



**Análisis de los emprendimientos turísticos comunitarios en el desarrollo
sostenible de la Provincia de Cotopaxi**

Chango Moreno, Melani Noely y Chile Asimbaya, Mishel Yadira

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 Licenciatura en
Administración Turística y Hotelera

Ing. Palomino Siza, Luis Benigno

10 de Febrero del 2021



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

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, “**ANÁLISIS DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS COMUNITARIOS EN EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI**”, fue realizado por las señoritas **Chango Moreno Melani Noely** y **Chile Asimbaya Mishel Yadira**, el cual ha sido revisado y analizado en su totalidad por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustenten públicamente.

Latacunga, 11 febrero del 2021



Firmado electrónicamente por:

**LUIS BENIGNO
PALOMINO**

Ing. Luis Benigno Palomino Siza

cc.:1716550676

DIRECTOR DEL PROYECTO

Análisis del Urkund**Document Information**

Analyzed document PROYECTO GRADO_MISHEL CHILE & MELANI CHANGO.pdf (D94352622)

Submitted 2/1/2021 9:46:00 PM

Submitted by

Submitter email lbpalomino@espe.edu.ec

Similarity 2%

Analysis address lbpalomino.espe@analysis.arkund.com

Sources included in the report

W URL: <http://www.acs-aec.org/index.php?q=es/sustainable-tourism/el-turismo-comunitario>

Fetches: 2/1/2021 9:47:00 PM

W URL: https://www.redalyc.org/pdf/1807/180747502003.pdf?fbclid=IwAR3Z57GWajU6WvtWv_TDZEm...

Fetches: 2/1/2021 9:47:00 PM

W URL: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7429708.pdf> Fetches: 2/1/2021 9:47:00 PM

W URL: https://www.equatorinitiative.org/wp-content/uploads/2017/05/case_1_1363900152.pdf

Fetches: 2/1/2021 9:47:00 PM

Firma:



Firmado electrónicamente por:

LUIS BENIGNO PALOMINO

Ing. Palomino Siza, Luis Benigno

DIRECTOR



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

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA

Nosotras, **Chango Moreno Melani Noely**, con cédula de identidad n°1726635418, y **Chile Asimbaya Mishel Yadira** con cédula de identidad n° 1725353435, declaramos que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación **“ANÁLISIS DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS COMUNITARIOS EN EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI”**, es de nuestra autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos, y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Latacunga, 11 febrero del 2021

Srta. Melani Noely Chango Moreno

C.C.: 172663541-8

Srta. Mishel Yadira Chile Asimbaya

C.C.: 172535343-5



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

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Nosotras, **Chango Moreno Melani Noely** y **Chile Asimbaya Mishel Yadira**, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca virtual de la institución el presente trabajo de titulación **“ANÁLISIS DE LOS EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS COMUNITARIOS EN EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi autoría y responsabilidad.

Latacunga, 11 febrero del 2021

Srta.Melani Noely Chango Moreno

C.C: 172663541-8

Srta.Mishel Yadira Chile Asimbaya

C.C: 172535343-5

DEDICATORIA

A la cima no llegarás superando a los demás, al contrario llegarás solo superándote a ti mismo. Esta investigación se la dedico a mi Dios, el ser que siempre ha estado conmigo en todos los momentos de mi vida, brindándome la guía y fuerza necesaria para salir adelante brindándome sabiduría e inteligencia para culminar con éxitos mi carrera .

A mis padres Alfonso y Noemi, por ser mi motor para salir adelante, a mis hermanos Jesús y Esteban por ser mi inspiración, a mi novio Norman y sobrinos Natasha y Jaden por ser la superación diaria y constante para mí, quienes siempre han estado a mi lado con su apoyo incondicional y consejos, gracias por su paciencia pero sobre todo por su amor.

También dedico este logro a mis docentes y amigos que fueron parte de mi formación académica y profesional con sus experiencias y conocimientos.

Por eso la culminación de este trabajo se los dedico a cada uno de ellos, ya que, forman parte de este sueño que hoy se hace realidad y que parecía inalcanzable.

Melani Noely Chango Moreno.

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedico con todo el amor a Dios y a mi familia. A mi padre el cual es mi ángel del cielo y fue mi primer amor lo recuerdo siempre con esa sonrisa que era mi felicidad, fue mi mayor ejemplo pues me enseñó a caminar por la vida dándome todo su amor, a ser perseverante, responsable y sobre todo me enseñó la fortaleza que debo tener ante cualquier obstáculo.

También quiero dedicar a mi madre por ser el motor de mi vida, la mujer que me impulsa a continuar y confía en mí, le reconozco por su amor incondicional y la fortaleza que todos los días me da para continuar con las metas y sueños que tengo en mente.

Le agradezco sus consejos y todo el esfuerzo que hace por sus hijas.

A mi hermana Maritza y cuñado Santiago, por ser ese apoyo absoluto que me impulsa a ser mejor cada día, les reconozco por ser parte de este esfuerzo y por los consejos que siempre me dan para ir forjando mi camino. Gracias por estar junto a mí en los buenos y malos momentos.

A mi hermana Alisson, por ser como una amiga en la que puedo confiar, y sabe todo el esfuerzo por el cual hemos tenido que pasar. Compartimos muchas metas juntas las cuales algún día con esfuerzo y dedicación se lograrán.

A mi abuelito José, por ser esa persona que me brinda cariño, amor y apoyo para no decaer.

A mi amigo Carlos, por brindarme apoyo, ánimos y consejos en varios momentos de mi vida.

Mishel Yadira Chile Asimbaya.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por llenarme de salud y vida para cumplir uno de mis sueños llenándome de bendiciones.

Un agradecimiento especial a mis padres Alfonso y Noemi, al igual que a mis hermanos Jesús y Esteban, quienes con su amor, apoyo y exigencias me motivan constantemente a seguir luchando y gracias a sus experiencias me han enseñado que las grandes cosas requieren de grandes esfuerzos y sacrificios pero que son constancia se llega al éxito.

También agradezco a mi director de tesis Ing. Luis Palomino, por sus conocimientos, consejos, paciencia y guía en la elaboración de esta investigación que es un paso muy importante para la culminación de mis sueños

Y reconozco mi gratitud a mis amigos Lesly Suárez, Sheyla Zarate, Mishel Chile, Eddy Aigaje, Saulo Ante, Sofía Sánchez, Tania Vergara, y demás personas que sin mencionar su nombre saben que son parte de este logro; quienes con sus locuras, consejos, experiencia y sabiduría lograron animarme para no abandonar mis estudios, a ustedes gracias por todo ese apoyo y por compartir grandes momentos que se quedan guardados en mi memoria y corazón para siempre.

Finalmente agradezco a mi compañero de vida universitaria y personal Norman Morales, quién con su comprensión, paciencia, apoyo incondicional y amor celebra cada triunfo de mi vida y me motiva a seguir luchando.

Melani Noely Chango Moreno.

AGRADECIMIENTO

Primero un agradecimiento a Dios por brindarme vida, salud y la oportunidad de concluir con una de las metas que me he propuesto en la vida.

Agradezco a mis padres y hermana Maritza quienes me apoyaron y caminaron junto a mí, para poder culminar mi carrera universitaria. Sus esfuerzos hoy dan frutos y con mucho empeño continuaré las metas que me llevarán a ser una profesional de calidad.

Al docente Ing. Luis Palomino por brindarme las herramientas necesarias para desarrollar con éxito, el presente proyecto de titulación. Tomando en cuenta su esfuerzo y paciencia para ser nuestro mentor e impartir sus conocimientos y habilidades en el tema turístico comunitario.

Mishel Yadira Chile Asimbaya.

INDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA	1
CERTIFICACIÓN.....	2
ANÁLISIS DEL URKUND	3
RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA	4
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN.....	5
DEDICATORIA.....	6
AGRADECIMIENTO.....	8
RESUMEN	18
ABSTRACT	19
CAPÍTULO I.....	20
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN Y MARCO TEÓRICO	20
Introducción.....	20
Antecedentes	21
Planteamiento del problema.....	22
Formulación del problema	24
Justificación e importancia	24
Objetivos de la investigación	25
Objetivo General.....	25
Objetivos Específicos	25
Hipótesis	25
Variables de investigación.....	25
MARCO TEÓRICO.....	26
Emprendimiento turístico comunitario.....	26
Fundamentos conceptuales del turismo comunitario	26
Desarrollo del turismo comunitario en el mundo.....	30
Evolución del turismo comunitario en el Ecuador.....	34
Análisis de los emprendimientos turísticos comunitarios	39

Turismo en las comunidades como herramienta de desarrollo.....	41
Desarrollo sostenible	44
Fundamentación teórica del desarrollo sostenible	44
Turismo y desarrollo sostenible.....	50
Desarrollo sostenible e indicadores turísticos.....	52
Sistema Europeo de Indicadores Turísticos (ETIS).....	55
Sistema de indicadores turísticos en el Ecuador	59
CAPITULO II.....	64
MARCO METODOLÓGICO, POBLACION Y MUESTRA	64
Marco Metodológico.....	64
Tipos de investigación	65
Diseño de la investigación.....	66
Población y muestra	69
Recolección y procesamiento de datos:	70
Análisis de resultados.....	72
CAPITULO III.....	73
DIAGNÓSTICO Y ANÁLISIS SITUACIONAL	73
Análisis situacional.....	73
Zona de estudio	73
Emprendimientos turísticos comunitarios	82
Componentes de la investigación	90
CAPÍTULO IV	96
ANÁLISIS DE RESULTADOS	96
Introducción.....	96
Análisis de resultados	96
Análisis e interpretación de las encuestas.....	96
Análisis e interpretación de entrevista	119
Comprobación de la hipótesis	141
Estrategias del Plan de acción	146

Definición de los ETC.....	146
Elaboración del árbol de problemas.	147
Árbol de problemas.....	149
Definición de los objetivos del plan.....	150
Elaboración de líneas estratégicas.....	150
Definición del cronograma de actividades y presupuesto base	160
Elaboración del programa de capacitación y formación.	164
Conclusiones	166
Recomendaciones	168
BIBLIOGRAFÍA	169

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	<i>Definiciones de Turismo Comunitario</i>	28
Tabla 2	<i>Experiencias del turismo comunitario en Ecuador</i>	37
Tabla 3	<i>Análisis de los objetivos de Desarrollo Sostenible establecidas por la ONU</i>	49
Tabla 4	<i>Temas analizados por los indicadores de desarrollo sostenible</i>	54
Tabla 5	<i>Indicadores básicos del Sistema Europeo de Indicadores Turísticos</i>	56
Tabla 6	<i>Indicadores económicos que utiliza el sector turístico en Ecuador</i>	60
Tabla 7	<i>Indicadores sociales y demográficos que utiliza el sector turístico en Ecuador</i> 61	
Tabla 8	<i>Planificación del diseño de investigación</i>	68
Tabla 9	<i>Emprendimientos turísticos comunitarios de Cotopaxi</i>	69
Tabla 10	<i>Cálculo de la población y muestra</i>	70
Tabla 11	<i>Valor agregado bruto del sector terciario</i>	76
Tabla 12	<i>Auto identificación según la cultura y costumbres</i>	79
Tabla 13	<i>Indicadores utilizados en la investigación de acuerdo al ETIS</i>	92
Tabla 14	<i>Género de personas encuestadas</i>	97
Tabla 15	<i>Edad de los encuestados</i>	98
Tabla 16	<i>Categorías que les describen a los encuestados</i>	99
Tabla 17	<i>Tipo de emprendimiento visitado</i>	100
Tabla 18	<i>Medios de comunicación por el cual conoció los ETC</i>	101
Tabla 19	<i>Frecuencia de visita a los ETC</i>	102
Tabla 20	<i>Personas con las que visita un emprendimiento turístico comunitario</i>	103
Tabla 21	<i>Duración de su visita en el emprendimiento turístico comunitario</i>	104
Tabla 22	<i>Presupuesto por persona que destina a la visita de los ETC</i>	105
Tabla 23	<i>Emprendimientos adaptados a personas con discapacidad</i>	106
Tabla 24	<i>Inconvenientes respecto a la seguridad en los ETC</i>	107
Tabla 25	<i>Eventos culturales durante la visita a los emprendimientos</i>	108
Tabla 26	<i>Calificación en el servicio de los emprendimientos turísticos comunitarios</i> ..	108
Tabla 27	<i>Dificultad para transportarse en la provincia de Cotopaxi</i>	110
Tabla 28	<i>Medios de transporte para llegar a los ETC</i>	111
Tabla 29	<i>Tipos de contenedores para reciclaje</i>	112
Tabla 30	<i>Productos biodegradables en los ETC</i>	113
Tabla 31	<i>Medidas para reducir el consumo de energía</i>	114
Tabla 32	<i>Emprendimientos turísticos comunitarios visitados por los turistas</i>	115
Tabla 33	<i>Satisfacción en la visita y experiencia en los ETC</i>	116

Tabla 34 <i>Porcentaje de visita al destino</i>	117
Tabla 35 <i>Número de visitas al destino en los últimos cinco años a los ETC</i>	118
Tabla 36 <i>Aspecto económico</i>	120
Tabla 37 <i>Aspecto social - cultural</i>	127
Tabla 38 <i>Aspecto ambiental</i>	134
Tabla 39 <i>Resumen de procesamiento de casos</i>	141
Tabla 40 <i>Tabla cruzada</i>	143
Tabla 41 <i>Distribución de frecuencias esperadas</i>	144
Tabla 42 <i>Chi Cuadrado</i>	145
Tabla 43 <i>Segunda prueba del chi cuadrado</i>	145
Tabla 44 <i>Análisis FODA</i>	148
Tabla 45 <i>Líneas Estratégicas</i>	151
Tabla 46 <i>Línea estratégica del ámbito económico</i>	152
Tabla 47 <i>Línea estratégica del ámbito social – cultural</i>	155
Tabla 48 <i>Línea estratégica del ámbito ambiental</i>	158
Tabla 49 <i>Cronograma de actividades y presupuesto base</i>	160
Tabla 50 <i>Programa de capacitación y formación general</i>	164
Tabla 51 <i>Programa de capacitación y formación empresarial</i>	165
Tabla 52 <i>Programa de capacitación y formación profesional</i>	165

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Aportes Relevantes del Concepto de Turismo Comunitario</i>	27
Figura 2 <i>Beneficios del Turismo Comunitario</i>	30
Figura 3 <i>Ruta de las Flores</i>	32
Figura 4 <i>Estadísticas del Turismo en Ecuador</i>	34
Figura 5 <i>Historia del Turismo Comunitario en Ecuador</i>	35
Figura 6 <i>Componentes claves para el desarrollo</i>	40
Figura 7 <i>Emprendimientos turísticos comunitarios de Cotopaxi</i>	41
Figura 8 <i>Implementación y planificación de iniciativas en el turismo comunitario</i>	43
Figura 9 <i>Objetivos críticos en una política de desarrollo y medio ambiente</i>	46
Figura 10 <i>Antecedentes que dieron lugar al concepto de desarrollo sostenible</i>	47
Figura 11 <i>Objetivos del desarrollo sostenible</i>	48
Figura 12 <i>Factores del sector turístico al crecimiento económico</i>	51
Figura 13 <i>Funciones que cumple el turismo sostenible</i>	55
Figura 14 <i>Guía de aplicación del Sistema Europeo de Indicadores Turísticos</i>	59
Figura 15 <i>Estadísticas del turismo en Ecuador</i>	62
Figura 16 <i>Estructura de la metodología</i>	64
Figura 17 <i>Tipos de investigación</i>	65
Figura 18 <i>Diseño de la investigación</i>	66
Figura 19 <i>Fuentes de recolección de información</i>	71
Figura 20 <i>Fuentes de recolección de información</i>	72
Figura 21 <i>Ubicación de la provincia de Cotopaxi</i>	74
Figura 22 <i>Edad de los Cotopaxenses</i>	75
Figura 23: <i>Temperatura ambiente de la Provincia de Cotopaxi</i>	78
Figura 24 <i>Zona de Estudio</i>	81
Figura 25 <i>Planta de producción del vino</i>	82

Figura 26 <i>Filosofía empresarial de la fábrica de Vino de Mortiño</i>	83
Figura 27 <i>Instalaciones del Centro de Interpretación Cultural Canchahuasi</i>	84
Figura 28 <i>Complejo turístico comunitario Shalala Quilotoa</i>	85
Figura 29 <i>Hostal Princesa TOA</i>	86
Figura 30 <i>Filosofía corporativa del Hostal Princesa TOA</i>	87
Figura 31 <i>Restaurante comunitario Kirutwa</i>	87
Figura 32 <i>Filosofía corporativa del Restaurante comunitario Kirutwa</i>	88
Figura 33 <i>Centro artesanal Quilotoa</i>	89
Figura 34 <i>Género de las personas encuestadas</i>	97
Figura 35 <i>Edad de los encuestados</i>	98
Figura 36 <i>Categorías que les describen a los encuestados</i>	99
Figura 37 <i>Tipo de emprendimiento visitado</i>	100
Figura 38 <i>Medio de comunicación por el cual conoció los ETC</i>	101
Figura 39 <i>Frecuencia de visita a los ETC</i>	102
Figura 40 <i>Personas con las que visita un emprendimiento turístico comunitario</i>	103
Figura 41 <i>Duración de su visita en el emprendimiento turístico comunitario</i>	104
Figura 42 <i>Presupuesto por persona que destina a la visita de los ETC</i>	105
Figura 43 <i>Emprendimientos adaptados a personas con discapacidad</i>	106
Figura 44 <i>Inconvenientes respecto a la seguridad en los ETC</i>	107
Figura 45 <i>Eventos culturales durante la visita a los emprendimientos</i>	108
Figura 46 <i>Calificación en el servicio de los ETC</i>	109
Figura 47 <i>Dificultad para transportarse en la provincia de Cotopaxi</i>	110
Figura 48 <i>Medios de transporte para llegar a los ETC</i>	111
Figura 49 <i>Tipos de contenedores para reciclaje</i>	112
Figura 50 <i>Productos biodegradables en los ETC</i>	113
Figura 51 <i>Medidas para reducir el consumo de energía</i>	114

Figura 52 <i>Emprendimientos turísticos comunitarios visitados por los turistas</i>	115
Figura 53 <i>Satisfacción en la visita y experiencia en los ETC.</i>	116
Figura 54 <i>Porcentaje de visita al destino</i>	117
Figura 55 <i>Número de visitas al destino en los últimos cinco años a los ETC.</i>	118
Figura 56 <i>Árbol de problemas</i>	149

RESUMEN

Los Emprendimientos Turísticos Comunitarios son grupos de personas que forman parte de una comunidad y buscan mejorar su calidad de vida, a través del conjunto de alternativas en vista de las necesidades económicas, sociales – culturales y ambientales que posee la comunidad; por ende, el objetivo de la investigación es analizar los ETC en el desarrollo sostenible de la provincia de Cotopaxi. Para ello se utilizó la estructura metodológica definida en función de lo que plantea Bernal y en base al sistema Europeo de indicadores turísticos (ETIS) en donde se toma en cuenta la investigación documental y descriptiva; lo que conlleva a un diseño pre experimental que consiste en sensibilizar y comunicar, también se consideró la recolección y procesamiento de datos a través de fuentes y técnicas de investigación que fueron procesadas por el programa SPSS, para posterior a ello generar un análisis e interpretación de resultados. Finalmente, se logró generar un plan de acción que consta de la elaboración de un árbol de problemas, una matriz de análisis FODA, líneas estratégicas por cada eje (económico, social –cultural y ambiental), cronograma de actividades y presupuesto base, al igual que el desarrollo de una capacitación y formación ante todas las necesidades y problemas presentados en los ETC, con el fin de fortalecer y contribuir a su desarrollo.

