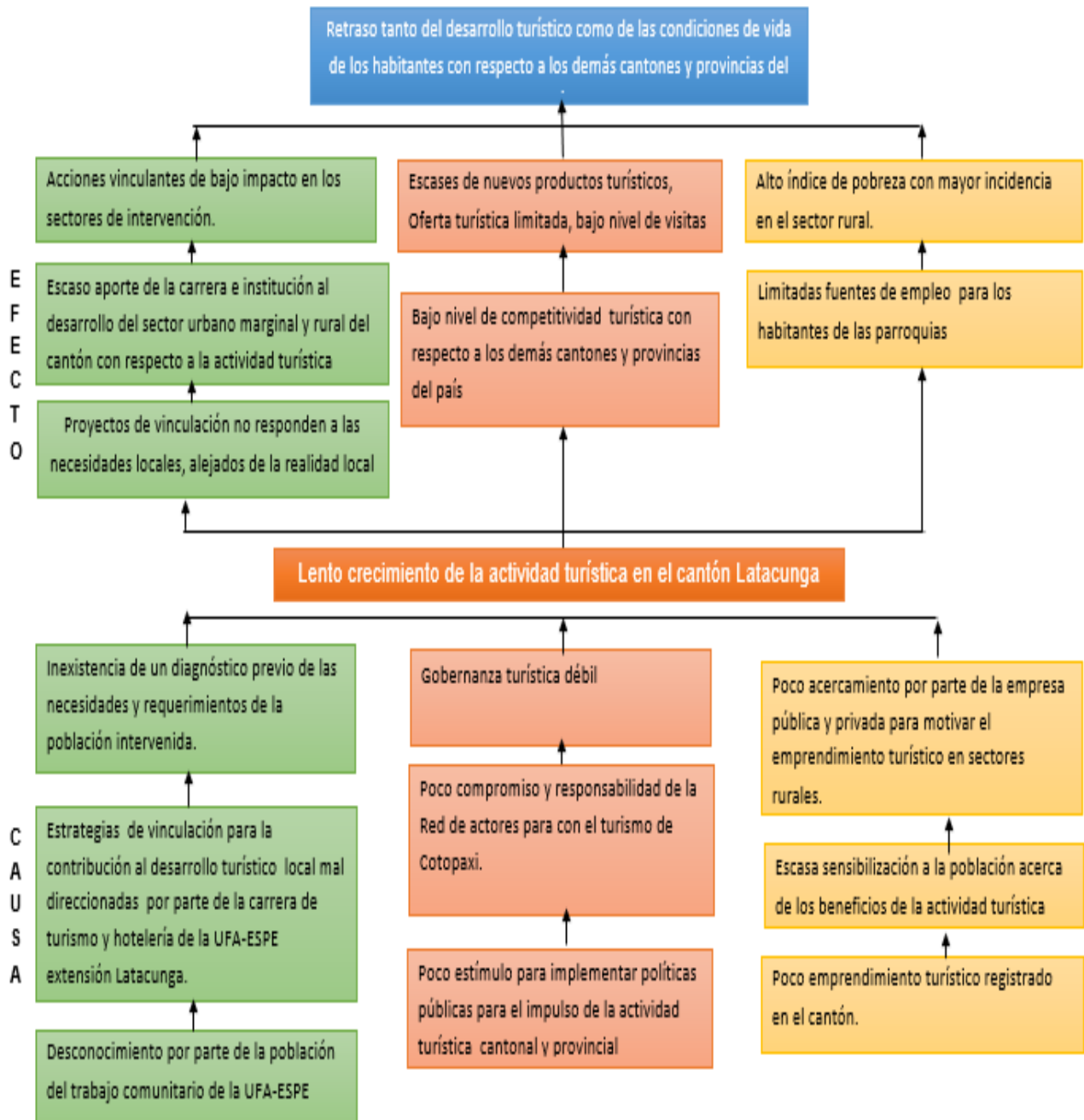
En nivel elevado:

- ✚ Pobreza
- ✚ Escases de empleo
- ✚ Limitadas acciones por parte de autoridades competentes en aspectos de desarrollo local.
- ✚ Desatención de los grupos prioritarios

Este programa al ser de carácter vinculante se fundamenta en la necesidad imprescindible de contribuir en el avance y progreso de las poblaciones más necesitadas a través de la intervención eficaz y oportuna del grupo que conforma la carrera de Ingeniería en administración Turística y Hotelera de la Universidad de Las Fuerzas Armadas ESPE extensión Latacunga.

## IDENTIFICACIÓN Y DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

### a) Esquema





## **b) Interpretación del árbol de problema**

Se han planteado tres causas principales que evidencian el lento crecimiento de la actividad turística en el cantón Latacunga una de ellas vista desde la participación de la carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera de la UFA-ESPE Extensión Latacunga, a través de la vinculación como herramienta primordial de la institución para el apoyo al bienestar social. Siendo esta causa la que en especial se analizara a continuación.

Al momento y de acuerdo a los estudios realizados se concluye que existe un alto desconocimiento por parte de la población de las parroquias rurales de Mulaló y Once de Noviembre del trabajo vinculante que realiza la Universidad y Carrera a favor del sector urbano marginal y rural del cantón y provincia, se determinó que una de las causas radica en la inadecuada estrategia de vinculación que se maneja a favor del desarrollo turístico local, esto debido a una causa mayor o principal que es la inexistencia de un diagnóstico previo de las necesidades y requerimientos de las poblaciones que han sido intervenidas.

Teniendo como resultante la entrega de proyectos de vinculación que no están respondiendo a dichas necesidades, encontrándose muchas de las veces alejados de la realidad local, desencadenando en acciones vinculantes de bajo impacto en los sectores de intervención.

Por lo tanto y con la finalidad de tomar con seriedad y compromiso el apoyo de la institución para con el sector se presenta el rediseño del modelo de vinculación tradicional mismo que pretende generar mayor impacto social, afín a los requerimientos de las parroquias rurales diagnosticadas y con el objetivo fundamental de promover la actividad turística en los sectores urbano marginales y rurales del cantón Latacunga sobre la base de la participación comunitaria, y contribuir al desarrollo socio-económico de la población, mediante proyectos de interés turístico sostenibles, inclusivos y solidarios.

## PERTINENCIA DE LAS DE LAS IES – VINCULACIÓN

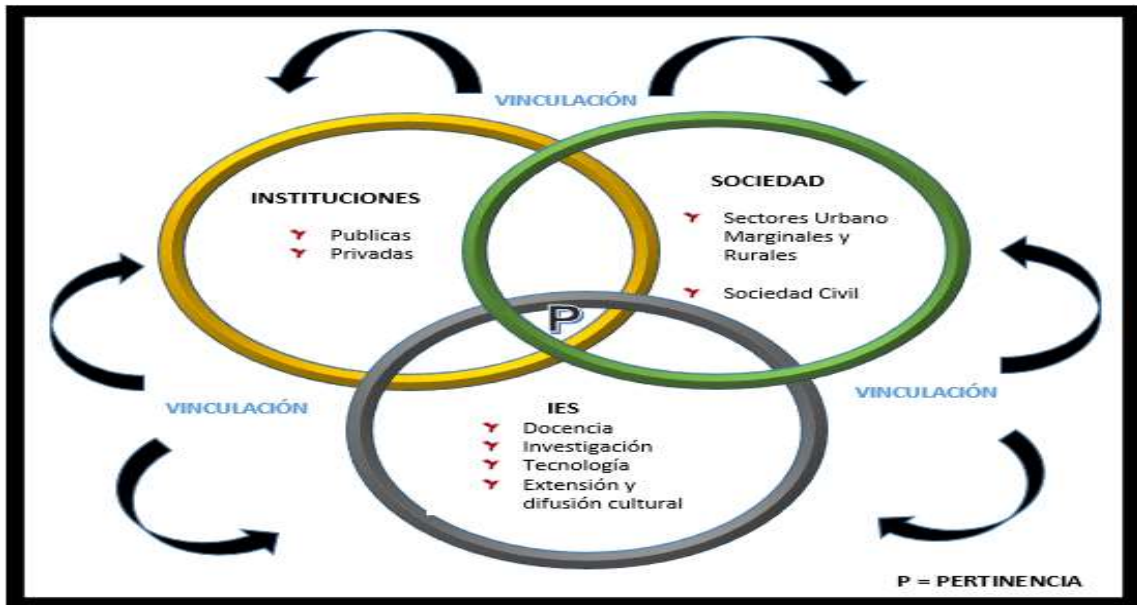


Figura 136: Pertinencia de las IES – Vinculación

## TRANSVERSABILIDAD DE LA VINCULACIÓN



Figura 137: Transversalidad de la Vinculación

## **FORMULACIÓN DE VISIÓN Y MISIÓN EN EL AMBITO DE VINCULACIÓN**

### **VISIÓN**

Carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera líder en vinculación a través del aporte oportuno del conocimiento y tecnología para impulsar el desarrollo de la actividad turística Provincial, especialmente de los sectores urbano marginales y rurales, por su vulnerabilidad, brindando solución a problemas sociales, económicos, culturales y ambientales de las zonas de intervención y contribuyendo con una mejor calidad de vida para población.

### **MISIÓN**

Gestionar desde la academia el desarrollo turístico rural provincial a través de la preparación, ejecución y evaluación de proyectos turísticos de alto impacto, sostenibles, incluyentes, solidarios, innovadores y bajo la base de la participación comunitaria, como compromiso de la responsabilidad social institucional con el respaldo de las políticas de vinculación de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.

### **OBJETIVO GENERAL DEL PROGRAMA DE VINCULACIÓN “CODETUR”**

- ✚ Promover la actividad turística en los sectores urbanos marginales y rurales del cantón Latacunga sobre la base de la participación comunitaria, a fin de impulsar la actividad turística local y contribuir al desarrollo socio-económico de la población, mediante proyectos de interés turístico, sostenible, inclusivo y solidario.

## **OBJETIVOS ESPECIFICOS DEL PROGRAMA DE VINCULACIÓN “CODETUR”**

- ✚ Apoyar la gestión y mecanismos de ejecución y evaluación de proyectos turísticos para el desarrollo de actividad turística y contribuir social, económica y culturalmente a los sectores menos atendidos del Cantón Latacunga.
- ✚ Dar respuesta mediante la actividad turística a las necesidades de los sectores urbanos marginales y rurales a través de programas de vinculación aliñados a las políticas de Ciencia y tecnología de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.
- ✚ Contribuir el desarrollo de productos turísticos en base a las potencialidades del territorio teniendo en cuenta la situación real del mismo y lograr su posicionamiento en la oferta turística local y nacional.
- ✚ Ofrecer incentivos a estudiantes y docentes, que motiven su participación en proyectos de desarrollo turístico con responsabilidad, seriedad, compromiso y profesionalismo.

## LINEAS ESTRATÉGICAS

Las cuatro Líneas estratégicas y sus respectivas acciones se han estructurado como esenciales para el desarrollo y puesta en marcha del Programa de Vinculación “CODETUR”.

Fortalecimiento del Sistema de Vinculación de la Carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera de Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE extensión Latacunga.

- ⇒ Conformación del consejo de vinculación permanente de la carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera.
- ⇒ Impulso a la iniciativa de establecer alianzas estratégicas con las diferentes instituciones gubernamentales y no gubernamentales para la facilitación del cumplimiento de los objetivos del programa.
- ⇒ Sensibilización y concientización a la comunidad politécnica sobre temas relacionados con la importancia del acercamiento a los sectores urbano marginales y rurales como principio del compromiso social.
- ⇒ Apoyo y cooperación institucional interna, fomento a la participación de los estudiantes de las distintas carreras y grupos artísticos institucionales en el programa de vinculación.
- ⇒ Construir cadenas de voluntariado dentro y fuera de la institución para minimizar recursos y maximizar resultados.

### Capacitación y formación de habilidades en actividades turísticas.

- ⇒ Capacitaciones permanentes en función de los proyectos diseñados en el territorio.
- ⇒ Capacitaciones en función a las necesidades y requerimientos de la población, deberán estar sujetas a la realidad turística de la zona de intervención y ser útiles para sus integrantes.
- ⇒ Formación de habilidades, gastronómicas, artísticas, culturales, servicios, entre otras.
- ⇒ Intercambio de experiencias con emprendimientos consolidados en materia de turismo rural comunitario.
- ⇒ Implementación de la agenda institucional de capacitación y formación de habilidades en función al desarrollo turístico cantonal.