PALABRAS CLAVE:

- **EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS COMUNITARIOS**
- **DESARROLLO LOCAL**
- **SISTEMA EUROPEO DE INDICADORES TURÍSTICOS**

ABSTRACT

Community tourism entrepreneurship are groups of people who are part of a community and seek to improve their quality of life, through a set of alternatives in view of the economic, social-cultural and environmental needs of the community; therefore, the objective of the research is to analyse the Community Tourism Entrepreneurship in the sustainable development of the province of Cotopaxi. For this, the methodological structure defined based on the European system of tourism indicators (ETIS) was used, where documentary and descriptive research is taken into account: which leads to a pre-experimental design that consists of raising awareness and communicating, it was also considered the collection and processing of data through sources and research techniques that were processed by the SPSS program, to later generate an analysis and interpretation of results. Finally, it was possible to generate an action plan that consists of the development of a problem tree, a SWOT analysis matrix, strategic lines for each axis (economic, social-cultural and environmental), schedule of activities and base budget, as well as that the development of training and education in the face of all the needs and problems presented in the FTEs, in order to strengthen and contribute to their development.

KEYWORDS

- **COMMUNITY TOURISM ENTREPRENEURSHIP.**
- **LOCAL DEVELOPMENT**
- **EUROPEAN SYSTEM OF TOURIST INDICATORS**

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN Y MARCO TEÓRICO

1.1 Introducción

Los emprendimientos de turismo comunitario (ETC) son considerados como un medio para mejorar la calidad de vida de las poblaciones inmersas y fortalecer la conservación de identidad cultural de sus pueblos, permitiéndole al turista formar parte de las actividades que se realizan dentro de las comunidades, con el fin de generar experiencias únicas e inolvidables del lugar al que visitó, además de ser una parte importante generadora de empleo e ingreso para las comunidades (Cabezas, 2015). Los Centros Turísticos Comunitarios (CTC) son comunidades locales organizadas y capacitadas que prestan servicios turísticos, y reciben asistencia del Ministerio de Turismo (MINTUR, 2010).

Al abordar la diferencia entre un CTC y ETC, se considera que ambas fomentan el desarrollo de una comunidad, sin embargo dentro del MINTUR se encuentra registrado solo un Centro de Turismo Comunitario de la provincia de Cotopaxi denominado Lago Verde que cumple con parámetros establecidos del Reglamento para los CTC, mientras que los ETC no cuentan con un registro en el Ministerio de Turismo, previo al inicio de su funcionamiento.

De tal manera, se ha previsto tomar información de la FEPTCE (Federación Plurinacional de turismo comunitario en el Ecuador), la cual determina que existe 6 emprendimientos Turísticos Comunitarios en la provincia de Cotopaxi.

Por lo tanto el objetivo es conocer la dinámica de los emprendimientos turísticos comunitarios en el desarrollo sostenible dentro de tres ejes que son: económico, social y ambiental de la provincia de Cotopaxi, en este sentido, la investigación se fundamenta en los siguientes capítulos:

- Capítulo I: En este apartado se define la problemática que se ha observado de los diferentes emprendimientos turísticos comunitarios, así como el marco teórico en el cual se sustenta los conceptos de la presente investigación.
- Capítulo II: En este capítulo se define el marco metodológico y los enfoques que se toman en cuenta para el desarrollo de la investigación, y por ende la población y muestra seleccionada.
- Capítulo III: En este apartado se realiza el diagnóstico del análisis situacional correspondiente para comprender las dos variables de estudio y en base a ello desarrollar el análisis de la investigación.
- Capítulo IV: Finalmente se elabora un análisis de resultados de los ETC en función del desarrollo sostenible de la Provincia de Cotopaxi para definir un plan de acción en función a estrategias que permitan a los emprendimientos continuar brindando un servicio al turista y mantenerse en continuo desarrollo.

1.1.1. Antecedentes

En la provincia de Cotopaxi se han realizado un reducido número de investigaciones en relación a los emprendimientos en cada cantón, por esta razón se ha considerado se visto oportuno realizar un análisis de los emprendimientos turísticos comunitarios en el desarrollo sostenible de la provincia.

De acuerdo a Nazareno (2016) en su artículo menciona que el emprendimiento es un factor en el desarrollo del turismo rural sostenible en la parroquia Tachina de la provincia de Esmeraldas, en donde se analizó las herramientas de gestión para orientar las actividades y el desarrollo, a través de métodos de investigación, mismas que arrojaron como resultado que los emprendedores no pueden realizar préstamos bancarios para comenzar sus actividades y por ende, les toca hacerlo con sus propios

recursos resultando ser una iniciativa débil que afecta a las actividades turísticas. Esta investigación proporciona ejemplos de la aplicación del análisis estructural como herramienta de diagnóstico, así como del pensamiento emprendedor en procesos relacionados con emprendedores individuales, instituciones y el estado, convirtiendo al emprendimiento en un fenómeno social y económico, que sirve como guía para el trabajo de investigación.

Por otro lado Monteros (2018) en su tesis titulada “Estudio del turismo comunitario como alternativa de desarrollo local para la parroquia Cochapamba del cantón Saquisilí, provincia de Cotopaxi”, analiza las bases teóricas y elementos del turismo comunitario en el desarrollo sostenible, a través de un diagnóstico turístico del territorio en la provincia de Cotopaxi, al igual que los componentes del turismo comunitario que sirven como guía para el desarrollo del trabajo de investigación.

Posteriormente para Tamayo (2018) en su tesis menciona que el emprendimiento inclusivo es una opción de desarrollo en el corredor turístico de los Andes Centrales del tren del Ecuador, donde se detalló las políticas comerciales, sociales, y económicas del corredor luego de la restauración. Esta investigación aporta con políticas para emprendimientos dentro del Ecuador y los convenios con las respectivas organizaciones públicas y privadas.

1.1.2. Planteamiento del problema

Las asociaciones u organizaciones indígenas, campesinas y comunidades, consideran que el turismo comunitario se ha convertido en un medio de promoción, publicidad y autogestión en sus territorios, lo cual les da la autoridad para reclamar un lugar en plazas, mercados, etc., que permiten formar una estrategia y consolidar políticas en beneficio a sus emprendimientos (Gonzalo, 2016).

Partiendo del supuesto anterior, el problema de la presente investigación se definió a través de visitas in-situ a los cantones de Pujilí, Latacunga, Salcedo y Sigchos; además se conceptualizó todo el desarrollo de los emprendimientos de turismo comunitario y en función de ello, se generó la espina de pescado o diagrama de Ishikawa (ver anexo 1), con lo cual se desarrolló la lista de problemas (ver anexo 2), matriz de Vester (ver anexo 3), y con ello se planteó el árbol de problemas (ver anexo 4), lo que permitió finalmente contextualizar la problemática.

En los Emprendimientos Turísticos Comunitarios de la provincia de Cotopaxi, se verificó el trabajo comunitario con poca participación activa de la comunidad, así como la desorganización de los emprendimientos hoteleros, turísticos, gastronómicos y asociaciones de artesanos, existentes en los cantones antes mencionados; lo que provocó puestos ocasionales, que no permitieron un desarrollo constante de la comunidad, por otra parte existió escasa promoción turística e inadecuada infraestructura de los emprendimientos turísticos comunitarios, que generaron poca afluencia de turistas y por ende un limitado intercambio cultural.

Vinculado a lo antes expuesto, existe un aporte mínimo de estrategias e información que ayuden a incrementar la oferta en los ETC, por parte de las instituciones públicas como el Ministerio de Turismo (MINTUR), que a pesar de disponer la guía del emprendedor turístico no es aplicable a la realidad del lugar y se encuentra desactualizada. Al igual que los GAD's parroquiales y asociaciones que no poseen gestión hacia los ETC, evitando su crecimiento y desarrollo económico, social y ambiental.

En esta línea de ideas es fundamental destacar que existe desorden de actividades turísticas e incumplimiento de medidas para reducir la contaminación ambiental, que conlleva a graves efectos sobre la salud de la comunidad y a su vez reduce su calidad de vida.

Por las razones antes expuestas se denotó que, existe desmotivación personal por parte de los emprendedores, que a pesar de sus esfuerzos por mantener los diferentes emprendimientos, no cuenta con la colaboración de instituciones públicas, por lo que fomentan planes que se enfocan en la búsqueda de estrategias, lo conlleva a una competencia desleal de los servicios y productos, que dificultan el desarrollo en la provincia de Cotopaxi.

1.1.3. Formulación del problema

¿Cómo aportan los emprendimientos turísticos comunitarios en el desarrollo sostenible de la provincia de Cotopaxi?

1.1.4. Justificación e importancia

El presente trabajo surge con la necesidad de analizar los Emprendimientos Turísticos Comunitarios en el desarrollo sostenible de la provincia de Cotopaxi, mediante un diagnóstico situacional, en el cual se determinó el aporte de los ETC en el desarrollo sostenible de las comunidades a la actividad turística. Dado que los ETC son un conjunto de esfuerzos que realizan un grupo de personas que integran una comunidad, con el fin de mejorar la situación económica, ambiental y social de cada uno de los integrantes locales que, a su vez tienen una oportunidad de desarrollo para un sector, siempre que la población pueda establecerse.

De tal manera es necesario realizar este análisis en el Centro artesanal de Quilotoa, Hostal princesa TOA, restaurante Kirutwa, complejo turístico comunitario Shalala, Fábrica de mortiños “El último Inca”, centro de interpretación cultural Canchahuasi, que son los emprendimientos turísticos comunitarios de la provincia de Cotopaxi registrados dentro de la FEPTCE, para determinar cuál es el nivel de aportación al desarrollo sostenible dentro de las comunidades.

En este sentido y considerando que existe poca información de los emprendimientos turísticos comunitarios y que no están registrados en el MINTUR, se realizó un análisis y disertación de resultados utilizando el Sistema Europeo de los Indicadores Turísticos, con el objetivo de crear ejes estratégicos que permitan el desarrollo de las comunidades y a su vez el cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible, que disminuya ciertas carencias de la comunidad y sirvan de aporte para la erradicación de la pobreza.

1.1.5. Objetivos de la investigación

a) Objetivo General

Analizar los Emprendimientos Turísticos Comunitarios en el desarrollo sostenible de la provincia de Cotopaxi

b) Objetivos Específicos

- Definir la problemática y las bases conceptuales que consoliden la investigación.
- Diagnosticar la situación actual de los emprendimientos turísticos comunitarios de la provincia de Cotopaxi.
- Determinar a través del análisis de resultados las estrategias de desarrollo sostenible para los ETC de la provincia de Cotopaxi.

1.1.6. Hipótesis

Los emprendimientos turísticos comunitarios aportan en el desarrollo sostenible de la provincia de Cotopaxi.

1.1.7. Variables de investigación

- Variable Independiente: Emprendimientos de turismo comunitario
- Variable Dependiente: Desarrollo Sostenible

MARCO TEÓRICO

1.2 Emprendimiento turístico comunitario

1.2.1 Fundamentos conceptuales del turismo comunitario

El turismo comunitario inicia en la década de 1980 alrededor del mundo entre los pioneros quienes iniciaron el turismo fueron los pueblos indígenas y comunidades campesinas quienes participaron y se encargaron de la planificación, al igual que han sido beneficiados a lo largo de los años. Además el turismo comunitario recibe algunos nombres entre ellos están: turismo indígena, étnico, comunitario, y rural. (Cabanilla, 2018), lo que significa que el turismo comunitario nace de una necesidad por la que atraviesa una comunidad, viendo al turismo como una oportunidad de vida.

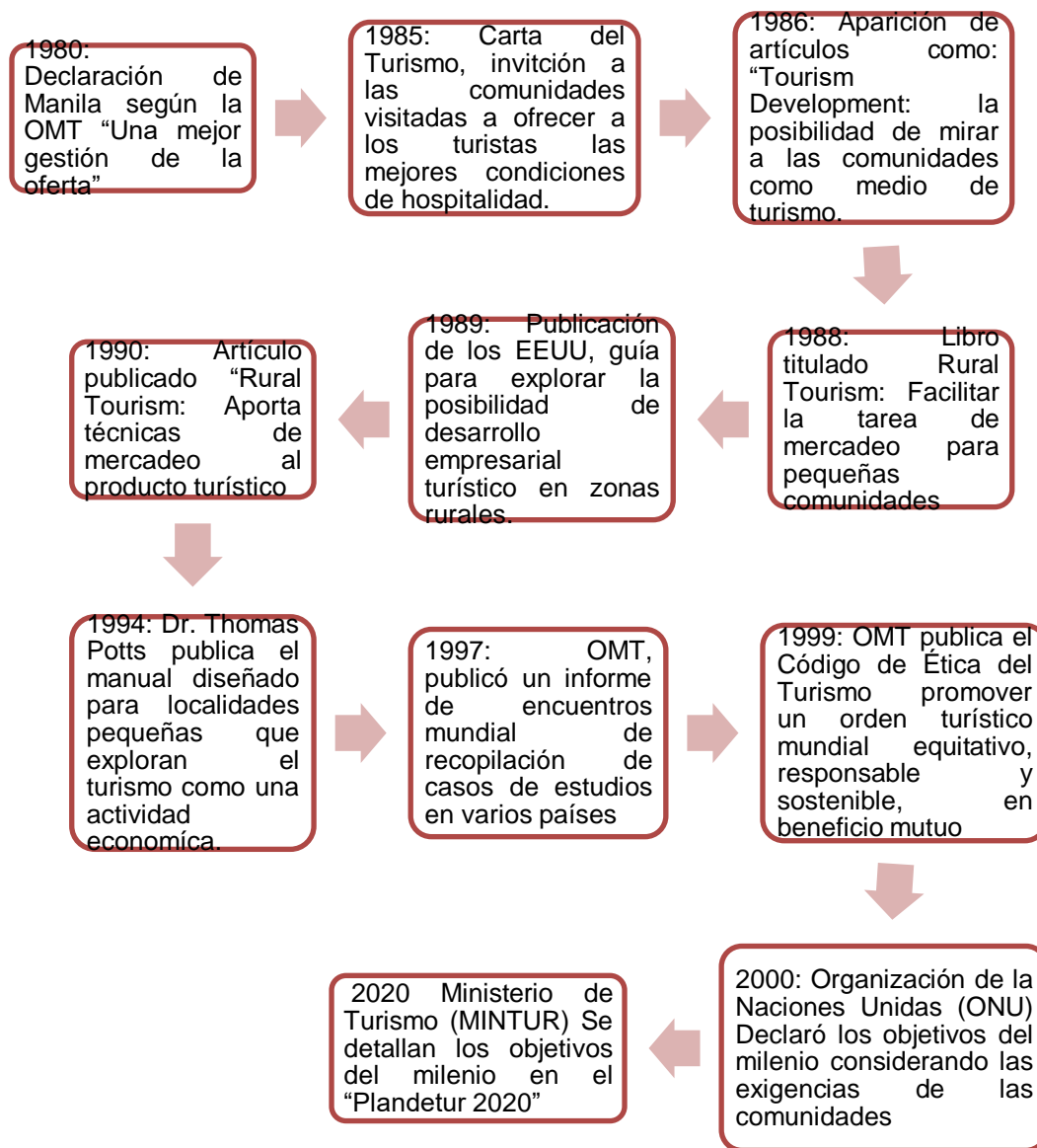
Es por esto que el turismo comunitario se desenvuelve en países de menor desarrollo en América Latina, África y Asia en comunidades campesinas como menciona Villavicencio (2016) donde las comunidades han explorado actividades alternativas que permiten el ingreso económico a cada familia y por ende aumentan el empleo de la población, aunque debido al deterioro de la calidad de vida provocada por la crisis agropecuaria y las limitaciones políticas hicieron difícil impulsar la situación en aquella época, razón por la cual, no se dieron por vencidos y continúan con el desarrollo del turismo comunitario en cada comunidad.

Además el turismo comunitario siempre se ha considerado como una estrategia de apoyo a la conservación de las áreas naturales y protegidas para bajar el uso agrícola y ganadero ofreciendo a los comuneros la oportunidad de generar nuevas ideas y beneficios con el turismo para la economía de un país. Cabe señalar que el turismo comunitario está en constante desarrollo tanto a nivel nacional como

internacionalmente, por lo que tiene varios conceptos históricos como se muestra a continuación:

Figura 1

Aportes Relevantes del Concepto de Turismo Comunitario



Nota: En la figura anterior se muestra la evolución del turismo comunitario en cada año adaptado del libro turismo comunitario (Cabanilla, 2018).

El turismo comunitario a través de los años ha ido evolucionando constantemente como se observa con anterioridad, lo que ha permitido un desarrollo en las comunidades y localidades rurales, sin importar la época o el año que se realice dicho turismo, ya que, lo único que busca es vincular a todos los sectores a su alrededor, mediante políticas y lineamientos que permitan llevar a cabo el turismo comunitario, además de compartir e integrar a las pequeñas comunidades.

Además de acuerdo a Hernández (2019) desde comienzos del siglo XXI el turismo comunitario ha adquirido mayor importancia, ya que, es una herramienta para disminuir la pobreza y promover el desarrollo turístico sostenible para ello es necesario tomar en cuenta las siguientes definiciones:

Tabla 1
Definiciones de Turismo Comunitario

Año	Autor	Definición
2018	Schott y Nhem	Forma de desarrollo turístico que se enfoca en la participación de la comunidad (...) en la actividad turística.
2017	Mayaka	Desarrollo turístico sostenible, en donde una comunidad gestiona y controla sus propios recursos para el desarrollo de la actividad turística
2015	Ernawati	Prioriza la participación de la comunidad local en la planificación y ejecución de la actividad turística promoviendo el desarrollo sostenible
2014	Naik	Importancia de la sostenibilidad ambiental, social y cultural, (...) administradas por la comunidad y proporcionan a los visitantes la oportunidad de conocer y aprender formas de vida locales.
2007	Ruiz-Ballesteros y Solís	Busca la sostenibilidad social, cultural y ambiental, con la particularidad de que las comunidades mantienen el control, la gestión y la organización del negocio turístico
2007	Manyara y Jones	Es una iniciativa de desarrollo turístico sostenible que contribuye a la conservación del entorno a cargo de una comunidad local involucrada en la gestión de la actividad turística.
2001	Rozemeijer	Son iniciativas de turismo, propiedad de una o varias comunidades que participan equitativamente en la actividad turística como un medio para utilizar los recursos naturales

Nota. En esta tabla se muestra las definiciones del turismo, en donde los autores coinciden que el turismo comunitario necesita la participación de toda la comunidad para el proceso de desarrollo en la actividad turística de acuerdo a (Hernández, 2019).

El turismo comunitario es el proceso de desarrollo en una comunidad según FEPTCE (2017) menciona que el turismo comunitario es la relación entre la comunidad y el turista desde una matriz intercultural que garantiza el manejo del recurso natural, apreciación del patrimonio, equidad en el trabajo, y nuevas oportunidades laborales en beneficio de la comunidad.

No obstante para la Cooperación al desarrollo en países de América Latina, África y Asia CODESPA, (2015a) menciona que el turismo comunitario es la actividad turística que tiene por objeto la estadía del turista en comunidades organizadas para prestar servicios turísticos en beneficio de la comunidad, aprovechando que el turista es quien busca elementos culturales e históricos y autóctonos en dichas comunidades. De la misma forma para que el turismo comunitario se desarrolle de acuerdo a Santana, (2015) requiere de los siguientes componentes:

- Atractivos naturales y culturales
- Población comprometida con la actividad turística
- Liderazgo comunitario
- Accesibilidad y servicios básicos
- Diversidad de actividades turísticas

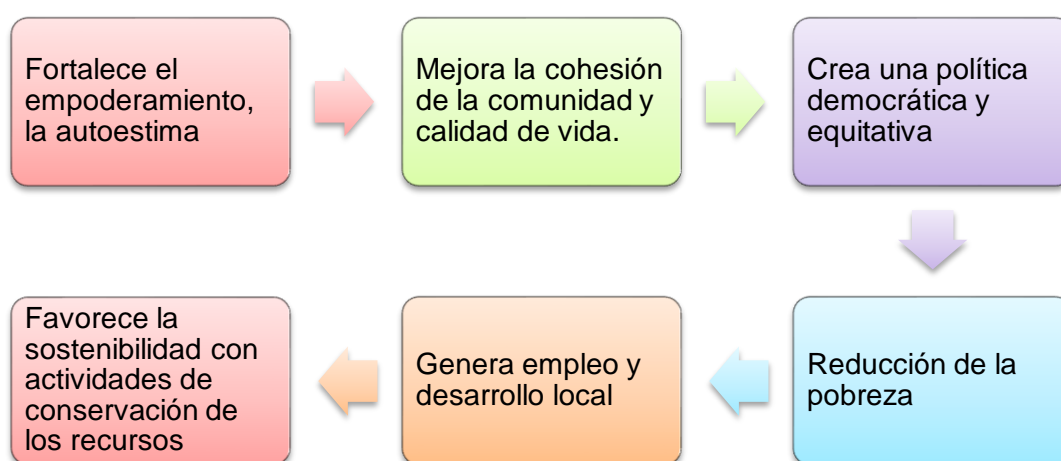
Cada uno de estos componentes juega un papel importante para llevar a cabo el turismo comunitario, y para esto, es necesario escoger un líder en cada comunidad, mismo que se encarga de asignar funciones a cada miembro que forma parte de las actividades turísticas, generando un equilibrio en las decisiones que se tomen, siempre y cuando sean en beneficio de la comunidad, además los atractivos naturales y

culturales atraen al turista y los inspira a vivir nuevas experiencias y emociones únicas e inolvidables.

En cualquier lugar donde se desarrollen las actividades turísticas atraen beneficios para todas las comunidades o localidades y en su entorno según Rodas (2015) como se observa a continuación.

Figura 2

Beneficios del Turismo Comunitario



Nota. Las comunidades se benefician del turismo comunitario y de las administraciones u organizaciones de cada comunidad. (Rodas, 2015).

1.2.2 Desarrollo del turismo comunitario en el mundo

Al hablar de turismo comunitario en el mundo de acuerdo con Filardo (2006) la globalización supone los procesos de desenvolvimiento de las sociedades hacia un ideal moderno, mismos que hacen referencia a las teorías de la modernización, lo que quiere decir que, la globalización en la actualidad son todos los países que se van desarrollando y evolucionando en cuanto la modernización continua.

En la misma línea de ideas Mullo (2018) define a la globalización como un proceso interconectado a la tecnología, la cual está relacionada con personas y

organizaciones con el fin de crear una relación financiera, económica, cultural, política y social, al mismo tiempo, la posibilidad de nuevas oportunidades en conjunto con la tecnología y la era digital hacen que el turismo comunitario se beneficie y atraiga a los turistas.

Por esta razón el turismo comunitario se observa como una “estrategia de desarrollo y supervivencia que autoriza a los moradores de una región transformarse en guías turísticos y prestar servicios a los visitantes”, además de brindar elementos de producción e intercambio de bienes y servicios. ACS (2015). Lo que quiere decir que el turismo comunitario es una estrategia de supervivencia para la comunidad al encontrar una forma de generar ingresos dentro de sus actividades económicas y cotidianas, a través de los recursos culturales y naturales que están a su alcance brindando así el servicio de guías locales.

Alrededor del mundo una de las experiencias del turismo comunitario es Brasil en el Estado de Santa Catarina según menciona Flores (2016) aquí constan emprendimientos de turismo comunitario los cuales practican el agroturismo, comercialización de artesanías, caminatas, eventos, alimentos y bebidas, las cuales constan en la asociación de Agroturismo Acolhidana Colonia que cuenta con 15 años de experiencia en servicios de alojamiento y alimentación, demostrando la importancia de la acción comunitaria creando redes y sociedades para fortalecer el agronegocio turístico y reduciendo la exclusión de comunidades tradicionales.

El turismo comunitario se considera un factor de creación de riqueza en los países en desarrollo, por ende se percibe a turistas en los últimos años que desean conocer nuevos destinos, realizar diferentes actividades y buscar propuestas relacionadas con costumbres locales, con lo étnico y los orígenes de determinadas culturas, además de buscar y experimentar con la diversidad cultural, sentirse parte del lugar, y por ende incrementan nuevas oportunidades de generar riqueza a través de

estrategias de participación de la población que se interesa por luchar contra la pobreza de los pueblos con mayor vulnerabilidad (López, 2009).

Sin duda entre los países en vías de desarrollo está el Salvador siendo un país centroamericano con gran variedad de atractivos naturales y culturales que han destacado al turismo comunitario implementando diferentes actividades, haciendo uso los recursos naturales y culturales como por ejemplo la ruta de las flores que se muestra en la figura siguiente:

Figura 3

Ruta de las Flores



Nota. El gráfico representa la ruta de las flores y la llegada de turistas al Salvador.

Adaptado del Ministerio de Turismo MINTUR, 2020 y el artículo de (López, 2009).

Por esta razón para la comunidad Mapuche es importante la restauración de la tierra ancestral, el fortalecimiento de la cultura y el rescate de los conocimientos tradicionales lo que hacen atractiva a una determinada comunidad, todos estos factores permiten que la comunidad considere una estrategia de supervivencia, en la que coincide la resistencia con la cosmovisión y generan nuevas oportunidades a través del turismo comunitario.

Gracias a esta ruta y al manejo del Ministerio de Turismo Salvadoreño, actualmente ha logrado obtener en el 2019 un crecimiento del 14.7% en las divisas y un ingreso de \$169.3 millones, mientras que antes de la pandemia por la que estamos

atravesando, según el Ministerio de Turismo MITUR, (2020) se estima que 2.8 millones de turistas y divisas extranjeras en \$2000 millones con un aumento del 17% más que el año 2019, lo que significa que el turismo comunitario es el boom del turismo para el 2021, ya que el viajero necesita de espacios amplios para evitar contagios.

Además de encontrar nuevas alternativas para incrementar los ingresos económicos de cada comunidad, como la venta de artesanías, servicios turísticos y de guianza, así mismo la comunidad necesita mantener servicios y productos innovadores para evitar el aburrimiento en el turista.

El desarrollado del turismo comunitario en cada país es diferente pero coinciden en la conservación de la naturaleza y del medio ambiente, creando así nuevas oportunidades de empleo e ingreso económico, un claro ejemplo es el caso del pueblo Mapuche que es una de las etnias originarias que habitan desde tiempos precolombinos en lo que actualmente es el país de Chile, donde Pilquimán (2016) menciona que la comunidad reclama por la reducción de su territorio, además de los intentos de disolución de sus rasgos singulares y el ajuste de políticas reduccionistas impulsadas por el estado de Chile.

De hecho el turismo comunitario es una actividad muy atractiva para los integrantes de las comunidades porque les permite generar ingresos complementarios y reconstruir las formas de organización tradicional, logrando la unión de cada miembro de la comunidad para trabajar en equipo y mantener su cultura intacta. Sin embargo para la comunidad Mapuche es importante la recuperación del territorio ancestral, el fortalecimiento cultural y el rescate de saberes tradicionales, lo que hacen atractiva a una determinada comunidad, todos estos factores permiten que la comunidad considere una estrategia de supervivencia.

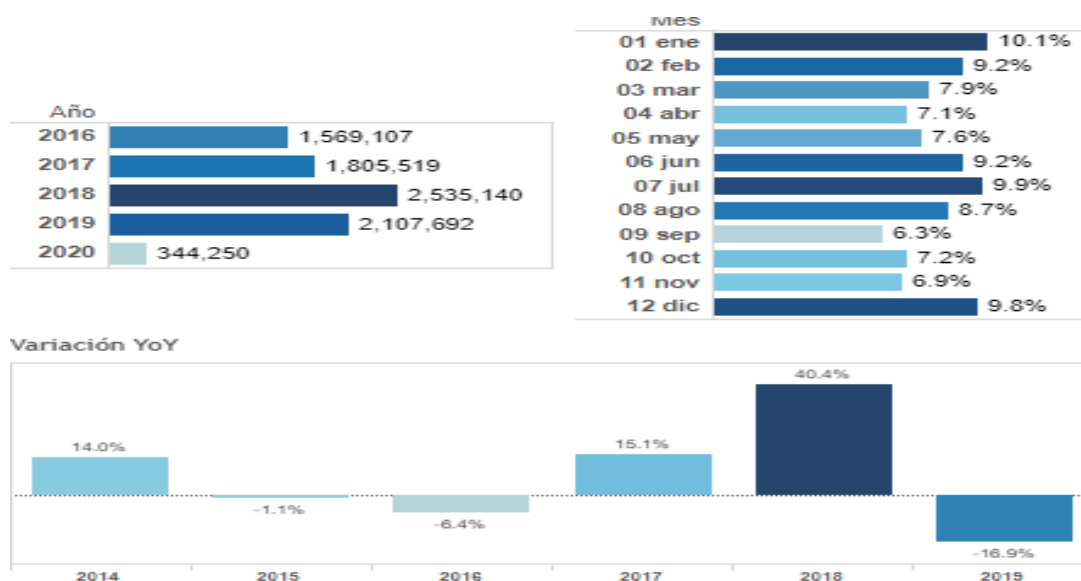
1.2.3 Evolución del turismo comunitario en el Ecuador

El Ecuador se encuentra ubicado al noroeste de Sudamérica y ha sido categorizado como uno de los 17 países más megadiversos del mundo con mayor cantidad de flora y fauna en relación a su tamaño y gracias a la variedad geográfica de sus 4 regiones naturales: Costa, Sierra, Amazonía e Insular o Galápagos, además de poseer una amplia diversidad étnica y cultural representada por 14 nacionalidades y 18 pueblos indígenas como indica MAE, (2018) el turismo en Ecuador ha sido uno de los factores económicos que pone en marcha el ingreso del país.

Como se observa durante el periodo 2016 hasta el año 2020 el turismo ha tenido entre altas y bajas cantidades de turistas tanto extranjeros como nacionales que visitan diversos atractivos turísticos en base a las estadísticas publicadas por la página de turismo en cifras en la siguiente figura:

Figura 4

Estadísticas del Turismo en Ecuador



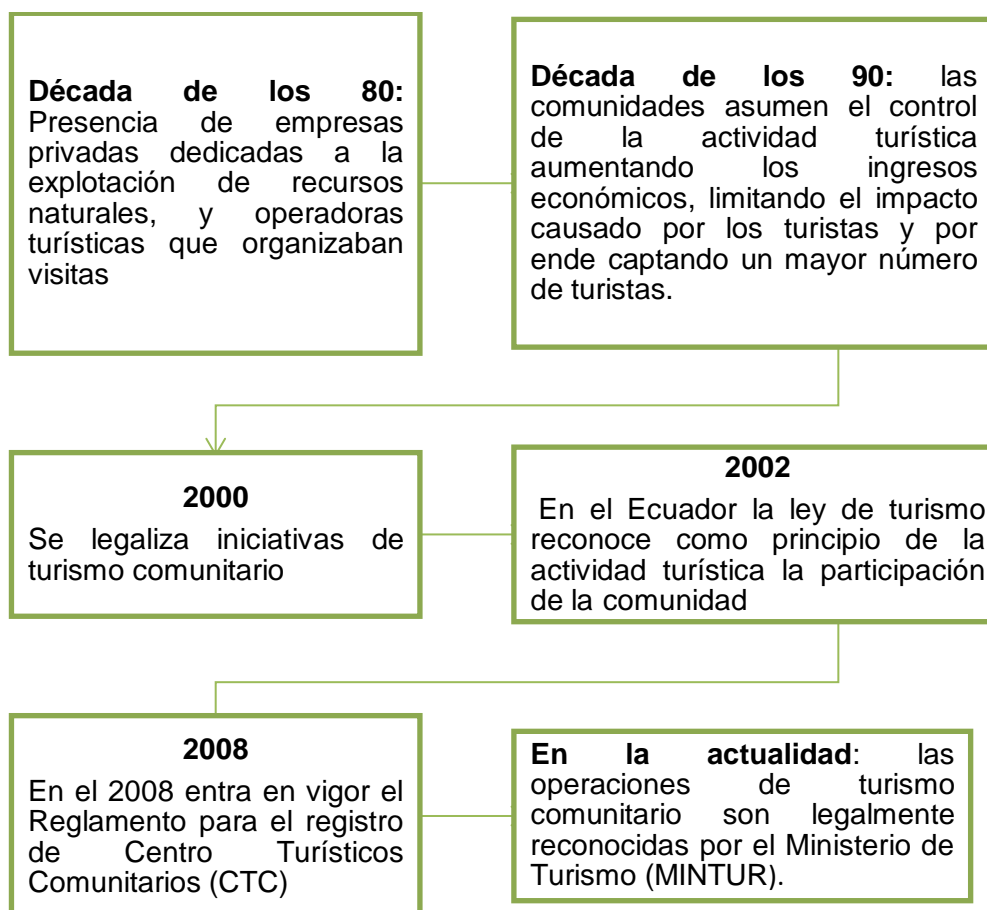
Nota. En la gráfica se muestra el número de turistas que ingresaron al Ecuador desde el 2014 hasta el 2019. Adaptado del Ministerio de turismo (MINTUR, 2020).