### Fomento en la participación de mujeres y jóvenes

- ⇒ Priorizar y asegurar la representación y la participación de mujeres y jóvenes en los proyectos de vinculación.
- ⇒ Diseño de proyectos dirigidos especialmente a este grupo de atención prioritaria.
- ⇒ Homenajes en honor al logro de mujeres y jóvenes por las acciones a favor del desarrollo turístico de su territorio.

Impulso al desarrollo de productos turísticos e Inclusión en la oferta turística local y nacional.

⇒ Convenio entre los GADs parroquiales y Cantonales, sector empresarial, población y la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE extensión Latacunga.

⇒ Alianzas estratégicas con operadores turísticos locales.

### IMPACTO ESPERADOS DEL PROGRAMA



**Figura 138: Impacto del Programa de Vinculación CODETUR**

## BENEFICIARIOS DEL PROGRAMA

Los beneficiarios directos e indirectos del programa de vinculación son:

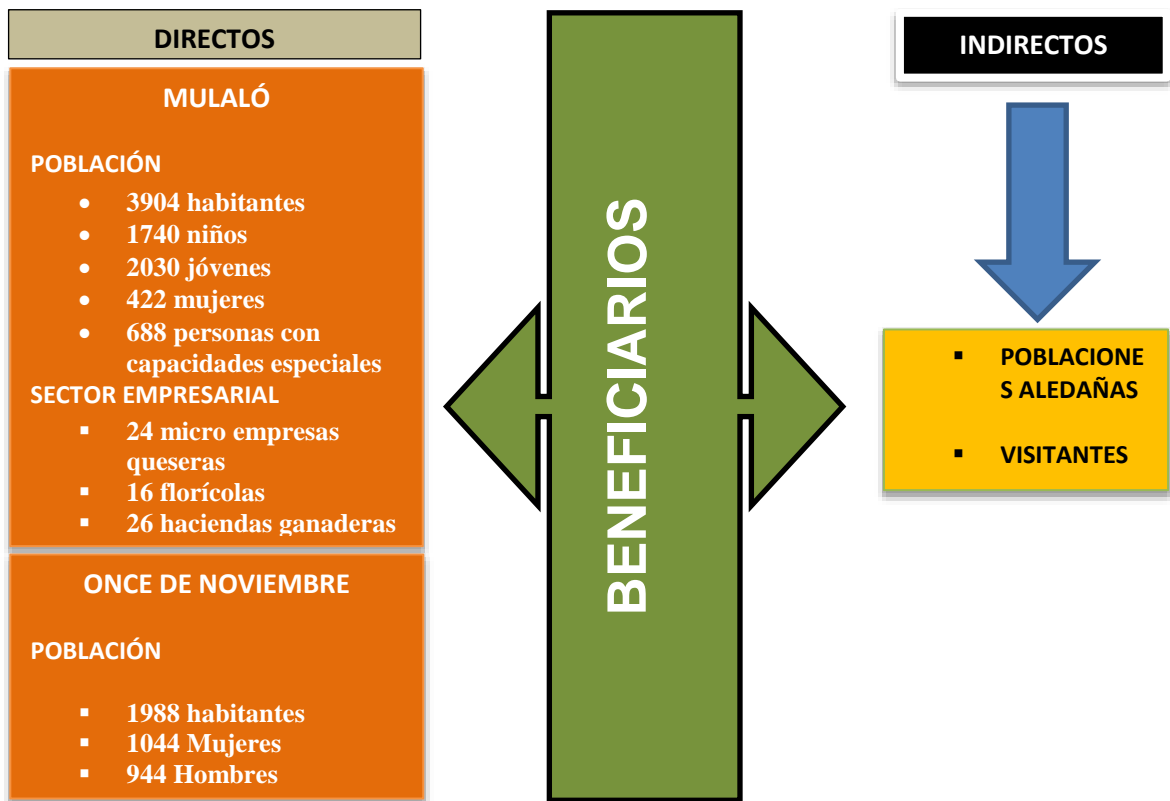


Figura 139 : Beneficiarios del Programa



## FORMULACION DE PROGRAMAS Y PROYECTOS

LÍNEA DE ACCIÓN	OBJETIVO ESTRATÉGICO	PROGRAMA	PROYECTOS	PRESUPUESTO	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	TIEMPO DE EJECUCIÓN
CAPACITACIÓN	Fomento a la concientización y sensibilización de la actividad turística a la población de las parroquias rurales Mulaló y Once de Noviembre.	PROGRAMA CODETUR 1  “Acercándonos al Turismo Rural Comunitario”  (Fundamentos, conceptos y sensibilización turística )	<u>Proyecto N° 1.</u> <u>“Visión Turística”</u>	\$200	Colaboración estudiantil	<u>4 meses</u>
			<u>Proyecto 2.</u> <u>“INFATUR”</u>	\$300	Colaboración estudiantil	<u>1 mes</u>
			<u>Proyecto 4</u> <u>“CONOTUR”</u>	\$200	Colaboración estudiantil	<u>4 meses</u>
LÍNEA DE ACCIÓN	OBJETIVO ESTRATÉGICO	PROGRAMA	PROYECTOS	PRESUPUESTO	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	TIEMPO DE EJECUCIÓN
ASESORIA TURISTICA	Desarrollar y fortalecer las capacidades locales mediante la enseñanza de herramientas de planificación turística, a fin de potencializar el sector urbano marginal y rural del cantón Latacunga.	PROGRAMA CODETUR 2  “Asesoría Turística” <u>Elaboración de planes, productos y emprendimientos turísticos.</u>	<u>Proyecto N°1</u> <u>Elaboración de Planes Turísticos</u>	\$200	Colaboración estudiantil	<u>8 meses</u>
			<u>Proyecto N°2</u> <u>Desarrollo de Productos Turísticos Comunitarios</u>	\$200	Colaboración estudiantil	<u>5 meses</u>
			<u>Proyecto N°3</u> <u>Asesoría para la gestión turística de los Gobiernos Parroquiales</u>	\$500	Gad parroquial  Aporte Universidad	<u>1 año</u>

LÍNEA DE ACCIÓN	OBJETIVO ESTRATÉGICO	PROGRAMA	PROYECTOS	PRESUPUESTO	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	TIEMPO DE EJECUCIÓN
EMPREDIMIENTO TURISTICO	Impulsar el turismo rural comunitario en la Parroquia rural Mulaló como mecanismo de desarrollo socio económico de la población.	PROGRAMA CODETUR 3  “EmPrende Cotopaxi”  (Creación e impulso de emprendimientos turísticos comunitarios )	<u>Proyectos N° 1.</u> <u>“REDPROTUR”</u>	\$ 300	Gad parroquial  Voluntariado	8 meses
			<u>Proyectos N° 2.</u> <u>“CENTRO COMUNITARIO TURÍSTICO MULALÓ”</u>	\$ 500	Gad parroquial  Voluntariado	8 meses
LÍNEA DE ACCIÓN	OBJETIVO ESTRATÉGICO	PROGRAMA	PROYECTOS	PRESUPUESTO	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	TIEMPO DE EJECUCIÓN
FORMACION DE HABILIDADES	Construir una cadena de apoyo al sector turístico del cantón a través del voluntariado y promover la inclusión social mediante la formación de habilidades turísticas	PROGRAMA CODETUR 4  “Formando Líderes”  Creación de grupos de apoyo y formación de habilidades turísticas.	<u>Proyecto 1</u> <u>“VOLUNTARIOS CODETUR”</u>	\$200	Aporte  Universidad	Sin especificación
			<u>Proyecto 2</u> <u>FORMACIÓN DE HABILIDADES TURÍSTICAS</u>	\$300	<u>Gad parroquial</u>  Colaboración estudiantil	6 meses

**PROGRAMA 1 “CODETUR”**  
**“Acercándonos al Turismo Rural Comunitario”**

## PROYECTO 1

### Nombre del proyecto

“CONOTUR”, Conociendo e Interpretando nuestra realidad turística

### Localización geográfica

Parroquias urbano marginales y rurales del cantón Latacunga

### Resumen del proyecto

**“Conociendo e Interpretando Nuestra” Realidad”** es básicamente un proyecto de evaluación, en el que el principal objetivo es diagnosticar la situación turística de los territorios que van a ser intervenidos. Este proceso de planificación establece y evalúa la situación de un destino en un momento determinado. Visto desde otra perspectiva, el diagnóstico establece la diferencia entre la situación actual del turismo de un territorio previo a su intervención y permite identificar los resultados obtenidos después de la misma.

Partiendo de lo ya mencionado, el diagnóstico constituye la fuente directa de información que permitirá la toma de decisiones acerca de las acciones posteriores que se tomaran a favor del desarrollo del territorio que será futuramente favorecido por la vinculación, así mismo constituye la herramienta que permite evaluar el éxito o fracaso de los programas y proyectos planteados.

El presente proyecto está dirigido aquellos territorios que en el futuro se sumaran al grupo de beneficiados por la actividad vinculante de la Universidad y Carrera, proyecto que se realizará previo a su intervención, a fin de asegurar que tanto las temáticas de capacitación como los proyectos de emprendimiento que se puedan generar en la zona se ajusten a las necesidades de la población y a su realidad local.

## Ficha Técnica del Proyecto

**NOMBRE DEL PROYECTO:**

**DURACIÓN:** 4 MESES

Conociendo e Interpretando Nuestra Realidad Turística “**CONOTUR**”

### OBJETIVO GENERAL

Diagnosticar la situación turística de los territorios, previa a su intervención, como herramienta indispensable para identificar la realidad local y en base a ello formular la línea de proyectos para el territorio y que permita evaluar el éxito o fracaso de los programas y proyectos planteados y los resultados obtenidos.

### CONTENIDO

### PERFIL DE LOS CAPACITADORES

- |   |   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Componente 1 - Estudio y evaluación</li> <li>• Caracterización del paisaje natural y urbano</li> <li>• Inventario, clasificación y jerarquización de atractivos turísticos</li> <li>• Catastro de la planta turística o inventario de la oferta.</li> <li>• Talleres, encuestas o sondeos de identificación de la capacidad y actitud de la comunidad receptora</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Docente con titulación en el área de turismo con conocimientos acerca de turismo comunitario.</li> </ul>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Componente 2 - Análisis y síntesis</li> <li>• Análisis FODA</li> <li>• Perfil del visitante y análisis del mercado</li> <li>• Proyecciones de necesidades de alojamiento</li> <li>• Componentes del espacio turístico</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>b) Docentes con capacidad de liderazgo, compromiso, responsabilidad, motivación.</li> <li>c) Docentes con experiencia en manejo de grupos y constante actualización de metodologías didácticas para proyectos de evaluación.</li> <li>d) Estudiantes a partir de sexto nivel de la carrera de Ingeniería en Administración turística y hotelera de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE extensión Latacunga</li> <li>e) Estudiantes con capacidad de liderazgo, compromiso, responsabilidad y motivación.</li> </ul> |

## Componentes, actividades y tiempo de ejecución del proyecto

ETAPA	COMPONENTE / ACTIVIDAD	TIEMPO DE EJECUCIÓN	
	<b>Componente 1 - Estudio y evaluación</b>		
<u>Primera etapa</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✔ Caracterización del paisaje natural y urbano</li> <li>✔ Inventario, clasificación y jerarquización de atractivos turísticos</li> <li>✔ Catastro de la planta turística o inventario de la oferta</li> <li>✔ Inventario o identificación de elementos de infraestructura como agua, electricidad, vías de acceso y sistemas de transporte.</li> <li>✔ Mapeo de actores sociales</li> <li>✔ Revisión de planes, políticas, regulaciones que afectan a la actividad turística.</li> <li>✔ Talleres, encuestas o sondeos de identificación de la capacidad y actitud de la comunidad receptora</li> </ul>	<b><u>2 meses</u></b>	
	<b>Componente 2 - Análisis y síntesis</b>		
	<u>Segunda etapa</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✔ Análisis FODA</li> <li>✔ Perfil del visitante y análisis del mercado</li> <li>✔ Análisis de impacto ambiental</li> <li>✔ Proyecciones de necesidades de alojamiento</li> <li>✔ Componentes del espacio turístico</li> <li>✔ Análisis de uso de suelo, ordenamiento territorial y zonificación</li> <li>✔ Identificación de áreas gravitacionales y focos urbanos</li> <li>✔ Definición de macro productos y productos turísticos</li> <li>✔ Definición y caracterización de actividades turísticas potenciales.</li> </ul>	<b><u>2 meses</u></b>

**Tabla 151:**

**Tabla resumen del Proyecto**

No.	COMPONENTE	ACTIVIDAD	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4			
			Semana				Semana				Semana				Semana			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
			S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
1	Estudio y evaluación	Caracterización del paisaje natural y urbano																
		Inventario, clasificación y jerarquización de atractivos turísticos																
		Catastro de la planta turística o inventario de la oferta																
		Inventario o identificación de elementos de infraestructura como agua, electricidad, vías de acceso y sistemas de transporte.																
		Mapeo de actores sociales																
		Revisión de planes, políticas, regulaciones que afectan a la actividad turística.																
		Talleres, encuestas o sondeos de identificación de la capacidad y actitud de la comunidad receptora																

CONTINÚA 





## **PROYECTO 2.**

### **Nombre del proyecto**

“Visión Turística” Concientización y sensibilización turística en las Comunidades

### **Localización geográfica**

Parroquias rurales Mulaló y Once de Noviembre

### **Resumen del proyecto**

El presente proyecto nace con el objeto de reorientar las temáticas de capacitación entregadas hasta la actualidad a los sectores que han sido beneficiados por la actividad vinculante de la carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera.

De acuerdo al diagnóstico levantado en las parroquias rurales de Mulaló y Once de Noviembre se determinó el elevado nivel de vulnerabilidad de su población, se trata de poblaciones ajenas a la actividad, no ha sido participes de algún tipo de emprendimientos comunitarios por ende se evidencia la inexistencia de productos turísticos consolidados en dichos territorios, en estos casos el modelo tradicional de vinculación se encuentra algo ajeno a las necesidades y requerimientos de la población y no se ajustan a su realidad local.

Por ello al tratarse de poblaciones relativamente ajenas a la actividad turística surge la necesidad de modificar el modelo de vinculación tradicional, las acciones a tomar estarán encaminadas principalmente hacia la concientización y sensibilización turística, este tipo de capacitaciones son primordiales constituyen la etapa inicial en poblaciones que presentan este tipo de características.

Este nuevo modelo capacitación busca enraizar la cultura turística en la población, que a su vez permitirá a la carrera e institución potencializar su aporte al sector turístico de los territorios intervenidos generando mayor impacto en el para el desarrollo de sus habitantes.

Las temáticas de capacitación que se proyectan a continuación y que se encuentran enmarcadas en este proyecto están diseñadas bajo la participación activa en talleres y encuestas de los pobladores de las parroquias que formaron parte de esta investigación, así como del aporte bibliográfico de proyectos que son ejemplo de desarrollo turístico a nivel mundial.

El proyecto consta de tres etapas que se desarrollarán a lo largo de cuatro meses en los cuales las capacitaciones se realizarán de preferencia los fines de semana con una duración de cinco horas diarias contemplando un total de 80 horas de capacitación mismas que deberán ser constatadas en la certificación que se les entregue a los participantes, cabe recalcar que para que al estudiante se le acredite el certificado de haber cumplido con las 160 horas de vinculación establecidas de manera obligatoria, deberá formar parte de al menos dos proyectos de este tipo.

## Ficha Técnica del Proyecto

**NOMBRE DEL PROYECTO:**

**DURACIÓN:** 4 MESES

VISION TURISTICA “Concientización y sensibilización turística en las Comunidades”

### OBJETIVO GENERAL

Concientizar y sensibilizar acerca de la actividad turística a la población de las parroquias rurales Mulaló y Once de Noviembre a través de capacitación, para promover la cultura turística como principio fundamental de desarrollo.

### CONTENIDO

### PERFIL DE LOS CAPACITADORES

- |   |  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Componente 1 - Marco general del turismo</li> <li>✚ Componente 2 – Cultura Turística</li> <li>✚ Componente 3 - Turismo y desarrollo local</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>f) Docente con titulación en el área de turismo con conocimientos acerca de turismo comunitario.</li> <li>g) Docentes con capacidad de liderazgo, compromiso, responsabilidad, motivación.</li> <li>h) Docentes con experiencia en manejo de grupos y constante actualización de metodologías didácticas para proyectos de capacitación.</li> <li>i) Estudiantes que hayan cursado el sexto nivel de la carrera de Ingeniería en Administración turística y hotelera de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE extensión Latacunga</li> <li>j) Estudiantes con capacidad de liderazgo, compromiso, responsabilidad y motivación.</li> </ul> |
|---|--|

**CONTINÚA**



**POBLACIÓN OBJETIVO**

Habitantes de las parroquias rurales Mulaló y Once de Noviembre comprendidos entre 20 a 65 años pertenecientes al sector económico medio-bajo con prioridad aquellos que se encuentran en desventaja.

**REQUISITOS**

Pertenecer a las parroquias donde se desarrolla el proyecto de concientización y sensibilización turística, con buena predisposición de aprendizaje, alto grado de responsabilidad, compromiso, motivación y capacidad de trabajo en equipo.

**METODOLOGIA DE CAPACITACIÓN**

Método Analítico, estudio de casos reales, seminarios, talleres, exposiciones, clases prácticas

**EVALUACIÓN**

Realización de trabajos y proyectos turísticos, talleres grupales, auto-evaluación conjunta

**INDICADORES**

- a) Número de personas capacitadas en concientización y sensibilización turística
- b) Asistencia de participantes en relación al objetivo anual.
- c) Numero de herramientas bibliográficas utilizadas.
- d) Resultados de las encuestas de satisfacción.

**DIAS HABLES**

Sábados (16)

**NUMERO DE HORAS**

5 horas

**TOTAL DE HORAS**

80 horas

## Componentes, actividades y tiempo de ejecución del proyecto

ETAPA	COMPONENTE / ACTIVIDAD	TIEMPO DE EJECUCIÓN
<u>Primera etapa</u>	<b>Componente 1 - Marco general del turismo</b>	
	✚ Conceptos y bases del turismo	
	✚ Conceptos y bases del turismo rural comunitario.	<b><u>1 mes</u></b>
	✚ Sensibilización en turismo rural comunitario	
	✚ Turismo y Cultura	
	✚ Turismo y Territorio	
	✚ Turismo y Desarrollo	
	✚ Turismo Sostenible	
<u>Segunda etapa</u>	<b>Componente 2 – Cultura Turística</b>	
	✚ Colaboración triangular turismo cultura y comunidad	
	✚ El esquema del turismo sostenible	
	✚ Sostenibilidad cultural y patrimonial	
	✚ Los atractivos y servicios se complementan y funcionan mejor	<b><u>2 meses</u></b>
	✚ El papel de la comunidad en el desarrollo del turismo rural comunitario	
	✚ Esfuerzos para mantener la armonía entre el turista y la comunidad.	
<u>Tercera etapa</u>	<b>Componente 3 - Turismo y desarrollo local</b>	
	✚ El turismo y atenuación de la pobreza	
	✚ El turismo como generador de empleo	
	✚ El turismo como herramienta para mejorar la calidad de vida de la población.	<b><u>1 meses</u></b>
	✚ La actividad turística para la inclusión social	
	✚ Ejemplificación de emprendimientos turísticos nacionales y extranjeros y su aporte en el desarrollo socio económico de sus habitantes.	
	✚ Fin de las actividades. (aplicación de encuesta de satisfacción)	

Tabla 152:

Tabla resumen del proyecto

No.	COMPONENTE	ACTIVIDAD	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				
			Semana				Semana				Semana				Semana				
			1 S	2 S	3 S	4 S	1 S	2 S	3 S	4 S	1 S	2 S	3 S	4 S	1 S	2 S	3 S	4 S	
1	Marco general del turismo	¿Qué es turismo?	■																
		¿Qué beneficios tiene elaborar un plan de negocios?	■																
		¿Cómo elaborar planes de desarrollo turístico?	■																
		Conceptos y bases del turismo	■																
		Sensibilización en turismo rural comunitario		■															
		Turismo y Cultura		■	■														
		Turismo y Territorio				■													
		Turismo y Desarrollo					■												
		Turismo Sostenible						■											

CONTINÚA 



## PROYECTO 3.

### **Nombre del proyecto**

“INFATUR” “Concientización y Sensibilización Turística Infantil”

### **Localización geográfica**

Parroquias rurales Mulaló y Once de Noviembre

### **Resumen del proyecto**

El “Proyecto de Concientización y Sensibilización Turística Infantil” está diseñado bajo la premisa de crear conciencia turística en los niños acerca de los múltiples beneficios que esta actividad puede generar para ellos, sus familias y su territorio. Teniendo en cuenta que a temprana edad es más fácil estimular y/o modificar las conductas de los seres humanos, con el objetivo de resguardar a futuro la identidad del territorio y su población.

Se trata de un tema de suma importancia ya que se basa en una propuesta formativa centrada en los conceptos de turismo, atractivos turísticos naturales y culturales y sobre todo la concientización turística, dirigida a los niños de las escuelas primarias de las parroquias rurales Mulaló y Once de Noviembre a fin de educar e instruir a los más pequeños sobre el patrimonio cultural y natural del cantón, para así fortalecer la identidad a partir de un sentido de pertenencia enraizado.

El fin de este proyecto es que los niños de las escuelas locales de nivel primario participen en los talleres programados por docentes y alumnos de la carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera y así adquieran conciencia de la realidad turística y sensibilización acerca de la importancia de ser anfitriones del territorio y cumplir con el rol de informantes turísticos ante quienes visitan el lugar.



Las temáticas de capacitación están diseñadas bajo la participación activa en talleres charlas participativas, talleres, ejercicios en clase, clases prácticas, visitas de campo y actividades recreativas.

El proyecto consta de tres etapas que se desarrollarán a lo largo de un mes de capacitación, se realizaran los días sábados con una duración de ocho horas diarias contemplando un total de 40 horas de capacitación, mismas que deberán ser constatadas en la certificación que se les entregue a los participantes, cabe recalcar que para que al estudiante se le acredite el certificado de haber cumplido con las 160 horas de vinculación establecidas de manera obligatoria, deberá formar parte de cuatro proyectos de este tipo.

## Ficha Técnica del Proyecto

**NOMBRE DEL PROYECTO:**

**DURACIÓN:** 1 MES

“INFATUR” “Concientización y Sensibilización Turística Infantil”

### OBJETIVO GENERAL

Crear conciencia turística en los niños pertenecientes a las parroquias rurales Mulaló y Once de Noviembre a través de conceptos turísticos y mecanismos para incentivar la cultura turística infantil.

### CONTENIDO

### PERFIL DE LOS CAPACITADORES

- ✚ Componente 1 - Conceptos y bases del mágico mundo del turismo.
- ✚ Componente 2 – Cultura turística infantil
- ✚ Componente 3 – Salida turística infantil

- a) Docentes con titulación en el área de turismo con conocimientos acerca de turismo comunitario.
- b) Docentes con capacidad de liderazgo, compromiso, responsabilidad, motivación.
- c) Docentes con experiencia en manejo de grupos y constante actualización de metodologías didácticas para proyectos de capacitación.
- d) Estudiantes que hayan cursado el sexto nivel de la carrera de Ingeniería en Administración turística y hotelera de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE extensión Latacunga
- e) Estudiantes con capacidad de liderazgo, compromiso, responsabilidad y motivación.