En los tres últimos años en el 2018, el turismo incremento favorablemente en un 40,4% en relación al 2019 que tuvo decrecimiento del 16,9% y sin mencionar el 2020, ya que este último año ha sido uno de los más golpeados para la economía mundial y aún más para el turismo, debido a la pandemia del covid-19 (MINTUR, 2020).

De allí, que el turismo comunitario en Ecuador inicia como respuesta a la preocupación de las comunidades como se muestra en la siguiente figura:

Figura 5

Historia del Turismo Comunitario en Ecuador



Nota. En la figura se muestra el desarrollo del turismo comunitario en el Ecuador.

Obtenido del libro turismo comunitario en Ecuador por (Ruiz, 2007).

El turismo se ha desarrollado desde la década de los 80 hasta la actualidad, generando fuentes de empleo y aumentando el nivel de ingresos y oportunidades, sin dejar de lado que las comunidades han vivido en condiciones extremadas de pobreza, en este sentido para Ruiz, (2007) las comunidades indígenas no se perciben como pobres, al contrario, muchas tienen la autodefinición de comunidades dotadas de riqueza natural y cultural.

Por esta razón el vivir con menos de un dólar al día no es un indicador que diga mucho, cuando la cercanía con la naturaleza les permite satisfacer sus necesidades, ya que la pobreza, no habita en la falta de cosas materiales, sino en la falta de oportunidades que permiten a la comunidad elegir la forma de vida para desarrollar sus capacidades y conocimientos; en conclusión gracias al turismo comunitario implementado en Ecuador la económica de las comunidades ha ido creciendo, considerándose como un reto para el desarrollo del turismo y de la comunidad.

De modo que las comunidades deben alearse con organismos públicos, asociaciones o empresas privadas que buscan contribuir al desarrollo del turismo comunitario como es el caso de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador FEPTCE, (2017) afirma que “buscar comunidades interesadas en formular propuestas de turismo comunitario autogestionadas permite brindar capacitaciones en el campo de la gestión turística, organizaciones institucionales, aspectos jurídicos, manejo ambiental y manejo de cultivos” (pág.1).

Cabe mencionar que el turismo comunitario en Ecuador brinda la experiencia de convivir con la comunidad y sus familias. Por lo ende han tenido que sobrellevar varios desafíos como se muestra a continuación:

Tabla 2

Experiencias del turismo comunitario en Ecuador

Nombre	Experiencia	Foto
Centro Cultural Agua Blanca	Ubicado en la comunidad de Agua Blanca, parroquia Machalilla - Manabí. Se cierra la hacienda y es transferida al Parque Nacional Machalilla en 1979, la pérdida de su medio de vida consistió en la explotación maderera para la elaboración de carbón. Durante la década de los 80's con los arqueólogos Colin Mc y María Silva descubren la cultura Manteña y la comunidad se interesa apropiándose de la cultura despertando el interés en el turismo comunitario.	
Comunidad de Capirona	Ubicada en la parroquia Misahuallí en el cantón Tena – Napo, considerado uno de los primeros ETC en Ecuador; en 1989 inicia su actividad turística con ayuda de las ONG Jatún Sacha con 1 cabaña y demanda de 12 turistas por año, incluso una estadía de 3 días por visita, en la actualidad el turismo ha mejorado cambiando la calidad de vida de la población elevando el autoestima.	
Comunidad de Yungilla	Ubicado en la parroquia de Calacalí -Pichincha esta fue una hacienda que se dividió entre los comuneros que se dedicaban a la fabricación de agua ardiente, y extracción de carbón, en 1997 inicia un proyecto de ecoturismo, en la actualidad viven de la elaboración de yogurt, queso, tienda comunitaria, artesanía, cultivo y manejo de orquídeas y huertos orgánicos.	
Turismo comunitario en Íntag	Ubicado en los cantones Cotacachi y Otavalo de la provincia de Imbabura en defensa de sus territorios y oposición a la extracción minera, nace en el 2006 la Red Ecoturística Íntag (REI) y el 2011 la operadora de turismo "Intagurs", las actividades son organizadas por mujeres que luchan contra la minería y violencia de género, y fabrican artesanías, cosméticos, aceites esenciales, bordados y jabones.	
Turismo comunitario en Cangahua y Chumillos	Cangahua pertenece al cantón Cayambe, provincia del Pichincha, el 2004 ha tratado de desarrollar el turismo pero no cumplen con la infraestructura básica ni actúa como intermediario y los demás actores sociales, además la capacidad organizativa de la parroquia es muy débil o nula debido a la poca comunicación.	

Nota. De acuerdo a la tabla anterior el turismo comunitario surge de una necesidad de supervivencia dando paso al desarrollo de una comunidad. (Rodas, 2015).

Por consiguiente, cada experiencia de turismo comunitario es diferente porque depende de la ocurrencia de múltiples factores, como el liderazgo y su constante lucha por sobrevivir y mejorar la calidad de vida de la población, además de buscar beneficios para cada integrante de la localidad.

Considerando la situación en la que se encuentra el mundo, la crisis de cada país va en aumento, sin embargo el turismo comunitario es una alternativa de desarrollo, ya que el visitante no quiere quedarse en lugares cerrados, al contrario la gente buscara los lugares abierto (Días, 2020).

En otras palabras el turismo debe reivindicarse y buscar medios digitales para atraer al turista y realizar actividades al aire libre, manteniendo la distancia correspondiente como se recomienda a nivel mundial, y se habla de la bioseguridad, siendo el turismo comunitario como una alternativa para reactivar el turismo en el Ecuador.

Según Gamboa (2020) para la reactivación del turismo comunitario es necesario la adaptación de actividades deportivas y culturales en áreas abiertas, zonas comunitarias o rurales, integrando al turismo deportivo y de aventura, que se pueden implementar en el turismo comunitario, siendo una alternativa resiliente y sostenible.

Después de todo el turismo busca sobresalir ante la nueva realidad que se presenta en el mundo, sin embargo una alternativa de desarrollo para el turismo es la aplicación del turismo deportivo y el turismo de aventura en zonas rurales o comunitarios al aire libre permitiendo la adaptación de deportes y actividades turísticas, logrando impedir el contagio masivo y diversificar la participación, además resguardar las normas de bioseguridad y sanitización en la población.

1.2.4 Análisis de los emprendimientos turísticos comunitarios

Para conceptualizar el emprendimiento turístico comunitario es necesario tener en cuenta su importancia en las comunidades de la zona y para eso según Tomás (2017) menciona que los emprendimientos turísticos comunitarios son un conjunto de esfuerzos que realizan un grupo de personas que integran una organización, asociación, comunidad u otro tipo de entidad, con el fin de mejorar la situación tanto social como económica de cada uno de los integrantes en un entorno local.

Dicho de otra manera el emprendimiento turístico comunitario es de suma importancia para las comunidades; ya que, permiten el desarrollo tanto en el ámbito social, económico, y ambiental en donde exista trabajo en equipo.

Además el emprendimiento turístico comunitario tiene como objetivo, brindar oportunidades de desarrollo social y económico a los miembros de la organización, fomentando la inserción de quienes los integran, motivando a contribuir en desafíos de manera responsable al estar dispuestos a desarrollar habilidades y destrezas para cambiar el paradigma interno que impedían el desarrollo sostenible dentro de la población (Méndez, 2017).

Estos emprendimientos están involucrados de forma directa al sector social, con el fin de fortalecer a las comunidades contribuyendo al desarrollo de los individuos creando de cierta manera una fuente de empleo, brindando bienestar a la comunidad, reduciendo los niveles de exclusión social e incrementando las oportunidades laborales.

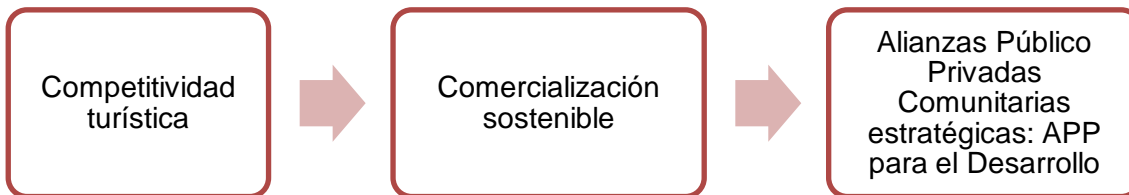
La evaluación de los emprendimientos turísticos comunitarios surgen en varias zonas rurales de Latinoamérica desde la década de los setenta y entre ellos se encuentra Ecuador como icono del turismo comunitario, luego en el 2002 se implementa la oferta de turismo comunitario en la Ley Nacional de Turismo abriendo puertas a la integración de las comunidades, brindándoles una mejor calidad de vida a la población, asimismo hay que considerar que la primera red en formalizarse fue la Federación

Plurinacional de Turismo Comunitario de Ecuador (FEPTCE), que en la actualidad continua ofreciendo sus servicios a cada comunidad de todo el Ecuador (Cabanilla, 2018).

Hay que tomar en cuenta la diferencia entre emprendimiento turístico comunitario y centro de turismo comunitario de acuerdo al MINTUR (2010) los centros de turismo comunitario y participación comunitaria indígena, montubia y afro-ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservan su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, que están escritos en la ley y sus reglamentos, mientras que los emprendimiento de turismo comunitario según Cabanilla (2017) aparte de no estar registrados, no cuentan con el apoyo de organizaciones del estado y requieren de componentes claves para el desarrollo de un emprendimiento turístico comunitario como se muestran en la siguiente figura:

Figura 6

Componentes claves para el desarrollo



Nota. En la figura se muestra los componentes para el desarrollo de los emprendimientos turísticos comunitarios (CODESPA, 2015b).

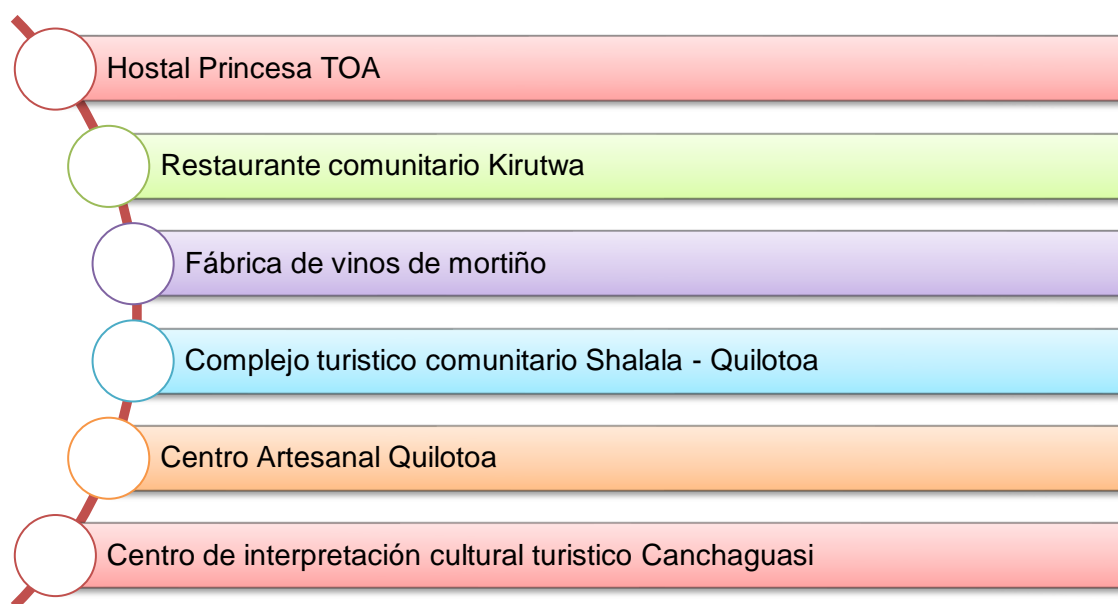
En donde la competencia turística permite conocer la oferta y demanda del servicio y productos que se ofrecen, además de una excelente calidad en el servicio al turista a través de la creación de agencias de viajes que gestionen tours en comunidades y estén dispuestos a venderlos, por último se encuentra la alianza público privada donde se busca involucrar a los actores locales como gobiernos locales, consejos provinciales, juntas parroquiales y otros actores privados, creando mesas

participativas para contribuir el aumento de visitas en las comunidades y extraer ganancias.

En este contexto la provincia de Cotopaxi está conformada por 7 cantones y sus parroquias urbanas y rurales, en donde los ETC de la provincia no constan en el registro o catastro del MINTUR, pero constan en la FEPTCE y a su vez en el Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de Cotopaxi, siendo estos los siguientes:

Figura 7

Emprendimientos turísticos comunitarios de Cotopaxi



Nota. Son emprendimientos interesados en el desarrollo del turismo y buscan el beneficio para comunidad, mirando al turismo como una oportunidad de crecimiento.

1.2.5 Turismo en las comunidades como herramienta de desarrollo

Desarrollar las políticas públicas de un emprendimiento en las comunidades que realicen actividades turísticas, la cual haga uso de un manual de buenas prácticas de turismo como lo menciona PNUD (2012) en donde se refleja sus políticas ambientales y de gestión económica.

Los emprendimientos promueven la igualdad de oportunidades para hombres y mujeres que se proyectan en actualizar sus asuntos relacionados con la gestión y operación en el área turística, en donde se note el cambio de roles en el ámbito laboral (PNUD, 2012).

En el Ecuador una de las organizaciones que ayudan a proyectos de emprendimientos turísticos comunitarios es la FEPTCE, brindándoles capacitaciones y beneficios a las comunidades para el desarrollo del territorio, también otro de los actores es el GAD's.

Dentro de los impactos económicos en una comunidad está la generación de gastos directos e indirectos, y la creación de puestos de trabajo, evitando la migración de miembros de la comunidad proporcionando oportunidades. En cambio en los impactos sociales y culturales se encuentra el empoderamiento de sectores desfavorecidos existentes en la comunidad, de igual forma promueve la preservación y revalorización del patrimonio cultural, también el cambio en normas y valores de la comunidad (Barco, 2010).

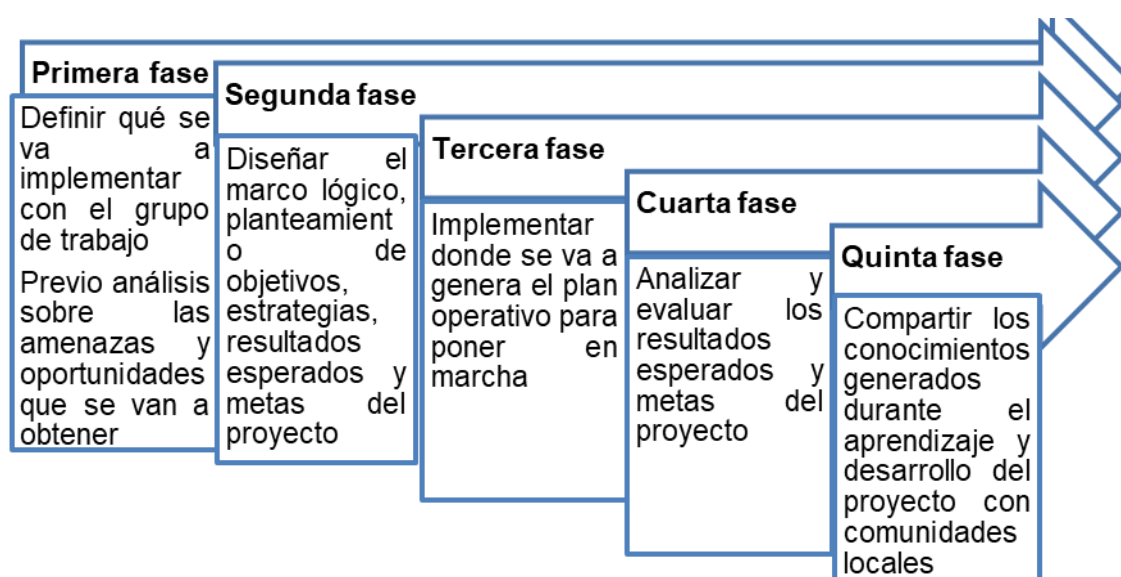
La planificación, organización y gestión del turismo en las comunidades se puede visualizar en el PLANDETUR, (2010) donde se menciona que:

Es fundamental reducir la pobreza a través de mecanismos impulsados en los ámbitos de la industria turística, y a nivel estratégico se impulsa el igualitarismo entre géneros para fomentar la autonomía de la mujer en oportunidades de trabajo y autoempleo, así mismo garantizar la sostenibilidad del ambiente en un cambio de paradigma (pág.25).

Después de todo la planificación y gestión del turismo comunitario debe poseer ciertas condiciones favorables de la comunidad, tales como: obtener apoyo legal y físico de su territorio con una identidad colectiva dispuesta a recibir visitantes, planes de desarrollo validados por la comunidad y fases que permitan una planificación e implementación de iniciativas en el turismo comunitario como se observa a continuación:

Figura 8

Implementación y planificación de iniciativas en el turismo comunitario



Nota. Para la implementación y planificación que se muestra en la figura anterior se requiere de cinco fases que fueron recuperadas por (Rivera, 2012).

Para que el turismo comunitario tenga un desarrollo adecuado, se necesita una previa planificación, organización y gestión que permita llevar a cabo un manejo correcto de las actividades que se deben realizar en el turismo comunitario, sin dejar de lado los objetivos que se deben alcanzar dentro de una planificación e incluso se puede aplicar modelos de gestión para el desarrollo del turismo comunitario.

De acuerdo al Plan Nacional Toda una Vida (PNBV, 2017) las carencias de la comunidad obligan a incrementar oportunidades de empleo, como el turismo comunitario y la capacitación a pequeños productores, considerando al turismo como una oportunidad de desarrollo para las comunidades en el suma kawsay, fomentando el emprendimiento local, con el fin de lograr el aprovechamiento sostenible de la biodiversidad, comenzar programas interactivos que protejan y gestionen la biológica y genética, mejorando los medios de vida de las comunidades.

Los servicios y productos turísticos comunitarios permiten el desarrollo sostenible de las comunidades según Zenteno (2017) el desarrollo se logra con las necesidades de crear capacidades en las personas solo así se cambiará la forma de pensar de algunos miembros que existen dentro de las comunidades que son los que dividen a la comunidad con diferentes formas de ver la vida.

Por otro lado los líderes de las comunidades buscan reunir esfuerzos para generar nuevas cimentaciones en el desarrollo de la actividad turística, manejando nuevas técnicas que permitan la ejecución de los servicios y productos turísticos comunitarios, además de velar por los beneficios de la comunidad, también existen servicios y productos que permiten el desarrollo sosteniblemente como: huertos orgánicos, artesanías, etc., que el turista puede adquirir y llevar un souvenir del lugar de su visita.

1.3 Desarrollo sostenible

1.3.1 Fundamentación teórica del desarrollo sostenible

Para poder comprender que es el desarrollo sostenible es necesario conocer la construcción de su concepto. Para tal efecto, se empieza abordar por la palabra "desarrollo"; este término se vincula, con la idea de progreso económico y social, que implica una mejora en las condiciones de vida de los individuos y grupos humanos con

expansión de sus posibilidades (Gonzalo, 2016). De igual manera, el concepto desarrollado por Sabino (1982) afirma que un proceso en donde la sociedad se desarrolla desde una condición de vida que se caracteriza por la baja productividad y pobreza hacia un mayor nivel de consumo y mejor calidad de vida (pág.12).

Como se señaló anteriormente, el desarrollo forma parte de la existencia del ser humano y su crecimiento, además constituye una inspiración permanente que se refiere al sentido de un progreso social, económico, político y ambiental. En este sentido al anclar el término sostenible al desarrollo, se está hablando de la capacidad de una sociedad para cubrir sus necesidades sin perjudicar los recursos naturales.

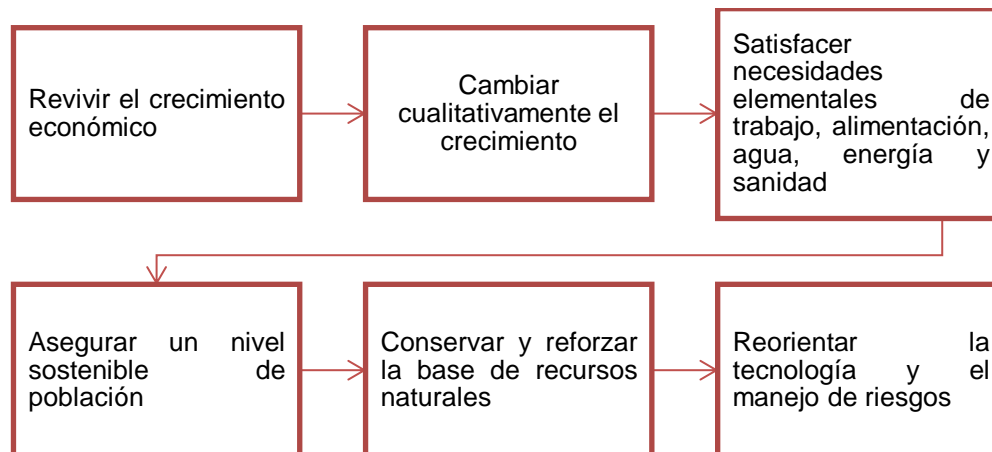
De acuerdo a Pérez y Rincón (2013) mencionan que el desarrollo sostenible a escala global es una manera de mejorar las condiciones del sistema tanto social como natural.

Por su parte Gallopín (2003) argumenta que vivimos en una era de enormes cambios en la población, económica y tecnología, en donde garantizar la seguridad ahora afecta a la humanidad porque la comunidad ha comenzado a redefinir el progreso llamado desarrollo sostenible, ya que los tiempos actuales ya no son los mismos que eran en la ambigüedad.

Según Gómez (2016) señala que el desarrollo sostenible no es suficiente para ampliar variables económicamente, ya que es necesario pensar en las necesidades humanas, tales como: educación, salud, protección del medio ambiente y agua, atención a los grupos desfavorecidos, siempre y cuando se establezcan políticas medioambientales y de desarrollo como se indica en la siguiente figura:

Figura 9

Objetivos críticos en una política de desarrollo y medio ambiente



Nota. Adaptado de *Objetivos críticos* (pág.99), por Gómez, 2016.

Por lo tanto, el desarrollo sostenible es capaz de ayudar a satisfacer necesidades actuales sin comprometer los recursos de las futuras generaciones, a su vez se preocupa en mejorar la calidad de vida del ser humano que comprende en la satisfacción de necesidades materiales y no materiales, mejorando la productividad de acuerdo a una área específica, y un claro ejemplo es a través de la conservación de los recursos agrícolas que permiten satisfacer la necesidad de alimento.

En este marco existen una serie de predecesores que crearon el concepto de desarrollo sostenible, por tanto se afirma que a inicios del XIX el científico alemán Thomas Malthus planteó inquietudes catastróficas sobre los problemas de alimentación humana al analizar las estadísticas del crecimiento poblacional a nivel mundial, en donde la capacidad de producción del suelo excedería (Gómez, 2016).

En este sentido Moralejo, (2009) afirman que: "En la década de los setenta, el debate sobre el crecimiento económico cambió de rumbo" (pág.14). Es así que, la economía ambiental y la economía ecológica nació como una iniciativa para el desarrollo sostenible, gracias a las primeras voces en donde se alertó claramente

considerar la variable medioambiental, en este contexto se dieron acontecimientos que han tenido relevancia en su proceso, como se visualiza en la siguiente figura:

Figura 10

Antecedentes que dieron lugar al concepto de desarrollo sostenible



Nota. Adaptado de Objetivos críticos (pág.99), por Gómez, 2016.

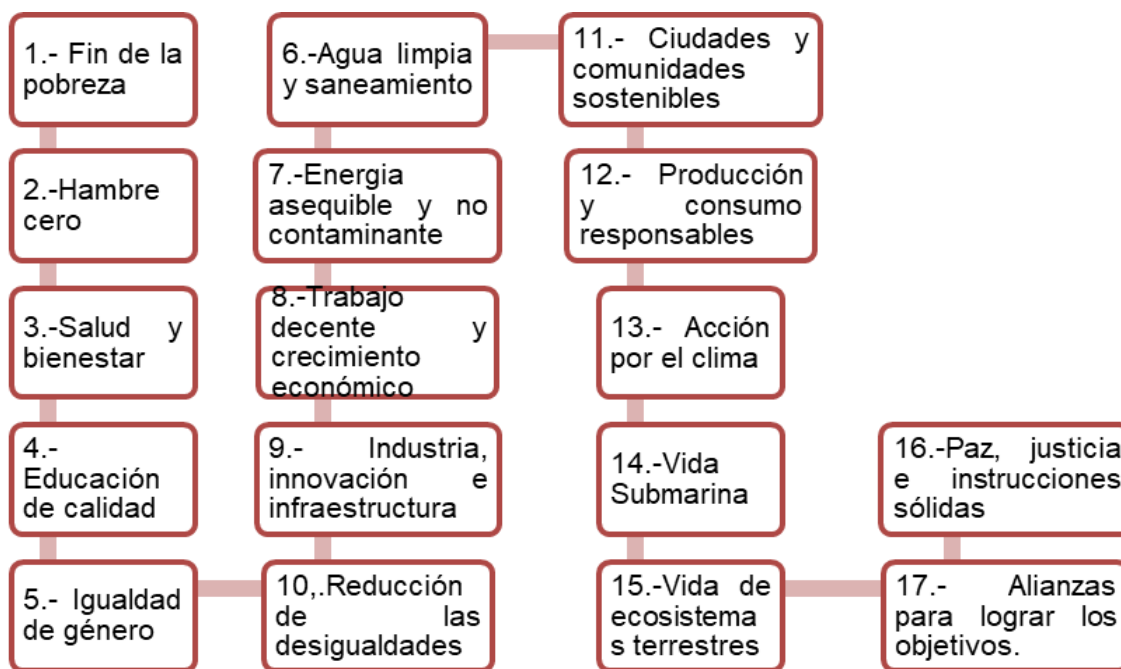
El concepto de desarrollo sostenible tiene sus comienzos desde el proceso económico y está relacionado al crecimiento y bienestar, por ende varias instituciones reconocidas mundialmente hacen énfasis en la práctica de este concepto, es la Organización de las Naciones Unidas (ONU), misma que se ha preocupado por plantear objetivos claros que abarcan ejes estratégicos importantes.

La ONU es una institución que apoya con los mecanismos necesarios para resolver problemas y disputas acerca del lado humanitario, además esta organización es un foro donde todos los países del mundo se reúnen para discutir temas importantes como: derechos humanos, desarrollo social y económico, al igual que la lucha contra el terrorismo (ONU, 2014).

En este sentido, la ONU impulsa el desarrollo sostenible, a través de una agenda que cuenta con 17 objetivos, y brinda a los países y sociedades la oportunidad de emprender un nuevo camino para mejorar la calidad de vida de todos. Los objetivos mencionados por la ONU fueron adoptados con el único propósito de erradicar la pobreza, asegurar un progreso y proteger el planeta, como se muestra a continuación:

Figura 11

Objetivos del desarrollo sostenible



Nota. Adaptado de Los objetivos de desarrollo sostenible de la ONU (p.99), por ONU, 2014, <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible>.

Según Sanahuja (2015) la definición de los Objetivos de Desarrollo Sostenible ha sido objeto de una activa "conversación global" con amplia participación, en donde la propuesta del grupo de trabajo abierto pretende integrar las agendas del desarrollo económico, social y ambiental, los documentos de Naciones Unidas hasta ahora reseñados presentan diferencias importantes en función de los objetivos y metas propuestas, que se aborda en el siguiente análisis.

Tabla 3

Análisis de los objetivos de Desarrollo Sostenible establecidas por la ONU

N° Objetivo	Análisis
1	Es necesaria la reducción de la desigualdad entre personas y países.
2	Productividad agrícola y acceso de recursos a campesinos para la estabilidad en el mercado alimentario.
3	Reducción de mortalidad infantil y materna. Acceso universal a la salud reproductiva; la lucha contra el VIH, sida, y enfermedades graves.
4	La educación es uno de los motores más poderosos y probados para garantizar el desarrollo sostenible.
5	Acabar con todas las formas de discriminación contra las mujeres y las jóvenes, en todas partes.
6	Asegurar el agua potable y mejorar la accesibilidad y seguridad de los servicios por más de dos mil millones.
7	Expandir la infraestructura y mejorar la tecnología para estimular el crecimiento y a la vez ayudar al medio ambiente.
8	Fomentar políticas que estimulen el espíritu empresarial y la creación de empleo.
9	Los avances tecnológicos sirven para encontrar soluciones permanentes a los desafíos económicos y ambientales, igual que la oferta de nuevos empleos y la promoción de la eficiencia energética.
10	Adoptar políticas sólidas que empoderen a las personas de bajos ingresos y promuevan la inclusión económica de todos y todas.
11	Garantizar el acceso a viviendas seguras y asequibles y mejorar los asentamientos marginales.
12	Reducir el desperdicio per cápita de alimentos en el mundo a nivel de comercio minorista y consumidores para crear cadenas de producción.
13	Reducción del riesgo de desastres en las políticas y estrategias nacionales.
14	Conservación y uso sostenible de los recursos oceánicos a través del derecho internacional para ayudar a mitigar retos de los océanos.
15	Tomar medidas urgentes para reducir la pérdida de hábitats naturales y biodiversidad que forman parte de nuestro patrimonio común.
16	Reducir las formas de violencia y trabajar con los gobiernos y las comunidades para encontrar soluciones duraderas a los conflictos e inseguridad.
17	Los Objetivos de Desarrollo Sostenible solo se pueden lograr con el compromiso decidido a favor de alianzas mundiales y cooperación.

Nota. Esta tabla muestra un análisis de la propuesta de objetivos post-15, mismos que están enfocados a los ejes fundamentales del desarrollo sostenible. Recuperado de (ONU, 2014), (Sanahuja, 2015), (Gallopín, 2003).

El objetivo propuesto en el 2015 fue desarrollar un avance en el “Pacto Mundial” pero hay debilidades y riesgos, en donde contiene requisitos y necesidades de progreso humano para cumplir metas claras y específicas que aporten un valor añadido en normas legales sobre derechos humanos, etc. (Sanahuja, 2015).

Como se señaló con anterioridad, los objetivos que se han desarrollado en la ONU expresan cambios sustanciales en concepción del desarrollo, sin embargo el limitado alcance de los medios disminuye la credibilidad de los propósitos, puesto que existen riesgos y amenazas, que deben ser estudiadas para generar el desarrollo sostenible, por ende en la presente investigación se considera todos los objetivos sostenibles como indicadores para la investigación dentro de las comunidades.

1.3.2 Turismo y desarrollo sostenible

El término desarrollo sostenible oficialmente surge en el informe Brundtland en 1987 de la Comisión Mundial del medio ambiente y desarrollo, donde se discute el futuro de la tierra, llegando a la conclusión de cuando alguien satisface sus necesidades actuales no compromete su capacidad de satisfacer sus necesidades a las generaciones futuras (Miñón, 2001).

El turismo sostenible constituye la atención que se presta a las necesidades de las regiones que brindan este servicio y a los turistas, a través de oportunidades que fomenten el respeto a la cultura, al medio ambiente y al desarrollo de las actividades que estas ofrecen.

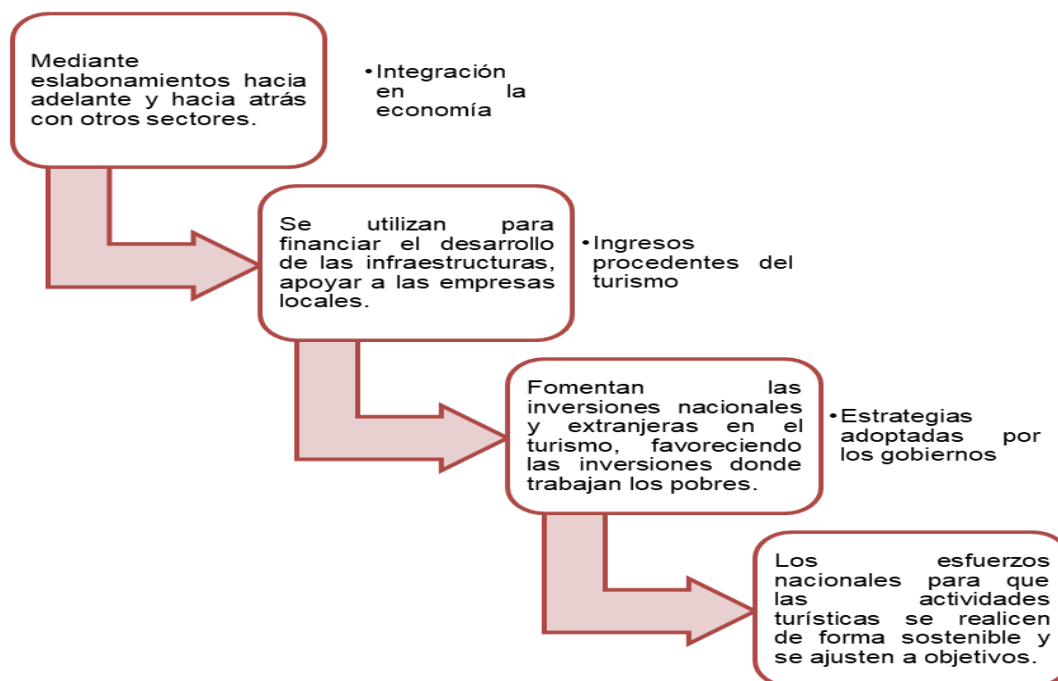
Según Lima (2012) existen varias formas de abordar el tema de la asistencia al desarrollo internacional en el cual el turismo se considera la principal herramienta para la mitigación de la pobreza. El abanico de programas y tipos de instituciones que se pueden considerar en este debate es muy variado, considerando desde distintas Organizaciones no Gubernamentales, agencias de ayuda internacional, el Banco

Mundial, la Organización Mundial del Turismo o la Comisión Europea entre otras, que trabajan sin excepción, aunque con diferentes abordajes, pero con el mismo objetivo que es la mitigación de la pobreza.

Dentro de este marco la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, 2013) afirma que la contribución del sector turístico al crecimiento económico, la generación de empleos, el fomento de la capacidad nacional y la reducción de la pobreza depende de los factores que se detallan en la siguiente figura:

Figura 12

Factores del sector turístico al crecimiento económico



Nota. Adaptado de “Turismo sostenible: contribución del turismo al crecimiento económico y al desarrollo sostenible” (p.), por UNCTAD, 2013, Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo.