**CONTINÚA**



<b>POBLACIÓN OBJETIVO</b>	<b>REQUISITOS</b>
Niños comprendidos de entre 5 a 11 años pertenecientes a las Unidades Educativas de primaria, públicas y fiscales de preferencia	<p>Pertenecer a las unidades educativas de parroquias rurales Mulaló y Once de Noviembre donde se desarrolla el proyecto "INFATUR".</p> <p>Elevado interés de conocer acerca del turismo en el Ecuador</p> <p>Capacidad de compromiso, responsabilidad, motivación y obediencia.</p>

### **METODOLOGIA DE CAPACITACIÓN**

Lluvia de ideas, charlas participativas, talleres, ejercicios en clase, clases prácticas, visitas de campo, actividades recreativas

<b>EVALUACIÓN</b>	<b>INDICADORES</b>	
Realización de trabajos, presentación de tareas, talleres grupales, auto-evaluación conjunta.	a) Número de niños participantes de las capacitaciones de concientización y sensibilización turística infantil	
Se tendrá en cuenta la asistencia de al menos el 80% a todas las capacitaciones.	b) Asistencia de participantes en relación al objetivo anual. c) Numero de herramientas biográficas utilizadas. d) Resultados de las encuestas de satisfacción	
<b>DIAS HABLES</b>	<b>NUMERO DE HORAS</b>	<b>TOTAL DE HORAS</b>
Sábados (5)	8 horas	40 horas

## Componentes, actividades y tiempo de ejecución del proyecto

ETAPA	COMPONENTE / ACTIVIDAD	TIEMPO DE EJECUCIÓN
	<b>Componente 1 - Conceptos y bases del mágico mundo del turismo.</b>	<b><u>Dos semanas</u></b> <b><u>(2 sábados)</u></b>
<u>Primera etapa</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☒ Qué es el turismo</li> <li>☒ Qué es el patrimonio</li> <li>☒ Qué son las costumbres y tradiciones</li> <li>☒ Quien es el turista y como debemos tratarlo</li> <li>☒ Nuestro territorio como destino turístico</li> </ul>	
	<b>Componente 2 – Cultura turística infantil</b>	<b><u>Dos semanas</u></b> <b><u>(2 sábados)</u></b>
<u>Segunda etapa</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☒ Preservación de nuestro patrimonio natural, histórico y cultural</li> <li>☒ Fomento de los valores en turismo. (saludo, respeto, educación, solidaridad, entre otros)</li> <li>☒ Importancia de mantener limpio nuestro barrio y parroquia</li> </ul>	
<u>Tercera etapa</u>	<b>Componente 3 – Salida turística infantil</b>	<b><u>Un día</u></b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>☒ Visita al atractivo turístico más cercano</li> <li>☒ práctica los conocimientos aprendidos (Recoger la basura del sector, Sembrar un árbol entre otras.)</li> <li>☒ Fin de las actividades. (aplicación de encuesta de satisfacción)</li> </ul>	



## **PROGRAMA CODETUR**

### **“Asesoría Turística”**

**Elaboración de planes, productos,  
emprendimientos turísticos y gestión turística de  
los Gad parroquiales.**

# PROYECTO 1

## **Nombre del proyecto**

Proyecto de asesoría para la elaboración de Planes Turísticos

## **Localización geográfica**

Sector empresarial y población de la parroquia rural Mulaló

## **Resumen del proyecto**

El presente proyecto de asesoría está diseñado principalmente para el sector empresarial de la parroquia rural Mulaló y sus pobladores, con el objetivo de asesorar acerca de la elaboración de planes turísticos tanto para aquellas personas que ya han constituido una empresa como para las que desean crearla.

Esta importante herramienta de planificación permite aquellos negocios ya constituidos ordenar una idea nueva para su negocio, aplicando innovación en sus productos o servicios y otorgando seguridad para invertir adecuadamente, mientras que para aquellos que buscan crear una empresa, les permite evaluar el riesgo de su inversión, considerando todos los elementos involucrados en su idea y los factores internos y externos a la empresa.

El fin de este proyecto es que tanto el sector empresarial como la población en general participen en los talleres de asesoría programados por docentes y alumnos de la carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera a fin de adaptar sus negocios y/o futuros negocios a la actividad turística.

El proyecto consta de tres etapas que se desarrollarán a lo largo de ocho meses, se realizarán los días sábados con una duración de cinco horas contemplando un total de 160 horas de capacitación, mismas que deberán ser constatadas en la certificación que se les entregue a los participantes, cabe recalcar que para que al estudiante se le acredite el certificado de haber cumplido con las 160 horas de vinculación.

## Ficha Técnica del Proyecto

<b>NOMBRE DEL PROYECTO:</b>	<b>DURACIÓN:</b> 8 MESES
Proyecto de asesoría para la elaboración de Planes Turísticos	
<b>OBJETIVO GENERAL</b>	
Vincular la capacitación con la asistencia técnica en el asesoramiento sobre la elaboración de planes turísticos, tanto para quienes tienen negocios constituidos como para los que buscan crear una nueva empresa, a fin de adaptar los negocios y/o futuros negocios a la actividad turística rural considerando el riesgo de su inversión.	
<b>CONTENIDO</b>	<b>PERFIL DE LOS CAPACITADORES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✔ Componente 1 - La Empresa</li> <li>✔ Componente 1 - La Empresa</li> <li>✔ Componente 2 - El Producto y Servicio</li> <li>✔ Componente 3 - El Mercado</li> <li>✔ Componente 4 - Operaciones y Organigrama.</li> <li>✔ Componente 5 - Análisis financiero del negocio.</li> <li>✔ Componente 6 - Impactos del Negocio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Docente con titulación en el área de turismo con elevado conocimiento acerca la elaboración de planes turísticos.</li> <li>b) Capacidad de liderazgo, compromiso, responsabilidad, motivación.</li> <li>c) Experiencia en manejo de grupos y constante actualización de metodologías didácticas</li> <li>d) Estudiantes pertenecientes al séptimo, octavo y/o noveno nivel de la carrera de Ingeniería en Administración turística y hotelera de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE extensión Latacunga.</li> <li>e) Capacidad de liderazgo, compromiso, responsabilidad y motivación.</li> </ul>
<b>POBLACIÓN OBJETIVO</b>	<b>REQUISITOS</b>
Sector empresarial de la parroquia rural Mulaló y sus pobladores con prioridad para aquellos que se encuentren en mayor vulnerabilidad.	<p>Ser propietario de una micro empresa y/o ser pequeños productores de la parroquia rural Mulaló que pretendan incursionar en el turismo a partir de sus prácticas productivas convencionales, con buena predisposición de aprendizaje, alto grado de responsabilidad, compromiso, motivación.</p> <p>Registrarse en la Unidad de Vinculación de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE Extensión Latacunga o en las oficinas del GAD parroquial.</p> <p>Contar con el registro de al menos 10 micro empresas productoras.</p>

**CONTINÚA** 



**METODOLOGIA**

Talleres de asesoría, trabajo de campo.

<b>EVALUACIÓN</b>	<b>INDICADORES</b>
Avances semanales de los planes turísticos.	a) Número de empresas que recibieron asesoría acerca de planes y productos turísticos.
Finalización de los planes turísticos	b) Numero de planes turísticos desarrollados hasta la etapa de finalización.
	c) Numero de herramientas bibliográficas utilizadas.
	d) Resultados de las encuestas de satisfacción

<b>DIAS HABLES</b>	<b>NUMERO DE HORAS</b>	<b>TOTAL DE HORAS</b>
Sábados (32)	5 horas	160 horas

## Componentes, actividades y tiempo de ejecución del proyecto

ETAPA	COMPONENTE / ACTIVIDAD	TIEMPO DE EJECUCIÓN
<u>Primera etapa</u>	1. ¿Qué es un plan de negocios? 2. ¿Qué beneficios tiene elaborar un plan de negocios? 3. ¿Cómo elaborar planes de desarrollo turístico?	<u>2 meses</u>
	<b>3.1. Componente 1 - La Empresa</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>☒ Descripción de la empresa</li> <li>☒ Propósito de la empresa</li> <li>☒ Análisis sectorial</li> </ul>	
	<b>3.2. Componente 2 - El Producto y Servicio</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>☒ Descripción del producto o servicio</li> <li>☒ Análisis de la competencia</li> <li>☒ Asociación y encadenamiento productivo</li> <li>☒ El producto turístico cultural en la perspectiva de salvaguardar el patrimonio</li> </ul>	
<u>Segunda etapa</u>	<b>3.3. Componente 3 - El Mercado</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>☒ Identificación del mercado y sus clientes</li> <li>☒ Plan de Marketing</li> </ul>	<u>2 meses</u>
	<b>3.4. Componente 4 - Operaciones y Organigrama</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>☒ Estructura de soporte para el negocio</li> <li>☒ Los procesos para generar productos y servicios del negocio</li> <li>☒ Estructura de soporte para el negocio personal requerido y formas de organizarse</li> </ul>	

CONTINÚA



ETAPA	COMPONENTE / ACTIVIDAD	TIEMPO DE EJECUCIÓN
<u>Tercera</u> <u>Etapa</u>	<b>3.5. Componente 5 - Análisis financiero del negocio</b>	<b><u>4 meses</u></b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="521 436 797 464">☒ Ingresos y Egresos</li> <li data-bbox="521 480 924 508">☒ Inversión y Capital de Trabajo</li> <li data-bbox="521 525 769 552">☒ Flujo Proyectado</li> </ul>	
	<b>3.6. Componente 6 - Impactos del Negocio</b> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="521 667 899 695">☒ La sostenibilidad ambiental.</li> <li data-bbox="521 711 846 739">☒ La sostenibilidad social</li> <li data-bbox="521 756 911 783">☒ La sostenibilidad patrimonial.</li> <li data-bbox="521 800 1101 869">☒ Fin de las actividades. (aplicación de encuesta de satisfacción)</li> </ul>	





## PROYECTO 2

### Nombre del proyecto

Proyecto de asesoría para el Desarrollo de Productos Turísticos Comunitarios  
**“DEPROTUR”**

### Localización geográfica

Parroquias rurales Mulaló y Once de Noviembre

### Resumen del proyecto

El proyecto de asesoría **“DEPROTUR”** está diseñado principalmente para motivar a las parroquias rurales de Mulaló y Once de Noviembre, pertenecientes al Cantón Latacunga, Provincia de Cotopaxi, a vincularse con la actividad turística mediante la asesoraría acerca del diseño de productos Turísticos Comunitarios.

El objetivo que busca este proyecto es contribuir con el desarrollo de estos territorios a través de la actividad turística, a fin de minimizar el alto nivel de pobreza por el que atraviesan estas poblaciones, a su vez dinamizar la actividad turística y generar innovación y competitividad turística dentro del cantón Latacunga.

Para ello es fundamental proporcionar las herramientas necesarias mediante las cuales los integrantes del territorio creen sus propios recursos turísticos, mediante el diseño de bienes y servicios que deberán caracterizarse principalmente por la vinculación con su patrimonio artístico y cultural, mismos que permitan en el tiempo convertirlos grandes potenciales turísticos.

El fin de este proyecto es que la población en general participe en los talleres de asesoría programados por docentes y alumnos de la carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera a fin de diseñar conjuntamente productos turísticos locales afines a la realidad y potencial turístico del sector, para así buscar el bienestar de sus habitantes y la conservación de su entorno.

Las actividades del proyecto se realizarán bajo el esquema de la tabla de componente, actividad y tiempo y su respectivo cronograma mismos que se presentan a continuación.

El proyecto consta de tres etapas que se desarrollarán a lo largo de cinco meses, se realizarán los días sábados con una duración de cinco horas contemplando un total de 160 horas de capacitación, mismas que deberán ser constatadas en la certificación que se les entregue a los participantes, cabe recalcar que para que al estudiante se le acredite el certificado de haber cumplido con las 160 horas de vinculación.

## Ficha Técnica del Proyecto

**NOMBRE DEL PROYECTO:** **DURACIÓN: 5 MESES**

Proyecto de asesoría para el Desarrollo de Productos Turísticos Comunitarios

### OBJETIVO GENERAL

Motivar a los pobladores de las parroquias rurales de Mulaló y Once de Noviembre, a vincularse con la actividad turística mediante la asesoraría del diseño de productos Turísticos Comunitarios, a fin de fomentar el emprendimiento y potenciar el desarrollo de estos territorios, minimizar su alto índice de pobreza, dinamizar la actividad turística, y generar innovación y competitividad turística dentro del cantón Latacunga.

CONTENIDO	PERFIL DE LOS CAPACITADORES
-----------	-----------------------------

- |   |   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Y Generación de la idea del producto turístico</li> <li>Y Diseño del producto</li> <li>Y Análisis económico del producto</li> <li>Y Distribución del Producto</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Docente con titulación en el área de turismo con elevados conocimientos acerca de turismo comunitario y diseño de productos turísticos.</li> <li>b) Capacidad de liderazgo, compromiso, responsabilidad, motivación.</li> <li>c) Experiencia en manejo de grupos y constante actualización de metodologías didácticas para proyectos de capacitación.</li> <li>d) Estudiantes pertenecientes al séptimo, octavo y/o noveno nivel de la carrera de Ingeniería en Administración turística y hotelera de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE extensión Latacunga.</li> <li>e) Capacidad de liderazgo, compromiso, responsabilidad y motivación.</li> </ul> |
|---|---|

POBLACIÓN OBJETIVO	REQUISITOS
--------------------	------------

Habitantes de las parroquias rurales Mulaló y Once de Noviembre comprendidos entre 20 a 65 años pertenecientes al sector económico medio-bajo con prioridad aquellos que se encuentran en desventaja.	<p>Pertenecer a las parroquias donde se desarrollará el proyecto.</p> <p>Tener buena predisposición de aprendizaje, alto grado de responsabilidad, compromiso, motivación y capacidad de trabajo en equipo.</p>
---	---

CONTINÚA 



Registrarse en la Unidad de Vinculación de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE Extensión Latacunga o en las oficinas del GAD parroquial.

Contar con el registro de al menos 30 personas.

### **METODOLOGIA DE CAPACITACIÓN**

Método Analítico, estudio de casos reales, seminarios, talleres, exposiciones, clases prácticas.

### **EVALUACIÓN**

### **INDICADORES**

Realización de trabajos y proyectos turísticos, talleres grupales, auto-evaluación conjunta

- a) Número de personas que participaron en la asesoría para el diseño de productos turísticos comunitarios.
- b) Asistencia de participantes en relación al objetivo anual.
- c) Numero de herramientas bibliográficas utilizadas.

### **DIAS HABLES**

### **NUMERO DE HORAS**

### **TOTAL DE HORAS**

Sábados (20)

8 horas

160 horas

## Componentes, actividades y tiempo de ejecución del proyecto

ETAPA	CONTENIDO	TIEMPO DE EJECUCIÓN
<u>Primera etapa</u>	1. ¿Qué es un Producto Turístico? 2. Ejemplificación de Productos Turísticos nacionales y extranjeros 3. Pasos para el diseño de Productos Turísticos <b>3.1. Generación de la idea del producto turístico</b> <input checked="" type="checkbox"/> De la idea a la Identificación inicial del producto <input checked="" type="checkbox"/> Definición del concepto y atributos del producto <input checked="" type="checkbox"/> Análisis de la demanda del mercado <input checked="" type="checkbox"/> Análisis de la competencia <input checked="" type="checkbox"/> Inventario de recursos <input checked="" type="checkbox"/> Sostenibilidad cultural y patrimonial	<b><u>2 meses</u></b>

ETAPA	CONTENIDO	TIEMPO DE EJECUCIÓN
<u>Segunda etapa</u>	<b>3.2. Diseño del producto</b> <input checked="" type="checkbox"/> Identificación y caracterización de los turistas <input checked="" type="checkbox"/> Requerimientos del producto turístico <input checked="" type="checkbox"/> Componentes básicos del producto Comunitario <b>3.3. Análisis económico del producto</b> <input checked="" type="checkbox"/> Estrategia comercial del producto <input checked="" type="checkbox"/> Evaluación de costos <input checked="" type="checkbox"/> Fijación de precios	<b><u>2 meses</u></b>

ETAPA	CONTENIDO	TIEMPO DE EJECUCIÓN
<u>Tercera etapa</u>	<b>3.4. Distribución del Producto</b> <input checked="" type="checkbox"/> Posición del producto <input checked="" type="checkbox"/> Canales de distribución del producto <input checked="" type="checkbox"/> Fin de las actividades. (aplicación de encuesta de satisfacción)	<b><u>Un mes</u></b>

## PROYECTO 3

### **Nombre del proyecto**

Proyecto de asesoría para la gestión turística del Gobierno Parroquial

### **Localización geográfica**

Gobiernos Autónomos Descentralizados de las parroquias rurales Mulaló y Once de Noviembre

### **Resumen del proyecto**

El presente proyecto busca brindar asesoría a las autoridades de los Gobiernos locales de las parroquias rurales Mulaló y Once de Noviembre ya que es de conocimiento que desde los gobiernos locales las comunidades adquieren un valor trascendental, se trata de instituciones con un ámbito donde son posibles las propuestas y se hacen viables los proyectos gracias a su posición de administradores, planificadores y gestores de su territorio.

Sin embargo no hay que hacer caso omiso a las debilidades que presentan los gobiernos locales en cuanto al manejo de la gestión turística, las limitaciones que se presentan al momento de aprovechar las oportunidades turísticas de sus territorios son demasiado evidentes. Empezando por la poca conciencia que se tiene acerca de los beneficios de la actividad turística y de sus efectos ya sean estos buenos o malos, así como la inconciencia de lo que representa implantar el turismo en la comunidad.

A esto se debe sumarle a que los gobiernos locales no cuentan con los recursos necesarios o estos son muchas de las veces limitados y escasos tanto recurso humano como financiero para llevar a cabo una labor exitosa en cuanto al manejo turístico, es muy común además la falta de imaginación y creatividad

en la gestión normalmente por la falta de información, capacitación y actualización en cuanto a estos temas se refiere.

Los gobiernos locales requieren urgentemente de directrices, métodos, técnicas e instrumentos metodológicos relacionados a la gestión y planificación turística para que tanto los funcionarios públicos de administraciones locales puedan asumir sus competencias y responsabilidades en este campo con conocimientos técnicos más efectivos y actualizados.

El proyecto de asesoría pretende entregar herramientas ágiles, científicas y básicas a los gobiernos locales y a sus comunidades para ayudar en la planificación y gestión turística permitiendo el aprovechamiento al máximo de sus recursos.

Para este propósito se han establecido valiosas directrices para que los gobiernos locales en este caso las parroquias rurales de Mulalo y Once de Noviembre se encuentren altamente capacitados a fin de desarrollar y dinamizar el turismo en su localidad de manera sostenible.

Las actividades del proyecto se realizarán bajo el esquema de la tabla de componente, actividad y tiempo y su respectivo cronograma mismos que se presentan a continuación.

## Ficha Técnica del Proyecto

**NOMBRE DEL PROYECTO:** **DURACION:** 13 MESES

Asesoría para la Gestión Turística del Gobierno Átomo Descentralizado Parroquial

### OBJETIVO GENERAL

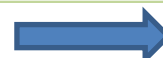
Entregar herramientas ágiles, científicas y básicas a los gobiernos locales, a fin de ayudar en la planificación y gestión turística de los mismos permitiendo el aprovechamiento al máximo de sus recursos, así como proporcionar directrices, métodos, técnicas e instrumentos metodológicos relacionados a la gestión y planificación turística para que funcionarios públicos de administraciones locales puedan asumir sus competencias y responsabilidades en este campo con conocimientos técnicos más efectivos y actualizados.

### CONTENIDO

### PERFIL DE LOS CAPACITADORES

- |   |  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>✦ Componente 1 Turismo sostenible y comunidad local</li> <li>✦ Componente 2 La necesidad e importancia de la planificación estratégica turística en las parroquias</li> <li>✦ Componente 3 Ordenamiento territorial y la gestión turística parroquial</li> <li>✦ Componente 4 Sostenibilidad y competitividad</li> <li>✦ Componente 5 Mercadeo local e institucional</li> <li>✦ Componente 6 Financiación y gestión turística</li> <li>✦ Componente 7 Formación de recurso humano en el desarrollo turístico sostenible</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Docente con titulación en el área de turismo con conocimientos en mercadeo local e institucional, formación de recurso humano en el desarrollo turístico y financiación y gestión turística.</li> <li>b) Docentes con capacidad de liderazgo, compromiso, responsabilidad, motivación.</li> <li>c) Actualización de metodologías didácticas para proyectos asesoría de gestión turística para los GAD parroquiales.</li> <li>d) Estudiantes pertenecientes al noveno nivel de la carrera de Ingeniería en Administración turística y hotelera de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE extensión Latacunga</li> <li>e) Estudiantes con capacidad de liderazgo, compromiso, responsabilidad y motivación.</li> </ul> |
|---|--|

CONTINÚA



POBLACIÓN OBJETIVO	REQUISITOS
Miembros de la Administración de los Gobiernos Autónomos Descentralizados las parroquias rurales Mulaló y Once de Noviembre.	Ser miembros de los Gobiernos Autónomos Descentralizados las parroquias rurales Mulaló y Once de Noviembre.  Buena predisposición de aprendizaje, alto grado de responsabilidad, compromiso, motivación y capacidad de trabajo en equipo.

### METODOLOGIA

Método Analítico, estudio de casos reales, seminarios, talleres.

EVALUACIÓN	INDICADORES	
DIAS HABLES	NUMERO DE HORAS	TOTAL DE HORAS
Sábados (48)	4 horas	192 horas

## Componentes, actividades y tiempo de ejecución del proyecto

ETAPA	CONTENIDO	TIEMPO DE EJECUCIÓN
<u>Primera etapa</u>	<b>Componente 1 Turismo sostenible y comunidad local</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Y La actividad turística y el objetivo de la sostenibilidad</li> <li>Y Turismo y comunidad local</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Y La participación de la comunidad en los procesos de desarrollo turístico</li> <li>Y La proyección del ente local al exterior</li> </ul>	<b><u>3 meses</u></b>
	<b>Componente 2 La necesidad e importancia de la planificación estratégica turística en las parroquias</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Y Fundamentos de la planificación aplicada al desarrollo turístico en el ámbito local</li> <li>Y Metodología para la elaboración de un plan estratégico local de desarrollo turístico sostenible</li> <li>Y Riesgos derivados de la aplicación de la planificación estratégica al desarrollo turístico</li> <li>Y Ventajas de la planificación estratégica para el desarrollo del turismo sostenible en ámbito local</li> </ul>	

ETAPA	CONTENIDO	TIEMPO DE EJECUCIÓN
<u>Segunda etapa</u>	<b>Componente 3 Ordenamiento territorial y la gestión turística parroquial</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Y Ordenamiento y competitividad turística</li> <li>Y Propuesta metodológica para los procesos de ordenamiento territorial</li> <li>Y Liderazgo Gad parroquial</li> </ul>	<b><u>5 meses</u></b>
	<b>Componente 4 Sostenibilidad y competitividad</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Y Proyectos e inversiones desde el referente de la sostenibilidad</li> <li>Y Técnicas con recursos escasos</li> <li>Y Concepto de impacto en relación con la actividad turística</li> </ul>	
	<b>Componente 5 Mercadeo local e institucional</b>	

CONTINÚA



- ☒ Calidad ambiental como principal elemento de promoción turística
- ☒ La localidad como producto turístico
- ☒ Elaboración de programas locales de promoción turística
- ☒ Comercialización de productos turísticos

ETAPA	CONTENIDO	TIEMPO DE EJECUCIÓN
<u>Tercera etapa</u>	<p data-bbox="483 674 1013 699"><b>Componente 6 Financiación y gestión turística</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>☒ Problemas de la financiación turística</li> <li>☒ Principios generales para abordar la financiación turística</li> <li>☒ Fórmulas para el financiamiento de proyectos turísticos</li> <li>☒ Claves para asegurar el éxito de los proyectos</li> </ul> <p data-bbox="483 972 1187 1039"><b>Componente 7 Formación de recurso humano en el desarrollo turístico sostenible</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>☒ Formación de recurso humano para emprendimientos turísticos</li> <li>☒ Visitantes y población local en una cultura turística</li> <li>☒ Fin de las actividades. (aplicación de encuesta de satisfacción)</li> </ul>	<b><u>5 meses</u></b>



Tabla 155:

Tabla resumen del proyecto

No	COMPONENTE	ACTIVIDAD																																				
			MES1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6				MES 7				MES 8							
			Semana				Semana				Semana				Semana				Semana				Semana				Semana											
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Turismo sostenible y comunidad local	La actividad turística y el objetivo de la sostenibilidad	S																																			
		Turismo y comunidad local	S	S																																		
		La participación de la comunidad en los procesos de desarrollo turístico		S	S																																	
		La proyección del ente local al exterior			S	S																																

CONTINÚA 







## **PROGRAMA CODETUR 3**

**“EmPrende Cotopaxi” Creación e impulso de emprendimientos turísticos comunitarios**

# PROYECTO 1

## **Nombre del proyecto**

“REDPROTUR” Construyendo la Red Turística de Productores Locales en Mulaló.