El desarrollo sostenible permite compaginar el continuo crecimiento económico con la protección del medio ambiente, tomando en cuenta las necesidades de un progreso, en donde un país nacionalista como Ecuador los impactos socioeconómicos y

ambientales inspiran proyectos de cambio que garantizan el desarrollo futuro (SENPLADES ,2017). Por ende es necesario medir cómo influye el turismo en el desarrollo sostenible de cada una de las comunidades.

Según la Universidad San Francisco de Quito USFQ, (2014) consideran que en “Ecuador existen una variedad de proyectos enfocados a generar el desarrollo sostenible mediante proyectos turísticos, uno de ellos es Yungilla un pueblo pequeño que reemplazo el extractivismo por el eco-turismo y ha demostrado la importancia de mantener una relación responsable con la naturaleza para impulsar el desarrollo económico y social” (pág.8). El autor manifiesta que la comunidad de Yungilla se preocupa por el cuidado ambiental y ha logrado reactivar su economía mediante el turismo sostenible, además alude que este tipo de prácticas sostenibles son una herramienta para generar más valor y activar la economía local.

Por lo tanto, define el desarrollo sostenible como un proceso en constante evolución que puede transformar la economía estructural en los ejes que son: la economía que se distingue por un sistema efectivamente utilizado por las empresas locales, los factores de producción, y la cultura social donde el sistema relacional entre economía y social, además del político – administrativo que mediante las iniciativas locales crean un entorno local favorable en la producción e impulso del desarrollo sostenible.

1.3.3 Desarrollo sostenible e indicadores turísticos

De acuerdo a Palomeque (2016), menciona que el término desarrollo sostenible es la respuesta a las necesidades del futuro exigiendo la igual de condiciones sin comprometer sus posibilidades de supervivencia. Así mismo determina que la pobreza, la igualdad y degradación ambiental no se pueden analizar de manera individual, ya que

son factores que poseen causas y consecuencias sobre problemas ambientales que deben ser tratados de manera conjunta.

Mientras que el paradigma de desarrollo sostenible constituye hoy uno de los pilares sobre los que se asienta la actividad turística, asociado por un lado a la idea de mejora continua en la calidad de los servicios y por el otro a los sistemas de indicadores que permiten monitorear esos progresos (Moura, 2007).

En este sentido un indicador es un conjunto de información formado para medir la regularidad de los cambios relacionados con el desarrollo turístico, el cual es parte de la solución a los problemas que deben enfrentar los gestores turísticos tomando medidas para producir estrategias y previsión de malas situaciones en zonas turísticas.

De hecho, Moura (2007) menciona que el desarrollo turístico sostenible es un indicador de información, estrategias cronológicas para el destino y la sostenibilidad que es el futuro del turismo.

Además el destino turístico es considerado un espacio físico en donde los turistas pasan al menos una noche. Esto incluye que van hacer uso de productos turísticos, servicio de apoyo, atracciones y recursos turísticos, senderismos estableciendo restricciones físicas, ya que su gestión ha definido a través de imágenes la percepción que determina su competitividad en el mercado.

En cuanto a los indicadores de sostenibilidad son los que permiten medir logros a través de una perspectiva analítica, para detectar diferentes puntos críticos en donde la ONU en el 2001, estableció indicadores sociales, económicos, y ambientales (Artaraz, 2001).

Relacionado con lo anterior, los indicadores de sostenibilidad nos permiten analizar en el mundo real la tendencia de ciertos parámetros con el fin de determinar y evaluar si nos acercamos a la realidad sobre el desarrollo. Es así que, en la tabla 4 se especifica los temas analizados por los indicadores de desarrollo sostenible:

Tabla 4

Temas analizados por los indicadores de desarrollo sostenible

	Sociales	Ambientales	Económicos	Institucionales
TEMAS	Equidad	Atmósfera	Estructura económica	Sistema Institucional
	Salud	Tierra	Sistema institucional	Capacidad institucional
	Educación	Océanos, mares y Costas		
	Alojamiento	Agua dulce		
	Crimen	Biodiversidad		
	Población			

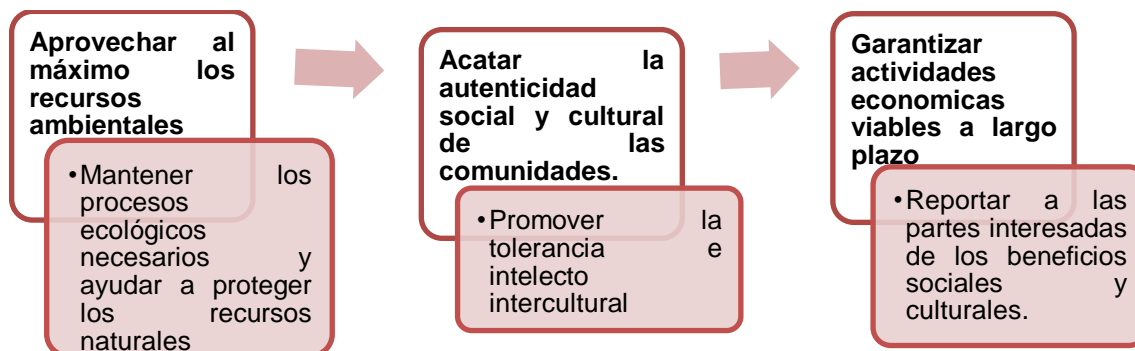
Nota. Adaptado de “Teoría de las tres dimensiones de desarrollo sostenible” (pág.3), por Artaraz, 2001. Obtenido de Ecosistemas revista de ecología y medio ambiente.

De tal manera, la aplicación de indicadores ha trascendido en el campo de la investigación de proyectos turísticos, donde debe existir un acuerdo entre los administradores locales y las comunidades beneficiarias para lograr los objetivos, dicho de esta forma es necesario conocer cada una de ellas.

Por otra lado, OMT (2005) señala que el principio de sostenibilidad hace referencia a los aspectos del desarrollo cultural – social, ambiental, y económico del turismo, en donde es necesario establecer un equilibrio adecuado entre estas tres dimensiones, logrando asegurar su sostenibilidad a largo plazo. Así pues, el turismo sostenible debería cumplir con las siguientes funciones que se muestran a continuación:

Figura 13

Funciones que cumple el turismo sostenible



Nota. Adaptado de “Turismo sostenible: contribución del turismo al crecimiento económico y al desarrollo sostenible” por UNCTAD, 2013. Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo.

Por lo tanto el desarrollo sostenible del turismo exige la participación de todos los interesados, así mismo, la colaboración y liderazgo que ayude a mantener los procesos ecológicos adecuados, así como también el trabajo por el bienestar social que se maximizará solo cuando una sociedad haya logrado maximizar su bienestar mínimo, y a su vez trabajar en la obtención de ingresos que contribuyan a la reducción de la pobreza. Los indicadores servirán como medición para el desarrollo de la gestión del turismo y permitirán obtener resultados de las acciones realizadas.

1.3.4 Sistema Europeo de Indicadores Turísticos (ETIS)

El “Sistema Europeo de Indicadores Turísticos” es una herramienta de gestión, información y seguimiento de los destinos turísticos, y también es un proceso direccionado a las localidades con el fin de recopilar y analizar datos que evalúan la incidencia del turismo de destino. (ETIS, 2016).

Además el ETIS establece que los indicadores se pueden utilizar basándose en las necesidades dependiendo de la situación del lugar, también permite elegir los

indicadores más relevantes para adoptar y monitorear al destino, con el fin de satisfacer las necesidades y los intereses frente a la sostenibilidad de los mismos. A continuación en la siguiente tabla el ETIS propone los indicadores básicos.

Tabla 5

Indicadores básicos del Sistema Europeo de Indicadores Turísticos

GESTIÓN DE DESTINOS	
Criterios	Indicadores básicos del ETIS
Política pública de turismo sostenible	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de empresas o establecimientos turísticos en el lugar de destino que utilizan una certificación voluntaria/etiquetado de medio ambiente/calidad/ sostenibilidad o responsabilidad social de las empresas.
Satisfacción del cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de turistas y visitantes de un día de duración que se sienten satisfechos con su experiencia general en el lugar de destino. • Porcentaje de visitantes que repiten o regresan a un destino (en un plazo de cinco años)
VALOR ECONÓMICO	
Criterios	Indicadores básicos del ETIS
Flujo turístico en el destino	<ul style="list-style-type: none"> • Número de pernoctaciones turísticas por mes • Número de visitas de un día de duración por mes • Contribución relativa del turismo a la economía del destino turístico en cuestión (porcentaje del producto interior bruto) • Gasto diario por turista que pernocta • Gasto diario de los visitantes que realizan visitas de un día de duración
Rendimiento I empresa turísticas	<ul style="list-style-type: none"> • Duración media de la estancia de los turistas (noches) • Índice de ocupación en alojamientos comerciales por mes y promedio del ejercicio
Cantidad y calidad del empleo	<ul style="list-style-type: none"> • Empleo directo del sector turístico como porcentaje del empleo total del destino • Porcentaje de puestos de trabajo en el sector turístico que son estacionales.
Cadena de suministro del sector turístico	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de alimentos, bebidas, productos y servicios de producción local adquiridos por las empresas turísticas del destino

IMPACTO SOCIAL Y CULTURAL	
Criterios	Indicadores básicos del ETIS
Impacto social/comunitario	<ul style="list-style-type: none"> • Número de turistas o visitantes por 100 habitantes • Porcentaje de residentes que están satisfechos con el turismo que recibe el destino (por mes/temporada) • Número de camas disponibles en los establecimientos de alojamiento comercial por cada 100 habitantes • Número de segundas residencias por cada 100 vivienda
Salud y seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de turistas que presentan una denuncia ante la policía
Igualdad de género	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de hombres y mujeres empleados en el sector del turismo • Porcentaje de empresas turísticas cuya dirección general está en manos de una mujer
Inclusión y accesibilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de habitaciones en establecimientos de alojamiento comercial accesibles para las personas con discapacidad. • Porcentaje de establecimientos de alojamiento comercial que participan en programas oficiales de información sobre accesibilidad. • Porcentaje del transporte público que es accesible a las personas con discapacidad y con necesidades específicas de accesibilidad. • Porcentaje de lugares de interés turístico que son accesibles para las personas con discapacidad o que participan en programas oficiales de información sobre accesibilidad
Protección y valorización del patrimonio cultural, la identidad y los activos	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de residentes que están satisfechos con la repercusión que tiene el turismo en la identidad del destino. • Porcentaje de los eventos celebrados en el destino que se centran en la cultura y el patrimonio tradicional/local
IMPACTO AMBIENTAL	
Criterios	Indicadores básicos del ETIS
Reducción de la incidencia del transporte	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de turistas y visitantes de un día que utilizan los distintos modos de transporte para llegar a su destino. • Porcentaje de turistas y visitantes de un día que utilizan servicios de transporte para desplazarse al destino.
Cambio climático	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de empresas turísticas que participan en programas de mitigación del cambio climático. • Porcentaje de alojamientos turísticos y de infraestructura de atracción situados en «zonas vulnerables».
Gestión de residuos sólidos	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de residuos por cada pernoctación de un turista en comparación con la generación de residuos por persona de la población general (kilogramos) • Porcentaje de empresas turísticas que separan los distintos tipos de residuos • Porcentaje del total de residuos reciclados por turista en comparación con el volumen total de residuos reciclados por habitante al año

IMPACTO AMBIENTAL	
Criterios	Indicadores básicos del ETIS
Depuración de aguas residuales	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de aguas residuales del propio destino tratadas para al menos un nivel secundario antes del vertido
Gestión del agua	<ul style="list-style-type: none"> • Consumo de agua por cada pernoctación de un turista en comparación con el consumo de agua por cada noche de un residente • Porcentaje de empresas turísticas que adoptan medidas para reducir el consumo de agua • Porcentaje de empresas turísticas que utilizan agua reciclada
Consumo de energía	<ul style="list-style-type: none"> • Consumo de energía por cada pernoctación de un turista en comparación con el consumo de energía de la población general por cada noche de un residente • Porcentaje de empresas turísticas que adoptan medidas para reducir el consumo de energía. • Porcentaje del importe anual de la energía consumida procedente de fuentes renovables en comparación con el consumo total de energía a nivel de destino por año.
Protección de la biodiversidad y del paisaje	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de empresas locales del sector turístico que apoyan activamente la protección, conservación y gestión de la biodiversidad y del paisaje local.

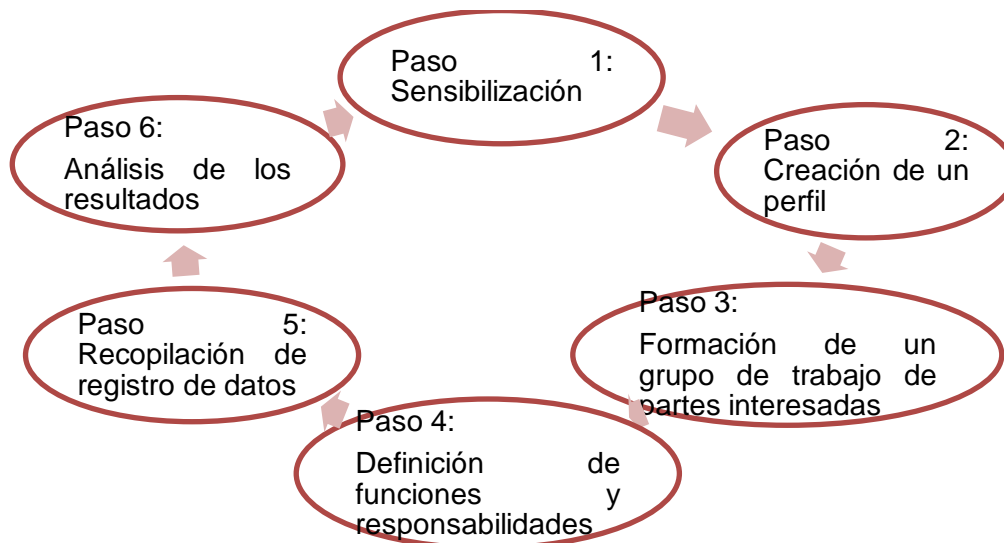
Nota. Esta tabla muestra los indicadores que ayudan a medir los riesgos y preocupaciones referentes al desarrollo sostenible del turismo. Obtenido del Sistema Europeo de Indicadores Turísticos, 2016.

Vinculado a lo antes expuesto, el Sistema Europeo de Indicadores Turísticos, facilita información que ayuda a medir asuntos relativos a la economía, medioambiente y sobre todo los problemas sociales que son parte de un sector turístico, de la misma manera favorece a la toma de decisiones y medidas de mejoras a través de la planificación y gestión correcta de los mismos. En este contexto, los indicadores constituyen para los investigadores de las partes o destinos un sistema de aviso que alerta de los riesgos tempranos y transmiten señales sobre medidas posibles que se pueden optar.

Es necesario destacar que el Sistema Europeo de Indicadores Turísticos toma en consideración la siguiente guía de aplicación:

Figura 14

Guía de aplicación del Sistema Europeo de Indicadores Turísticos



Nota. Adaptado de “Guía de aplicación del Sistema Europeo de Indicadores Turísticos”.
Obtenido del Sistema (ETIS, 2016).

La guía de aplicación debe tomar en cuenta la sensibilización para comunicar la decisión al mayor número posible de partes interesadas, para posterior a ello crear un perfil de destino para delimitar físicamente el destino, también debe formar un grupo de trabajo de partes interesadas con organizaciones y particulares del sector turístico, así mismo definir funciones y responsabilidades y recopilar información con el objetivo de establecer un flujo constante de recopilación de datos para generar estrategias y disertación de resultados en base a los ejes primordiales del desarrollo sostenible.

1.3.5 Sistema de indicadores turísticos en el Ecuador

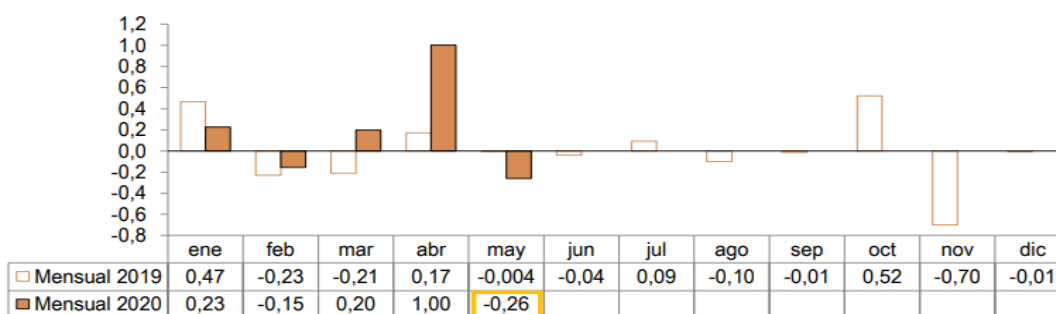
Los sistemas de indicadores son instrumentos útiles en los procesos de decisión, tanto en la fase de gestión como de planificación, puesto que describen la realidad de un ámbito para posterior a ello elaborar estrategias importantes. En esta

línea de ideas los indicadores económicos que utiliza el sector turístico en Ecuador son los siguientes:

Tabla 6

Indicadores económicos que utiliza el sector turístico en Ecuador

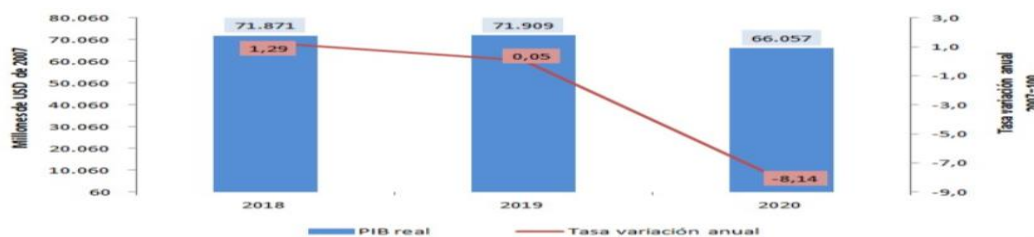
Indicadores	Descripción
Inflación	Debido a la emergencia sanitaria por el COVID-19, los resultados del IPC para el 2020 son calculados sobre una base del 90% de tomas de precios levantados desde los establecimientos informantes; para las tomas de precios que no pudieron ser recolectados, se utilizó el proceso de imputación establecido en la Metodología del IPC. En mayo de 2020, el Índice de Precios al Consumidor (IPC) se ubicó en 106,28. Con esto, la inflación mensual se ubicó en -0,26%, la inflación anual de precios del mes anterior alcanzó 0,75%; como referencia, en mayo de 2019 fue del 0,37%.