## **Localización geográfica**

Parroquia rural Mulaló, Cantón Latacunga, Provincia Cotopaxi

## **Resumen del proyecto**

Las actividades del proyecto se realizarán bajo el esquema de la tabla de componente, actividad y tiempo y su respectivo cronograma mismos que se presentan a continuación.

## Ficha Técnica del Proyecto

**NOMBRE DEL PROYECTO:** **DURACIÓN:** 8 MESES

“REDPROTUR” Construyendo la Red Turística de Productores Locales en Mulaló.

### OBJETIVO GENERAL

Generar el diseño de la “Ruta Agroturística Mulaló” por el alto nivel productivo del territorio constituyéndose como producto turístico parroquial que motive la actividad turística en sus pobladores, fomente la dinámica turística y sirva como mecanismo para minimizar los problemas sociales por los que atraviesa, tales como los elevados índices de pobreza y la escases de empleo.

### CONTENIDO

- ✔ Diseño de la Ruta Agro turística Mulaló
- ✔ Análisis Económico de la Ruta Agro turística Mulaló
- ✔ Distribución de la Ruta Agro turística Mulaló

### PERFIL DE LOS CAPACITADORES

Docentes con titulación en el área de turismo con conocimientos en turismo comunitario y afines.

Docentes con capacidad de liderazgo, compromiso, responsabilidad, motivación.

Docentes con experiencia en manejo de grupos y constante actualización de metodologías didácticas para proyectos de emprendimiento.

Estudiantes de octavo nivel de la carrera de Ingeniería en Administración turística y hotelera de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE extensión Latacunga

Estudiantes con capacidad de liderazgo, compromiso, responsabilidad y motivación.

### POBLACIÓN OBJETIVO

Pequeños y medianos productores Sector empresarial con pertenecientes al sector con prioridad del sector económico medio-bajo y aquellos que se encuentran en desventaja.

### REQUISITOS

Pertenecer a la parroquia rural Mulaló y que sus respectivas tierras y/o empresas se encuentren asentadas en este territorio.

Buena predisposición de aprendizaje, alto grado de responsabilidad, compromiso, motivación y capacidad de trabajo en equipo. Registrarse en la Unidad de Vinculación de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE Extensión Latacunga o en las oficinas del GAD parroquial.

Contar con el registro de al menos 6 emprendimientos productivos.

CONTINÚA 

## METODOLOGIA

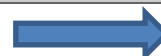
Método Analítico, estudio de casos reales, talleres, exposiciones, trabajo de campo

EVALUACIÓN	INDICADORES	
Realización de trabajos y proyectos turísticos, talleres grupales, auto-evaluación conjunta	Numero de micro empresas productoras vinculadas a la actividad turística local.  Numero de herramientas bibliográficas utilizadas.	
DIAS HABLES	NUMERO DE HORAS	TOTAL DE HORAS
Sábados (32)	5 horas	160 horas

## Componentes, actividades y tiempo de ejecución del proyecto

ETAPA	CONTENIDO	TIEMPO DE EJECUCIÓN
<u>Primera etapa</u>	<b>1. Componente 1 Identificación inicial del producto</b>	
	☒ Definición del concepto y atributos de la Ruta turística Mulaló	
	☒ Análisis de la demanda del mercado	
	☒ Análisis de la competencia (u oferta actual) de las Rutas Agro turísticas de la zona	<b><u>3 meses</u></b>
	☒ Inventario de recursos y empresas productoras de la zona	
	☒ Realizar el análisis de sostenibilidad cultural y patrimonial	
ETAPA	CONTENIDO	TIEMPO DE EJECUCIÓN
<u>Segunda etapa</u>	<b>1. Diseño de la Ruta Agro turística Mulaló</b>	
	☒ Identificación y caracterización de los turistas	
	☒ Requerimientos de la Ruta Agro turística Mulaló	<b><u>2 meses</u></b>
	☒ Componentes básicos de la Ruta Agro turística Mulaló (clasificación de los atractivos que intervendrán en la ruta, programa de operaciones, infraestructura y equipamiento, alianzas estratégicas, capacidades y requerimiento técnico del producto y temporada de operaciones.)	

CONTINÚA





ETAPA	CONTENIDO	TIEMPO DE EJECUCIÓN
<u>Tercera etapa</u>	<b>2. Análisis Económico de la Ruta Agro turística Mulaló</b>	<b><u>3 meses</u></b>
	☒ Estrategia comercial de la Ruta Agro turística Mulaló	
	☒ Evaluación de costos	
	☒ Fijación de precios	
	<b>3. Distribución de la Ruta Agro turística Mulaló</b>	
	☒ Posición de la Ruta Agro turística Mulaló	
	☒ Canales de distribución de la Ruta Agro turística Mulaló	
	☒ Complementos de la Ruta Agro turística Mulaló	
	☒ Fin de las actividades. (aplicación de encuesta de satisfacción)	

Tabla 156:

Tabla resumen del proyecto

No	COMPONENTE	ACTIVIDADES																																				
			MES1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6				MES 7				MES 8							
			Semana				Semana				Semana				Semana				Semana				Semana				Semana											
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
		Identificación inicial del producto	S	S																																		
1	Generación de la Idea	Definición del concepto y atributos de la Ruta Agro turística Mulaló			S	S																																
		Análisis de la demanda del mercado					S	S	S	S																												
		Análisis de la competencia (u oferta actual) de las Rutas Agro turísticas de la zona									S	S																										
		Inventario de recursos y empresas productoras de la zona											S																									
		Realizar el análisis de sostenibilidad cultural y patrimonial												S	S																							

CONTINÚA 



## PROYECTO 2.

### Nombre del proyecto

“Centro Turístico Comunitario Mulaló”

### Localización geográfica

Parroquia rural Mulalo, Cantón Latacunga, Provincia de Cotopaxi

### Ficha Técnica del Proyecto

<b>NOMBRE DEL PROYECTO:</b>	<b>DURACIÓN: 8 MESES</b>
“Centro Turístico Comunitario Mulaló”	
<b>OBJETIVO GENERAL</b>	
Incentivar el desarrollo de las actividades productivas a través del fomento a la inversión en proyectos de emprendimiento turístico con base en la participación comunitaria, teniendo en cuenta la preservación de la biodiversidad, cultura, identidad, patrimonio y protección ambiental.	
<b>CONTENIDO</b>	<b>PERFIL DE LOS CAPACITADORES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Componente 1 Identificación inicial</li> <li>✚ Componente 2 Diseño del Centro Turístico Comunitario</li> <li>✚ Componente 3 Análisis Económico del Centro Turístico Comunitario</li> <li>✚ Componente 4 Distribución</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Docente con titulación en el área de turismo con conocimientos acerca de turismo comunitario.</li> <li>b) Capacidad de liderazgo, compromiso, responsabilidad, motivación.</li> <li>c) Experiencia en manejo de grupos y constante actualización de metodologías didácticas para proyectos de capacitación.</li> <li>d) Estudiantes que hayan cursado el sexto nivel de la carrera de Ingeniería en Administración turística y hotelera de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE extensión Latacunga</li> </ul>

- e) Capacidad de liderazgo, compromiso, responsabilidad y motivación.

POBLACIÓN OBJETIVO	REQUISITOS	
Habitantes de las parroquias rurales Mulaló comprendidos entre 18 a 65 años pertenecientes al sector económico medio-bajo con prioridad aquellos que se encuentran en desventaja.	<p>Registrarse en la Unidad de Vinculación de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE Extensión Latacunga o en las oficinas del GAD parroquial.</p> <p>Pertenecer a la parroquia rural Mulaló.</p> <p>Buena predisposición de aprendizaje, alto grado de responsabilidad, compromiso, motivación y capacidad de trabajo en equipo.</p>	
METODOLOGIA		
Método Analítico, lluvia de ideas, análisis situacionales, clases prácticas, trabajo de campo, tareas compartidas		
EVALUACIÓN	INDICADORES	
Avances semanales del proyecto.	<p>Número de personas inscritas en el proyecto.</p> <p>Porcentaje de asistencia de hasta el 80% total de los participantes.</p> <p>Numero de herramientas bibliográficas utilizadas.</p>	
DIAS HABLES	NUMERO DE HORAS	TOTAL DE HORAS
Sábados (32)	5 horas	160 horas

## Componentes, actividades y tiempo de ejecución

ETAPA	CONTENIDO	TIEMPO DE EJECUCIÓN
<b><u>Primera etapa</u></b>	<b>Componente 1 Identificación inicial</b>	<b><u>3 meses</u></b>
	Definición del concepto y atributos	
	Análisis de la demanda del mercado	
	Análisis de la competencia (u oferta actual) de los Centro comunitario turístico de la zona	
	Inventario de recursos	
	Realizar el análisis de sostenibilidad cultural y patrimonial	
ETAPA	CONTENIDO	TIEMPO DE EJECUCIÓN
<b><u>Segunda etapa</u></b>	<b>1. Componente 2 Diseño del Centro Turístico Comunitario</b>	<b><u>3 meses</u></b>
	Identificación y caracterización de los turistas	
	Requerimientos del Centro Turístico Comunitario	
	Componentes básicos del Centro Turístico Comunitario (clasificación de los atractivos que serán parte del emprendimiento, programa de operaciones, infraestructura y equipamiento, alianzas estratégicas, capacidades y requerimiento técnico del producto y temporada de operaciones.)	
ETAPA	CONTENIDO	TIEMPO DE EJECUCIÓN
<b><u>Tercera etapa</u></b>	<b>2. Componente 3 Análisis Económico del Centro Turístico Comunitario</b>	<b><u>2 meses</u></b>
	Elaborar la estrategia comercial del Centro Turístico	
	Realizar la evaluación de costos	
	Realizar la fijación de precios	
	<b>3. Componente 4 Distribución</b>	
	Establecer la posición del Centro Turístico Comunitario	
	Forma de distribución del Centro Turístico Comunitario	
	Integrar los complementos del Centro Turístico Comunitario	
Fin de las actividades. (aplicación de encuesta de satisfacción)		

Tabla 157:

Tabla resumen del proyecto

No	ACTIVIDADES	RESPONSABLES																																				
			MES1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6				MES 7				MES 8							
			Semana				Semana				Semana				Semana				Semana				Semana				Semana											
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Diseño de la Idea	Características principales del emprendimiento	S	S																																		
		Definición del concepto y atributos			S	S																																
		Análisis de la demanda del mercado					S	S	S	S																												
		Análisis de la competencia (u oferta actual) de los Centro comunitario turístico de la zona									S	S																										
		Inventario de recursos											S																									
		Realizar el análisis de sostenibilidad cultural y patrimonial													S	S																						

CONTINÚA 





## **PROGRAMA CODETUR 4**

### **“FORMANDO LÍDERES”**

**“Creación de grupos de apoyo y formación de habilidades turísticas”.**

# PROYECTO 1

## Nombre del Proyecto

“VOLUNTARIOS CODETUR” Club de voluntariado contribuyendo al desarrollo del turismo rural

## Resumen del proyecto

El voluntariado se ha convertido en los últimos años en una herramienta esencial que promueve la acción y la sensibilización social a través de actuaciones altruistas.

el proyecto denominado “**VOLUNTARIOS CODETUR**” consiste en la conformación de grupos de voluntariado dispuestos y altamente comprometidos a ofrecer apoyo para llevar a cabo la puesta en marcha de los proyectos de emprendimiento turísticos planteados en el presente programa de vinculación, ya que al tratarse de acciones vinculantes la necesidad de recurso económico y sobre todo humano es aún mayor, por lo que la participación de personas tanto de la institución como fuera de ella en acciones de servicio comunitario serán vitales para llevar a cabo los objetivos del programa.

## Ficha Técnica del Proyecto

**NOMBRE DEL PROYECTO:**

**DURACIÓN:** Sin Especificación

“VOLUNTARIOS CODETUR” Club de voluntariado

### OBJETIVO GENERAL

Promover las acciones de sensibilización turística de la población en general mediante la conformación de un grupo de voluntariado de participación activa, con espíritu altruista, solidario, responsable y comprometido en la ejecución de los proyectos turísticos de la Carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera.

CONTINÚA



## OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ✚ Generar experiencias de participación colaboración, solidaridad y altruismo en el marco del desarrollo del turismo del cantón y provincia, así como contribuir con una mejor calidad de vida sus habitantes.
- ✚ Incentivarla actividad vinculante, el compromiso y el espíritu de voluntariado en la población promoviendo la cultura turística en la población.
- ✚ Potenciar el recurso económico y humano a través del voluntariado a fin de llevar a cabo los proyectos de emprendimiento turístico.

## CONTENIDO

## PERFIL DE LOS CAPACITADORES

- |  |  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: red;">✚</span> Componente 1 Reclutamiento</li> </ul>                            | a) Docentes con capacidad de liderazgo, compromiso, responsabilidad, motivación.   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: red;">✚</span> Componente 2 Socialización del programa y/o proyectos</li> </ul> | b) Docentes con experiencia en manejo de grupos y constante actualización de metodologías didácticas.  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: red;">✚</span> Componente 3 Inducción de voluntarios</li> </ul>                 | c) Estudiantes que hayan cursado el sexto nivel de la carrera de Ingeniería en Administración turística y hotelera de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE extensión Latacunga |
| <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: red;">✚</span> Componente 5 Motivación y reconocimiento</li> </ul>              | d) Estudiantes con capacidad de liderazgo, manejo de grupos, compromiso, responsabilidad y motivación.   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: red;">✚</span> Componente 6 evaluación del desempeño</li> </ul>                 |  |

CONTINÚA



POBLACIÓN OBJETIVO	REQUISITOS
Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE extensión Latacunga Población en general	a) Mayores de 18 años en general con preferencia de estudiantes de la UFA-ESPE.  b) Aceptar las condiciones establecidas de participación mediante una carta de compromiso.  c) Efectuar las actividades con elevado nivel de compromiso responsabilidad, respeto y entusiasmo.  d) Participación activa, con espíritu altruista, solidario, responsable y comprometido en la ejecución de los proyectos turísticos.  e) Buena predisposición de aprendizaje, alto grado de responsabilidad, compromiso, motivación y capacidad de trabajo en equipo.

### METODOLOGIA

Talleres, participación en la ejecución de los proyectos, trabajos del campo,

EVALUACIÓN	INDICADORES
Asistencia	Número de proyectos efectuados
Cumplimiento de objetivos	Número de personas que se han sumado a la iniciativa de Voluntariado

## Componentes, actividades y tiempo de ejecución del proyecto

ETAPA	CONTENIDO	TIEMPO DE EJECUCIÓN
<b>Primera etapa</b>	<p><b>Componente 1 Reclutamiento</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Especificar perfil de los voluntarios</li> <li>✚ Adoptar el medio por el cual se desarrollará la convocatoria</li> <li>✚ Convocatoria</li> <li>✚ Descripción de misión visión y objetivos de los programas y proyectos de la carrera</li> <li>✚ Requerimientos (disponibilidad de tiempo)</li> <li>✚ Llenar ficha personal (preferencia de la actividades, horario disponible, habilidades y motivaciones para formar parte del voluntariado)</li> <li>✚ Selección de voluntarios.</li> </ul>	<p><b>2 meses</b></p>
	<p><b>Componente 2 Socialización del programa y/o proyectos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Jornada informativa</li> <li>✚ Título del Programa o Proyecto</li> <li>✚ Duración de las actividades de voluntariado</li> <li>✚ Descripción de la zona de intervención</li> <li>✚ Capacitación en las tareas a desarrollar</li> <li>✚ Descripción de las actividades y tareas a realizar</li> <li>✚ Especificación de tareas concretas</li> <li>✚ Fin de las actividades. (aplicación de encuesta de satisfacción)</li> </ul>	

CONTINÚA



ETAPA	CONTENIDO	TIEMPO DE EJECUCIÓN
<b><u>Segunda etapa</u></b>	<b>Componente 3 Inducción de voluntarios</b>	<b><u>Sin especificación de tiempo</u></b>
	☒ Taller de capacitación para ser voluntario	
	☒ Reconocimiento de la misión visión y objetivos del programas y proyectos	
	☒ Designar coordinador responsable	
	☒ Asignar responsables del grupo de voluntariado	
	☒ Asignar grupos de trabajo	
	☒ Asignación de responsabilidades	
	<b>Componente 5 Motivación y reconocimiento</b>	
	☒ Concientizar sobre las necesidades de los beneficiarios directos	
	☒ Fortalecimiento del sentimiento de pertenencia	
	☒ Reconocer el trabajo realizado por los voluntarios	
	<b>Componente 6 evaluación del desempeño</b>	
	☒ Clarificar parámetros de evaluación	
	☒ Reporte del trabajo de voluntariado	
	☒ Instaurar por lo menos una evaluación cada cuatro meses	
☒ Determinar logros y deficiencias individuales y grupales		

## PROYECTO 2

### **Nombre del proyecto**

Proyecto para la Formación de Habilidades Turísticas

### **Localización geográfica**

Mujeres, jóvenes, niños y personas con capacidades especiales de las parroquias rurales Mulaló y Once de Noviembre

### **Resumen del proyecto**

Con este proyecto se pretende promover el desarrollo y formación de habilidades turísticas para la población especialmente de mujeres jóvenes, y niños como principio de la inclusión social sumando a demás aquellas personas capacidades especiales que no han logrado la inserción social por su condición.

El proyecto se ajusta al cumplimiento del objetivo dos y cuatro y del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, sobre la inclusión y equidad social y el fortalecimiento de las capacidades y potencialidades de la ciudadanía, mediante la generación de procesos que involucren actividades para fortalecer su autonomía y reconocimiento en el entorno social.

Se llevara a cabo a través de la realización de talleres en los que se identificarán las habilidades de cada una de las personas a fin de crear grupos culturales artesanales, musicales, de danza, Guianza entre otros, además permitirán conocer a detalle los recursos culturales que existen dentro de las parroquias y a partir de ellos generar nuevas ideas o propuestas turísticas para el visitante que respondan a sus preferencias y necesidades actuales.

La propuesta a demás se centra en la dinamización del turismo en el territorio y que las personas o grupo de visitantes disfruten de un turismo basado en los atractivos que presentan el patrimonio artístico y cultural que poseen las parroquias.

## Ficha Técnica del Proyecto

### NOMBRE DEL PROYECTO:

**DURACIÓN:** 8 MESES

Proyecto para la Formación de Habilidades Turísticas

### OBJETIVO GENERAL

Promover el desarrollo y formación de habilidades turísticas para la población especialmente de mujeres jóvenes, y niños como principio de la inclusión social sumando a demás aquellas personas capacidades especiales que no han logrado la inserción social por su condición.

### CONTENIDO

### PERFIL DE LOS CAPACITADORES

Componente 1 - Conceptos y bases

Docente con titulación en el área de turismo con conocimientos acerca de turismo comunitario.

Componente 2 – perfil de los participantes

Capacidad de liderazgo, compromiso, responsabilidad, motivación.

Componente 3 – Recursos culturales de la parroquia

Experiencia en manejo de grupos y constante actualización de metodologías didácticas para proyectos de emprendimiento.

Componente 4 – Formación de grupos culturales

Estudiantes de octavo nivel de la carrera de Ingeniería en Administración turística y hotelera de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE extensión Latacunga

Estudiantes con capacidad de liderazgo, compromiso, responsabilidad y motivación.

CONTINÚA





<b>POBLACIÓN OBJETIVO</b>	<b>REQUISITOS</b>
Mujeres, jóvenes y personas con capacidades especiales pertenecientes al sector económico medio-bajo con prioridad aquella que se encuentran en desventaja.	Pertenecer a las parroquias Mulaló y Once de Noviembre donde.  Buena predisposición de aprendizaje, alto grado de responsabilidad, compromiso, motivación y capacidad de trabajo en equipo.

### **METODOLOGIA DE CAPACITACIÓN**

Método Analítico, estudio de casos reales, seminarios, talleres, exposiciones, clases prácticas

<b>EVALUACIÓN</b>	<b>INDICADORES</b>
Realización de trabajos y proyectos turísticos, talleres grupales, auto-evaluación conjunta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de mujeres, jóvenes y personas con capacidades especiales que forman parte de algún grupo cultural en el ámbito de formación de habilidades turísticas</li> <li>• Asistencia de participantes en relación al objetivo anual.</li> <li>• Numero de herramientas bibliográficas utilizadas.</li> <li>• Numero de encuestas de satisfacción positivas con al menos el 80%</li> </ul>

<b>DIAS HABLES</b>	<b>NUMERO DE HORAS</b>	<b>TOTAL DE HORAS</b>
Sábados (32)	5 horas	160 horas

## Componentes, actividades y tiempo de ejecución del proyecto

ETAPA	COMPONENTE / ACTIVIDAD	TIEMPO DE EJECUCIÓN
	<b>Componente 1 - Conceptos y bases</b>	<b><u>Un mes</u></b>
<u>Primera etapa</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☒ Que es el arte</li> <li>☒ Que son las habilidades</li> <li>☒ Importancia e impacto de la participación de la mujer, jóvenes, niños y personas con capacidades especiales en actividades turísticas.</li> <li>☒ Autoestima y autoconocimiento</li> </ul>	
	<b>Componente 2 – perfil de los participantes</b>	
<u>Segunda etapa</u>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☒ Grupos vulnerables</li> <li>☒ Grupo de expresión</li> <li>☒ Preferencias artísticas</li> <li>☒ Habilidades sociales y artísticas</li> <li>☒ FODA personal</li> <li>☒ Reflexión y evaluación</li> <li>☒ Asignación de grupo de trabajo</li> </ul>	<b><u>2 meses</u></b>
	<b>Componente 3 – Recursos culturales de la parroquia</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>☒ Identificación de fiestas populares</li> <li>☒ Identificación de vestimenta autóctona</li> <li>☒ Identificación de artesanías</li> <li>☒ Identificación de gastronomía típica</li> </ul>	
<u>Tercera etapa</u>	<b>Componente 4 – Formación de grupos culturales</b>	<b><u>3 meses</u></b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>☒ Talleres de capacitación en danza</li> <li>☒ Taller de capacitación musical</li> <li>☒ Talleres de capacitación para la elaboración de artesanías</li> <li>☒ Fin de las actividades. (aplicación de encuesta de satisfacción)</li> </ul>	

## TABLA DEL CUMPLIMIENTO DE HORAS DE VINCULACIÓN

NOMBRE DEL PROYECTO	NÚMERO DE HORAS DEL PROYECTO	DURACIÓN DEL PROYECTO	NÚMERO DE PROYECTOS EJECUTADOS	TOTAL DE MESES	TOTAL DE HORAS DE VINCULACIÓN
"Visión Turística" Concientización y sensibilización turística en las Comunidades	80	4 meses	2	8 meses	160
"INFATUR" "Concientización y Sensibilización Turística Infantil	40	1 mes	4	4 meses	160
Proyecto de asesoría para la elaboración de Planes Turísticos	160	8 meses	1	8 meses	160
Proyecto de asesoría para el desarrollo de Productos Turísticos Comunitarios	160	5 meses	1	5 meses	160
Proyecto de asesoría para la gestión turística del Gobierno Parroquial	192	13 meses	1	13 meses	160
"REDPROTUR" Construyendo la Red Turística de Productores Locales en Mulaló.	160	8 meses	1	8 meses	160
"Centro Comunitario Turístico Mulaló"	160	8 meses	1	8 meses	160
Proyecto para la Formación de Habilidades Turísticas	160	8 meses	1	8 meses	160

## INDICADORES DE EVALUACIÓN

Se presenta a continuación el cuadro de los indicadores principales que se deberán tomar en cuenta para el proceso de evaluación de cada uno de los proyectos, considerando los objetivos y líneas estratégicas definidos en el presente programa.