Producto Interno Bruto (PIB)

El PIB es un valor monetario total de los bienes y servicios producidos por un país durante un periodo determinado (se cuantifica habitualmente cada trimestre o de forma anual). El Producto Interno Bruto para el año 2020 presenta un decrecimiento interanual que se encuentra en un rango comprendido entre -7,3% (USD 66.678 millones en valores constantes y -9,6% (USD 65.015 millones). Partiendo del supuesto anterior, la contribución directa del turismo al PIB del Ecuador en 2019 aportó con el 2,2 %.

Gráfico 1: PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB)
2007=100



Nota. Adaptado de “Portal de servicios Ministerio de Turismo”, por MINTUR, 2019, y Banco Central del Ecuador, 2020.

A todo ello, se demuestra la relevancia que tuvo el turismo en la economía ecuatoriana, sin embargo en la actualidad de acuerdo a las estadísticas, el turismo se muestra en estado crítico, debido a la pandemia. Sin embargo se pretende trabajar por las comunidades que han sido golpeadas por el declive de esta actividad económica. En esta línea de ideas es fundamental destacar que parte del desarrollo sostenible es la creación de nuevas alternativas que permitan el crecimiento económico, social y ambiental.

Por otra parte, se analiza en la siguiente tabla los factores sociales y demográficos que forman parte de los indicadores turísticos.

Tabla 7

Indicadores sociales y demográficos que utiliza el sector turístico en Ecuador

Factor social y demográfico	
Dimensiones	Aspectos a considerar
Demográficos	Ubicación Flujo de turistas
Sociales	Empleo Pobreza

Nota. Adaptado de “Portal de servicios Ministerio de Turismo”, por MINTUR, 2019.

De acuerdo a la tabla es necesario considerar que este tipo de indicadores estén al alcance de todos y genere posibilidades de bienestar y desarrollo humano, a su vez es fundamental identificar los indicadores sociales que permitan en un tiempo adecuado conocer el impacto que genera, por ejemplo los indicadores de empleo y pobreza ayudan a evaluar la calidad de vida y generan un impacto en la sociedad.

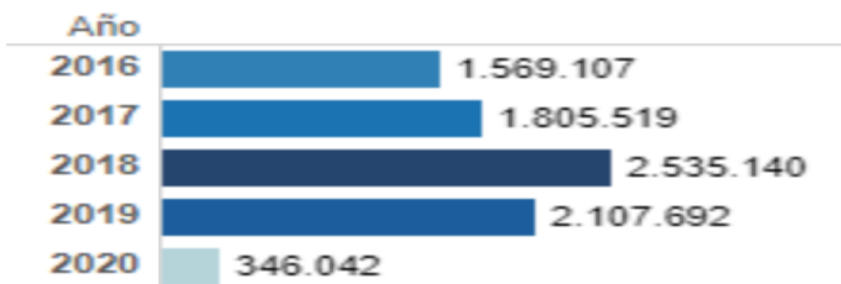
Según Samaniego (2016) Ecuador cuenta con métodos diferentes que inciden en la evaluación de la pobreza en la población, es decir, las cifras de personas que viven en bajas condiciones de ingresos o que no cuentan con las necesidades básicas como son la alimentación, salud, y vivienda, en relación al total de los pobladores que

forman parte del país, otra forma de medir la pobreza es a través del consumo de los hogares.

Por otro lado, se debe considerar el ingreso de turistas al Ecuador con el fin de analizar en cada año su flujo de ingreso, de acuerdo a MINTUR (2020), las cifras de registros de visitas de extranjeros el año pasado fue de 344.250 turistas. A diferencia de 2019, en donde ingresaron 2'270.659 de visitantes. Como resultado de lo antes mencionado, se muestra la mayor cantidad de turistas extranjeros representaron el 28,26% procedente de Estados Unidos, seguido de Colombia con el 19.01%. Perú es el 9,99% y España el 7,78%. Así mismo se puede observar el ingreso de turistas que hasta el momento es:

Figura 15

Estadísticas del turismo en Ecuador



Nota. Adaptado del “Portal de servicios Ministerio de Turismo”, por MINTUR, 2020.

A todo ello, se demuestra la relevancia que tiene el indicador del empleo para medir el desarrollo de una población. La Organización Internacional de Trabajo (OIT, 2009) comprende el empleo como una escena, donde existe trabajo para todos los individuos que desean ocuparse y están en averiguación de empleo, el cual maximiza la productividad y permite elegir libremente sus trabajos.

En función de esto, se determina que el empleo es parte de los indicadores para el turismo, puesto que este sector abarca una variedad de empleos tanto de forma directa como indirecta. Existen alrededor de 24.257 establecimientos turísticos registrados que generan alrededor de 477.382 empleos en las actividades de alojamiento y servicios de comida de acuerdo al Catastro Nacional 2019. (MINTUR, 2020)

Sin duda, las actividades del sector turístico forman parte fundamental en el desarrollo de la población ecuatoriana, es un sector que abarca a diversos empleos, mismo que se relaciona con otros sectores, como en el de la agricultura, el procesamiento de alimentos, el transporte, las artesanías, etc. El sector turístico a más de aportar al crecimiento económico ayuda a reducir la pobreza, a través de los emprendimientos que ofrecen oportunidades laborales de manera inclusiva.

CAPITULO II

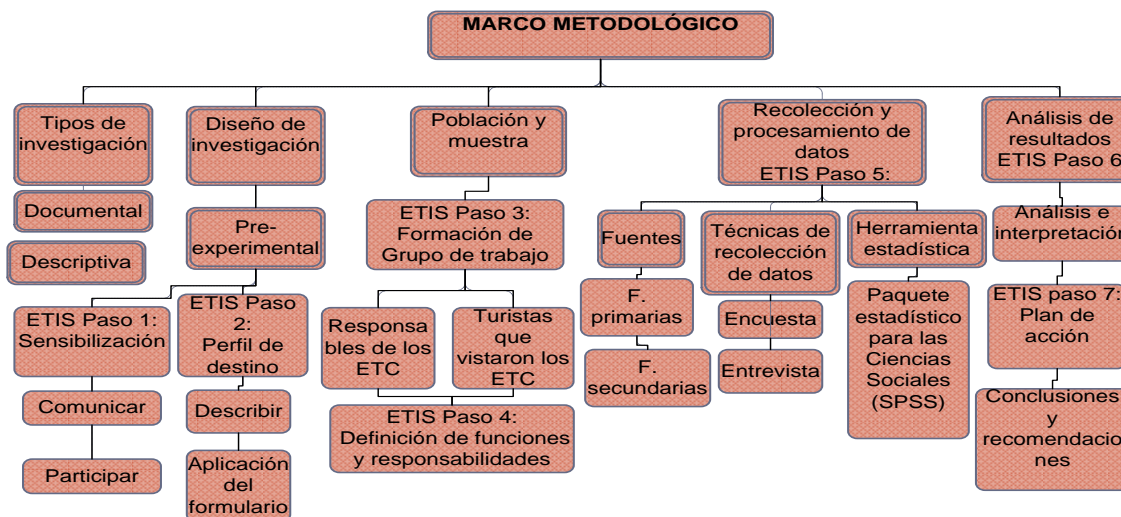
MARCO METODOLÓGICO, POBLACION Y MUESTRA

2.1 Marco Metodológico

De acuerdo a Bernal, (2010) manifiesta que “el proceso de investigación es un sistema construido por diferentes componentes, que a medida que se va desarrollando cada uno recibe influencia del anterior y se alimenta del otro”(pág.56). Por consiguiente para el desarrollo de la investigación se ha tomado en cuenta la estructura definida por Bernal y los siete pasos establecidos en El Sistema Europeo de Indicadores Turísticos (ETIS, 2016), como se muestra en la siguiente figura:

Figura 16

Estructura de la metodología



Nota. La figura representa la estructura metodológica definida en función de lo que plantea Bernal (2010a) y el Sistema Europeo De Indicadores Turísticos (ETIS, 2016), que permitió seguir un proceso cronológico en la investigación.

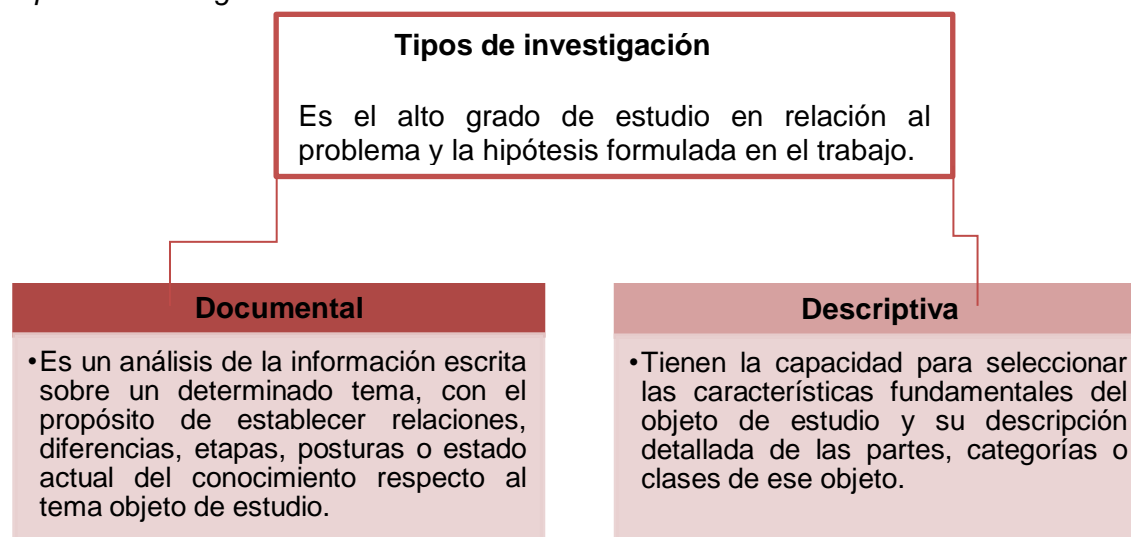
Por consiguiente, la estructura inicia desde el tipo de investigación documental y descriptiva que consiste en el detalle y análisis de información de los ETC; esto conlleva a un diseño pre experimental para evaluar su aporte en la sensibilización, formación y participación de los grupos de interés, no obstante, se toma a la población correspondiente, grupos de trabajo, turistas que han visitado los ETC y representantes de los establecimientos para su respectiva definición de funciones y responsabilidades, además se consideró la recolección y procesamiento de datos a través de fuentes y técnicas respectivas, que fueron procesadas por el Paquete estadístico para las Ciencias Sociales (SPSS) y finalmente se generó un análisis e interpretación de resultados.

2.2 Tipos de investigación

Según Bernal (2010), los tipos de investigación son como se muestra en la siguiente figura:

Figura 17

Tipos de investigación



Nota. En la figura se muestra los tipos de investigación que se tomaron en cuenta a

partir del análisis de las variables, referente a los emprendimientos de turismo comunitario y desarrollo local.

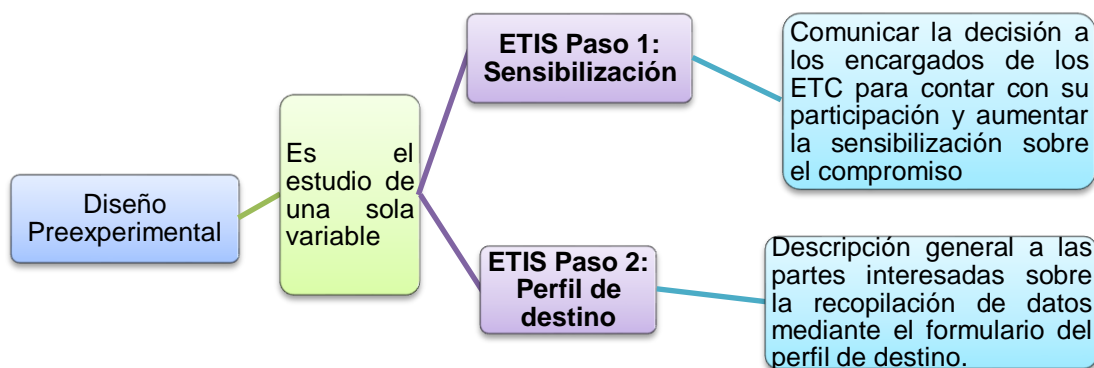
Por otro lado, a través de la investigación documental y descriptiva se estableció las diferentes posturas en relación al tema, así como las características más relevantes, en otras palabras la investigación documental aportó a la recopilación de información teórica, conceptos y criterios de diferentes autores para fundamentar el marco teórico en relación a las variables de investigación, de igual forma, se revisó la investigación descriptiva que ayudó a explicar las características, los ejes y enfoques fundamentales que conjugan a cada uno de los ETC, posterior a ello se detalló la información recopilada para sintetizar los datos más relevantes en la investigación.

2.3 Diseño de la investigación

El diseño de investigación para el estudio se fundamentó en base a Bernal (2010) y el Sistema Europeo de Indicadores turísticos ETIS (2016), ajustándose al siguiente esquema:

Figura 18

Diseño de la investigación



Nota. En función de la figura representa el diseño de investigación pre experimental, el cuál analiza un caso único sin ejercer ningún control sobre las variables, bajo este contexto se procedió a realizar la sensibilización y el perfil del destino.

En función de la figura anterior en el trabajo de investigación se aplicó el diseño pre experimental el cual permitió analizar un caso único que son los emprendimientos turísticos comunitarios (ETC) para evaluar su aporte en el desarrollo sostenible de la provincia de Cotopaxi, considerando la funcionalidad metodológica se procedió a definir dos pasos: 1) la sensibilización, que consiste en la comunicación, formación y participación de los grupos de interés (ETC) al cual se dirigió la investigación así como 2) el perfil de destino turístico, que se describió de acuerdo al formulario correspondiente (Ver anexo 5) a través de la plataforma Zoom.

De igual forma se generó la planificación del diseño de investigación y las actividades de trabajo propuestas como se muestra a continuación:

Tabla 8

Planificación del diseño de investigación

PASOS	TAREAS	RESPONSABLES	HERRAMIENTA DE CONTROL
I Sensibilización	Reunión N°1 con los representantes de cada ETC. <ul style="list-style-type: none"> • Sociabilización del proyecto. • Sensibilización: Compromiso de cada ETC interesado en el proyecto. 	Investigadoras Representantes de los ETC – Cotopaxi	Carta de invitación Plataforma Zoom Acta de la reunión
II Creación de un perfil de destino	Reunión N°2 con los representantes de cada ETC: <ul style="list-style-type: none"> • Delimitación de los ETC • Presentación del formulario del perfil 	Investigadoras Representantes de los ETC – Cotopaxi	Carta de invitación Plataforma Zoom Acta de la reunión
III Formación del grupo de trabajo de partes interesadas	Reunión N°3 con todos los representantes de los ETC: <ul style="list-style-type: none"> • Formación de mesas de trabajo con cada ETC. 	Investigadoras Representantes de los ETC – Cotopaxi	Carta de invitación Plataforma Zoom Acta de reunión
IV Definición de funciones y responsabilidades	Reunión N°4 con los representantes de cada ETC: <ul style="list-style-type: none"> • Definición de funciones y responsabilidades. 	Investigadoras Representantes de los ETC – Cotopaxi	Carta de invitación Plataforma Zoom Acta de reunión
V Recopilación y registro de datos	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicación de encuestas a turistas de acuerdo al ETIS. • Reunión 5: Aplicación de entrevistas a los responsables de los ETC de acuerdo al ETIS. 	Investigadoras Partes interesadas: Representantes de los ETC – Cotopaxi	ETIS Encuesta: Formulario Google Entrevista: Plataforma Zoom
VI Análisis de resultados	Análisis de los resultados del aporte de los ETC en el desarrollo sostenible de la provincia de Cotopaxi.	Investigadoras	SPSS
VII Definición de estrategias	Definición de estrategias enfocadas al ámbito económico, social y ambiental a los ETC.	Investigadoras Representantes de los ETC – Cotopaxi	Plan de acción

Nota. De acuerdo a los pasos del Sistema de Indicadores Turísticos Europeos se establecieron actividades concretas para la planificación del diseño de investigación con las partes interesadas que permitieron definir estrategias en pro del desarrollo de los emprendimientos turísticos comunitarios.

2.4 Población y muestra

Según Bernal (2010) la población “es la totalidad de elementos o individuos que tienen ciertas características similares y sobre las cuales se desea hacer inferencia” (pág.160).