INDICADORES DE VINCULACION UFA-ESPE	INDICADORES	MULALÓ	OBJETIVO ANUAL 10%	ONCE DE NOVIEMBRE	OBJETIVO ANUAL 10%	DETELLE
<p><b><i>Tasa de incremento de los programas de vinculación con impacto verificado.</i></b></p> <p><b><i>Número de proyectos ejecutados conjuntamente con empresas y gobiernos locales en apoyo al desarrollo de la zona de influencia.</i></b></p>	Número de personas capacitadas en concientización y sensibilización turística	3904 habitantes de ente 20 a 65 años	390 personas	1988 personas	198 personas	<p>Dos capacitaciones al año. (294 personas c/u)</p> <p>10 cursos 30 personas 3 estudiantes por curso.</p> <p>Se requiere mínimo de 30 estudiantes</p>

CONTINÚA 

<b>Porcentaje de estudiantes participando en proyectos de vinculación.</b>	Número de niños participantes de las capacitaciones de concientización y sensibilización turística infantil	1740 Habitantes de entre 5 a 14 años	174 niños	-	-	Dos capacitaciones al año (87 personas por c/u)
<b>Porcentaje de personal académico que participa en actividades de vinculación.</b>	Número de empresas que recibieron asesoría acerca de planes y productos turísticos	24 micro empresas queseras 16 florícolas 26 haciendas ganaderas	10 empresas	-	-	Una vez al año 4 estudiantes por empresa  Se requiere mínimo la intervención de 40 estudiantes

CONTINÚA



Numero de micro empresas productoras vinculadas a la actividad turística local	24 micro empresas queseras 16 florícolas 26 haciendas ganaderas	6 empresas	-	-	Se requiere mínimo la intervención de 40 estudiantes
Número de mujeres jóvenes y personas con capacidades especiales que forman parte de algún grupo cultural en el ámbito de formación de habilidades turísticas.	2033 Jóvenes de entre 18 a 29 años 4225 mujeres de entre 18 a 80 años 688 personas con capacidades especiales	203 Jóvenes de entre 18 a 29 años 423 mujeres de entre 18 a 80 años 69 personas con capacidades especiales			Una vez al año 695 personas 20 cursos 35 estudiantes por curso Se requiere mínimo la intervención de 80 estudiantes
Número de personas que se han sumado a la iniciativa de Voluntariado					







## CONCLUSIONES

Sistema de vinculación débil, la oferta de vinculación de la Carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera no responde a las necesidades locales, se encuentra apartada de la realidad de la población y de su territorio, y no presentan congruencia con el interés local ni con las políticas Institucionales presentes en el plan de desarrollo de la UFA ESPE implantadas por del Vice Rectorado de Investigación y Vinculación con la Colectividad 2012-2016, mismo que establece que el desarrollo solamente puede entenderse cuando la sociedad tenga acceso al bienestar, entendido como calidad de vida y oportunidades.

Programas y proyectos de vinculación de bajo impacto y limitado nivel de participación de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE extensión Latacunga a través programas y proyectos turísticos en los sectores urbano marginales y rurales, que producen no solo un escaso aporte al desarrollo de los sectores de intervención, sino que a su vez representan gastos inapropiados tanto para la institución como para los estudiantes de la carrera que asumen los gastos de vinculación, y representa la pérdida y el desaprovechamiento de los recursos y capacidades que posee la Universidad.

Las limitaciones que presenta el sistema de vinculación en la UFA ESPE limita a su vez el nivel de impacto que se genera en la comunidad o sector atendido, dando como resultado la opaca participación de la misma y el elevado nivel de desconocimiento de su gestión.

## RECOMENDACIONES

Fortalecer el sistema de vinculación de la carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera través del diseño de programas y proyectos turísticos objetivos, de alto impacto, basados en la realidad de la población y de su territorio, de interés local y que respondan a las necesidades de la población, que sean gestores del desarrollo y que a su vez presenten congruencia con las políticas establecidas por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.

Tomando en cuenta que la vinculación más allá de ser una obligación es una responsabilidad social, todas las Instituciones de Educación Superior, se deben comprometer a prestar su recurso tecnológico y humano para intervenir de manera objetiva, participativa y conjunta en el desarrollo de los sectores más necesitados, en este caso a través de la actividad turística en donde cada sector para ser intervenido debe ser previamente diagnosticado a fin de asegurar efectos positivos en el mismo.

La actividad vinculante es la puerta grande que le otorga a todos los profesionales docentes, en este caso a los profesionales en turismo, ejercer su profesión desde la academia, y formar futuros profesionales de excelencia desde las aulas universitarias comprometidos con la gestión turística de su territorio, esta debe ser la oportunidad para contribuir de manera acertada a la dinamización de la actividad turística local que debe cobrar vida principalmente en aquellos sectores que necesitan de mayor atención y así se da un giro al actual sistema de vinculación, que no solo se limite a dictar capacitaciones construidas bajo el criterio de directivos y docentes, sino en el que se desarrollen proyectos con visión de desarrollo en base a las necesidades locales existentes, un sistema que se atreva a romper ciertos paradigmas de la vinculación y que su gestión sean trascendental no solo para el sector de intervención sino para la sociedad entera, y así posicionar a la Institución y a la carrera como líderes en vinculación que sirva de ejemplo para las demás instituciones de Educación Superior.

## BIBLIOGRAFÍA

- Acuña, P. (1993). Vinculación Universidad - Sector Productivo. Revista de la Educación Superior ANUIES. México, D.F.: Copyright.
- Casal, M. (2007). Turismo de Alternativo - Servicios Turísticos diferenciados. México, D.F.:Trillas.
- Castro, R. (2005). Manual Metodológico General para la Identificación, Preparación y Evaluación de Programas o Proyectos Madre. Bogotá: Unieurop.
- Código Orgánico de Organización Territorial, (2010). Quito.
- Consultoría TOURISM & IEISURE . (2007). Diseño del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador . Quito: Copyright.
- Equipo de la Universidad de Alicante . (2001). Planificación y Gestión del Desarrollo Turístico Sostenible. Copyright.
- Ezequiel Ander-Egg. (2005). Metodología y práctica del desarrollo de la comunidad. Tarragona :Unieurop.
- Fundación CODESPA. (2011). Modelo de Gestión del Turismo Rural Comunitario CODESPA . Madrid: Gráfica Educativa .
- GAD Parroquial de Mulaló. (2015). Plan de Desarrollo y Organización Territorial. Latacunga.
- GAD Parroquial Mulaló. (2011). Plan de Desarrollo y Organización Territorial. Latacunga .
- GAD Parroquial Once de Noviembre. (2011). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. Latacunga

Gould, G. (1997). Vinculación Universidad – Sector Productivo: Una Reflexión sobre la Planeación y Operación de Programas de Vinculación, México, D.F.: ANUIES.

Hernandez , I., Jiménez, J., Montes , R., & Jiménez , F. (2007). Plan Estrategico de Turismo Rural Sustentable y Participativo de la Zona Maya de Quintana Roo. México, D.F.: Copyright.

Herrera, L., Mediana, A., & Naranjo, G. (2004). Tutoria de la Investigación Científica. Ambato: Copyrigh.

Instituto Interamericano de Cooperacion para la Agricultura. (2014). Guia para la Formulación de Planes de Desarrollo Turistico en Territorios Rurales. San José, Costa Rica : Dewey.

Lobo, L. G. (2004). Estrategías de Gestión para la Capitalización del Conocimiento en el Contexto de la Relación Universidad-Sector Productivo. Revista Venezolana de Educación. Carácas. Educere.

Meléndez, A. (1995). Argumentos para la Vinculación del Desarrollo Sostenible con el Patrimomo Natural y Cultural en Turismo.

Méndez, C. (2004). METODOLOGÍA: Diseño y desarrollo del proceso de investigación. Colombia: Mc Graw Hill.

Minusterio de Turismo. (2007). Programa Nacional de Capacitación Turística. Quito.

Moscoso, F. (2013). Actores Territoriales en la Definición y Configuración de Modelos de Desarrollo Turístico.

Naranjo, M. d. (2015). Turismo tercera fuente de ingresos no petroleros de Ecuador. Quito: La Nación .

Nova, G., Oyarzún, E., & Szmulewicz, P. (2012). Manual del Emprendedor de Turismo Rural . Santiago de Chile : Indap.

- (2015). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia de Mulalo.
- Ricaute, C. (2009). Manual para el Diagnóstico Turístico Local . Guayaquil .
- Riveros, H., & Blanco, M. (2003). El Agroturismo una Alternativa para Revalorizar la Agroindustria Rural como mecanismo de desarrollo Local. Lima : Cirad.
- Sánchez, N. (2007). Metodología para la Planificación, Seguimiento y Evaluación de Proyectos. Carácas: Paidós
- Sancho, A. (2008). Apuntes de Metodología de la Investigación en Turismo. Monterrey: Educere
- Sarauz, J. (2011). Manual para Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos: Herramienta Básica. México, D.F.: Indap
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). Plan Nacional del Buen Vivir . Quito .
- Velasco, F. (2007). Aprender a Elaborar un Plan de Negocios. Barcelona: Paidós.

## LINKOGRAFIA

- Abatedaga, N. (15 de abril de 2015). *Editoria Brujas* . Recuperado el 30 de agosto de 2015. Obtenido de <http://www.editorialbrujas.com.ar/detalle.php?idlibro=264>
- Alcivar, V. (03 de marzo de 2012). *Nuestra Comunidad* . Recuperado el 20 de junio de 2015. de <http://nuestra-comunidad.blogspot.com/p/la-parroquia.html>
- Bartle, P. (23 de enero de 2015). *Communiti Empowerment Collective* . Recuperado el 3 de Julio de 2015 de <http://cec.vcn.bc.ca/mpfc/whats.htm#%282%29>

*Blog del Ministerio de Turismo.* (12 de julio de 2007). Recuperado el 14 de Marzo de 2015 de Blog del Ministerio de Turismo:  
<http://somosdemocracia.org/plandetur/>

*Foros Ecuador .* (20 de enero 2013). Recuperado el (28 de octubre de 2015) de Foros Ecuador :  
<http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/educaci%C3%B3n-y-ciencia/3191-concepto-de-plan-nacional-para-el-buen-vivir>

Málaga, U. d., & Bioestadística. (s.f.). (19 de abril del 2014) *Bioestadística: Métodos y Aplicaciones.* Recuperado el 17 de octubre de 2015 de Muestreo aleatorio estratificado :  
<http://www.bioestadistica.uma.es/libro/node89.htm>

Quesada, R. (18 de septiembre de 2014). Elementos del Turismo. Ed. EUNED. Costa Rica. Recuperado el 23 de abril de 2015 de:  
<http://books.google.com.ec/books?id=TC5wnWE8f6MC&pg=PA107&dq=que+es+vinculacion&hl=es&sa=X&ei=EABYVIqhdYHCgwTas4TYAg&ved=0CCYQ6AEwAg#v=onepage&q=que%20es%20vinculacion&f=false>

Saavedra,R. Castro,L. Restrepo, O. Rojas, A. (03 de marzo de 2012). Planificación del Desarrollo. Ed. Geminis Ltda. Bogotá. Recuperado el 10 de octubre de 2015 de:  
[http://books.google.com.ec/books?id=zHMj4\\_JVgKsC&pg=PA179&dq=que+es+un+plan+programa+y+proyecto&hl=es&sa=X&ei=HhdyVJiXDoGjNs64g4AK&ved=0CC4Q6AEwAg#v=onepage&q=que%20es%20un%20plan%20programa%20y%20proyecto&f=false](http://books.google.com.ec/books?id=zHMj4_JVgKsC&pg=PA179&dq=que+es+un+plan+programa+y+proyecto&hl=es&sa=X&ei=HhdyVJiXDoGjNs64g4AK&ved=0CC4Q6AEwAg#v=onepage&q=que%20es%20un%20plan%20programa%20y%20proyecto&f=false)

# **ANEXOS**



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA


**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y  
HOTELERA**

**CERTIFICACIÓN**

Se certifica que el presente trabajo fue desarrollado por la señorita Jenyffer  
Pholett Villacís Solís.

En la ciudad de Latacunga, a los 20 días del mes de enero del 2017.

  
Ing. Yilena Montero

**DIRECTORA DEL PROYECTO**

  
Ing. Carlos Albán

**DIRECTOR DE CARRERA**

  
Dr. Juan Carlos Díaz

**SECRETARIO ACADEMICO**

**Aprobado por:**