La investigación se llevó a cabo en la provincia de Cotopaxi, la cual se encuentra conformada por 7 cantones con sus respectivas parroquias urbanas y rurales, sin embargo, en vista de la emergencia sanitaria por la que atravesamos a nivel mundial se optó por realizar la investigación a través de medios digitales con los ETC que tienen acceso al internet y que verdaderamente se interesaron en el trabajo de investigación, de esta forma se analizó los ETC de la provincia de Cotopaxi, siendo estos los siguientes:

Tabla 9

Emprendimientos turísticos comunitarios de Cotopaxi

ETC	Cantón	Parroquia / Comunidad	Promedio de visitas mensuales (2019)
Hostal Princesa TOA	Pujilí	Comunidad de Quilotoa	42 personas
Restaurante comunitario Kirutwa	Pujilí	Comunidad de Quilotoa	120 personas
Fábrica de vinos de mortiño	Sigchos	Comunidad de Quinticusig	58 personas
Complejo turístico comunitario Shalala Quilotoa	Pujilí	Comunidad de Zumbahua	2200 personas
Centro Artesanal Quilotoa	Pujilí	Comunidad de Quilotoa	160 personas
Centro de interpretación cultural Canchahuasi	Salcedo	Comunidad de Canchagua	52 personas
Total de visitantes:			2632 personas

Nota. Para definir la población y muestra se optó por trabajar con establecimientos que se interesaron en el desarrollo de su comunidad y del turismo comunitario.

Por consiguiente la población seleccionada son los visitantes que ingresaron a la provincia de Cotopaxi con un promedio de 2632 visitas mensuales del año 2019,

información que se obtuvo de cada uno de los emprendimientos turísticos comunitarios considerados en la investigación.

Para el cálculo de la muestra se consideró la fórmula correspondiente a poblaciones finitas, propuesta por Larry (2009) que se muestra a continuación:

Tabla 10

Cálculo de la población y muestra

Fórmula	Descripción	Cálculo
$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$	<p>N= Tamaño de la población: 2632</p> <p>Z= Nivel de confiabilidad (95% 0,95/2= 0,4750 Z= 1.96)</p> <p>e= Error muestral (5%= 0,05)</p> <p>p= Probabilidad de ocurrencia (0,5)</p> <p>q= Probabilidad de no ocurrencia (1-0,5= 0,5)</p> <p>n= muestra</p>	$n = \frac{(2632) * (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}{(0,05)^2 * (2632 - 1) + (1,96)^2 * (0,5)}$ $n = \frac{2,527.78}{6.5775 + 0,9604}$ $n = \frac{2,527.78}{75379}$ <p>n =335,34</p>
Total		335,34

Nota: Con el cálculo anterior se determinó el total de encuestas a aplicar, siendo estos 335 turistas que ingresan a la provincia de Cotopaxi, quienes a su vez visitan los distintos ETC, misma que fue aplicada a través del formulario correspondiente.

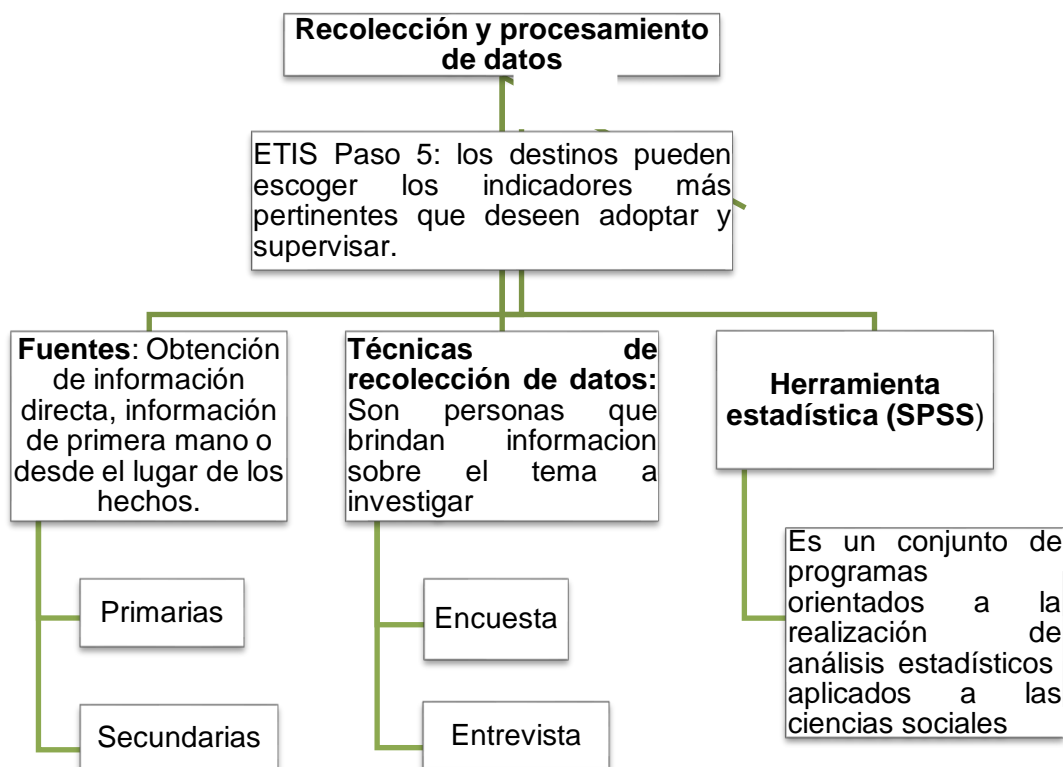
De igual manera, se realizó entrevistas a cada uno de los dirigentes de los emprendimientos turísticos comunitarios, mediante la Plataforma Zoom, que permite realizar video llamadas para conocer la dinámica de cada uno de los ETC, así como también el desarrollo sostenible de su comunidad.

2.5 Recolección y procesamiento de datos:

En el trabajo actual, se aplican los métodos de investigación del Sistema Europeo de Indicadores turísticos y Bernal como se muestra a continuación:

Figura 19

Fuentes de recolección de información



Nota. En la figura se muestra la recolección de datos que se aplicó en la investigación en base a lo que define Bernal (2010) y El Sistema de Indicadores Turísticos (ETIS, 2016).

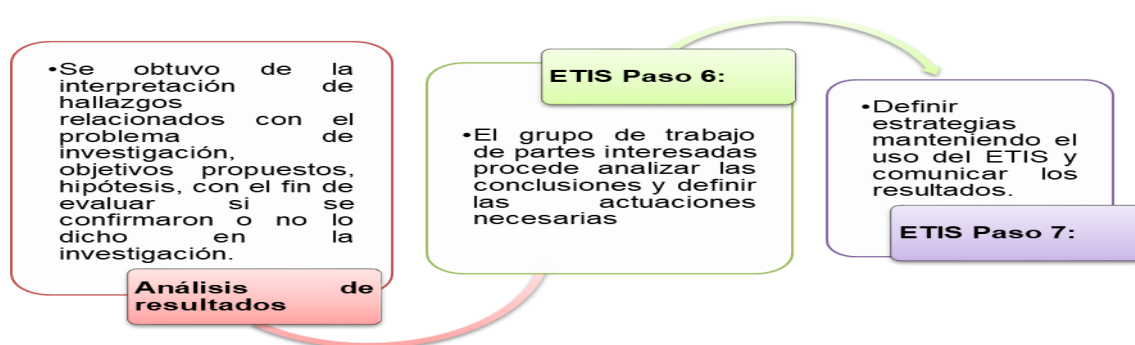
Para la recopilación y procesamiento de datos se tomó en cuenta las fuentes primarias, a través de información directa con los representantes de los ETC's en base a la aplicación de encuestas y entrevistas (ver anexo 6 y 7) que se realizaron a través del formulario de google (ver anexo 8) y la Plataforma Zoom, dicha información se sometió a análisis mediante la herramienta estadística SPSS (Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales), asimismo se consideró las fuentes secundarias de donde se obtuvo información sobre el tema de investigación, esto se logró gracias a la herramienta del Sistema de Indicadores Turísticos Europeos de donde, se seleccionó indicadores pertinentes para la recolección de datos correspondientes al paso cinco.

2.6 Análisis de resultados

El análisis de resultados se trabajó en base a lo que determina Bernal (2010), quién manifiesta que se obtiene a través de la interpretación de hallazgos relacionados con el problema de investigación y sus objetivos, conjuntamente con los lineamientos del Sistema Europeo de Indicadores Turísticos ETIS, (2016), de donde se generó la estructura de investigación que finalmente permitió analizar, definir y priorizar los resultados de la investigación como se muestra en la siguiente figura:

Figura 20

Fuentes de recolección de información



Nota. En la siguiente figura se muestra la estructura propuesta para el análisis y discusión de resultados en base a Bernal, (2010) y ETIS, (2016).

Por otro lado, el paso 6 corresponde al desarrollo del análisis interpretación de resultados como lo indica el Sistema Europeo de Indicadores Turísticos (ETIS) para posteriormente generar estrategias necesarias como se indican en el paso 7 y que de igual manera tienen estrecha relación con el análisis de resultados, finalmente se presentó un plan de acción que permite buscar y detallar de forma ordenada las variables que definen las estrategias en el ámbito social, económico, ambiental con el fin de mejorar la calidad de vida. Tomando en cuenta el desarrollo del análisis situacional.

CAPITULO III

DIAGNÓSTICO Y ANÁLISIS SITUACIONAL

3.1 Análisis situacional

En este análisis se determinó la situación del entorno actual de la zona de estudio, cumpliendo con el objetivo específico de la investigación, que conlleva el diagnóstico de los emprendimientos turísticos comunitarios (ETC) de la provincia de Cotopaxi.

3.3.1 Zona de estudio

El Ecuador es uno de los países más pequeños de América del Sur con una superficie de 283,560 km² ocupando un territorio en el centro del planeta con una extensa biodiversidad de flora y fauna, además de ubicarse en el puesto número 10 de la lista de los países más poblados de Latinoamérica (ACNUR, 2019).

De esta manera, la investigación se desarrolló en la provincia de Cotopaxi, una de las 24 provincias del Ecuador, su nombre hace honor al segundo volcán más alto, con una altitud de 5.897 m.s.n.m., después del Chimborazo con 6.268 m.s.n.m. Además, en la provincia de Cotopaxi se ha venido desarrollando el turismo comunitario en diferentes comunidades como en las parroquias: Zumbahua, el Pujilí, Toacaso, Cusubamba, Mulalillo, entre otras.

El Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Cotopaxi GAD (2015) considera que posee como desafío posicionar la actividad turística dentro de la provincia como un medio y ámbito productivo de la zona, con énfasis en el fortalecimiento del turismo comunitario y Economía Popular y Solidaria.

La provincia de Cotopaxi cuenta con 7 cantones que se muestran a continuación:

Figura 21

Ubicación de la provincia de Cotopaxi



Nota. El mapa representa la ubicación de Cotopaxi y sus límites con las diferentes provincias.

En tal sentido, los aspectos que son apropiados y necesarios analizar en la provincia de Cotopaxi son:

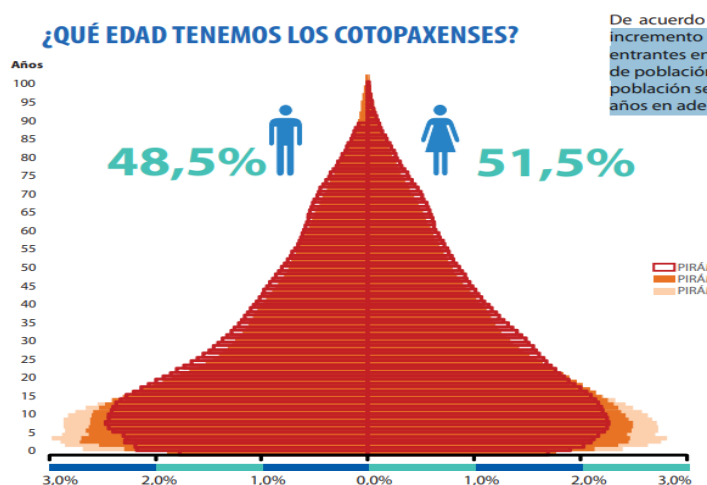
Aspectos demográficos. La provincia de Cotopaxi concentra el 2,8% de la población del país, correspondiente a 409.205 habitantes, con una densidad poblacional promedio de 67 habitantes por kilómetro cuadrado. La población rural constituye el 70% de la provincia que equivale a 288.235 habitantes, mientras que la localidad urbana representa el 30% de los 120.970 habitantes (GAD de Cotopaxi, 2015).

Por otro lado, la población perteneciente a 0 a 14 años de edad demuestra un considerable incremento de mujeres y hombres. En la pirámide aparecen concursantes entre 15 y 30 años, este fenómeno es razonable debido a que este grupo de población se marcha fuera de la provincia por estudios, trabajo u otros motivos. También la cantidad de pobladores de 31 a 40 años se acrecienta por el

ingreso de extranjeros al país, sobre la base de los 41 años la población va reduciendo. Además, de la población mencionada el 48,5% son hombres mientras que el 51,5% son mujeres como se muestra en la siguiente figura (INEC, 2010).

Figura 22

Edad de los Cotopaxenses



Nota. En la figura se muestra el rango de edad y el incremento tanto de hombres y mujeres en la Provincia de Cotopaxi. Obtenido del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2010).

Aspectos económicos. El sistema económico productivo de la provincia de Cotopaxi se fundamenta en los tres sectores de la economía. En el sector primario prevalece las actividades agropecuarias, con énfasis en agricultura familiar campesina, que aporta al VAB (Valor Agregado Bruto) el 27,74%; el sector secundario con énfasis en la producción manufacturera, que involucra a la industria de la construcción, entre otras, que aporta un 20,23%; y el sector terciario se caracteriza por las actividades de comercio, así también el turismo, por su potencial en la generación de empleos e ingresos y por sus encadenamientos intersectoriales que incentivan inversiones en otros sectores que aporta con el 52,04%. (GAD de Cotopaxi, 2015).

En este sentido, el sector terciario es quien aporta en su mayoría, porque dentro de sus actividades a más del turismo se encuentran las actividades de alojamiento y servicio de alimentación, el transporte, información y comunicación, que son parte esencial dentro de la dinámica del turismo, asimismo existen otros sectores que aportan a la economía como se observar en la siguiente tabla.

Tabla 11

Valor agregado bruto del sector terciario

Sector	Rama de actividad	Total	% Aporte VAB por rama de actividad	% Aporte VAB por sector
TERCIARIO	Comercio al por mayor y menor	131.068,06	11,17	52,04
	Actividades de alojamiento y servicio de comidas	4.846,56	0,41	
	Transporte, información y comunicación	169.733,68	14,46	
	Actividades financieras y de seguros	21.451,54	1,83	
	Actividades profesionales e inmobiliarias	27.047,47	2,30	
	Administración pública y defensa	99.770,23	8,50	
	Enseñanza	104.846,49	8,93	
	Actividades de la atención de la salud humana	38.528,36	3,28	
	Otras actividades de servicios	13.545,16	1,15	

Nota. En la provincia de Cotopaxi existen otros aportes dentro del sector terciario como se muestra anteriormente, lo que permite conocer los aportes al VAB. Obtenido del GAD de Cotopaxi, (2015). Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cotopaxi 2025.

Dentro de este marco, en el sector terciario se pueden encontrar actividades que forman parte esencial de la infraestructura turística, tomando en cuenta que el turismo depende de factores externos para su operación; Cotopaxi cuenta con esta infraestructura para recibir a turistas locales, nacionales e internacionales.

Aspectos climáticos. El clima es muy variado en toda la provincia, debido a la orografía que ella presenta, siendo frío en los páramos y glacial en las altas cumbres, los vientos cálidos de la zona costera influyen sobre las capas de aire de la región interandina, suavizando de esta manera el clima (INIAP, 2005).

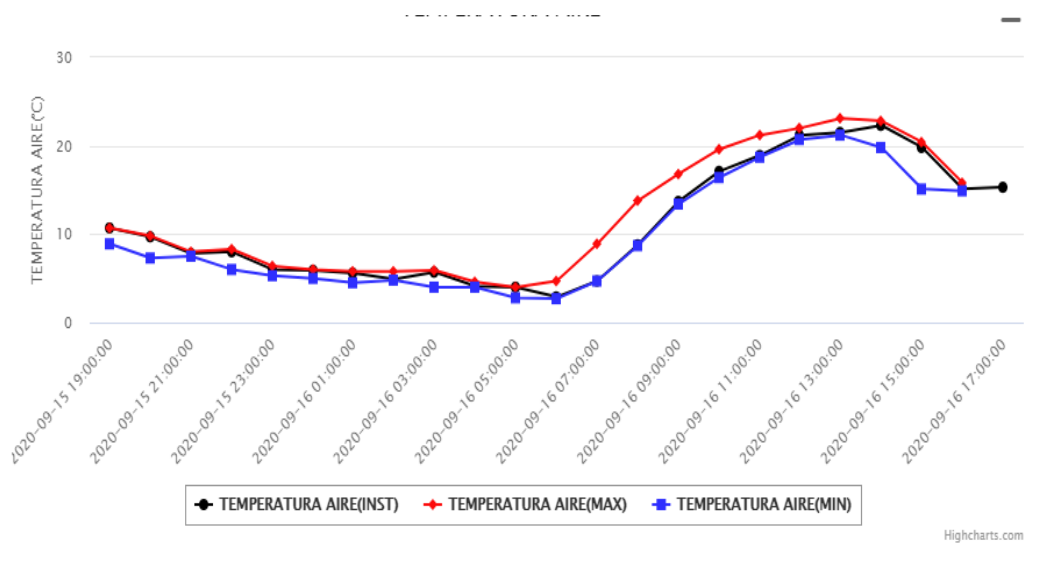
Por otra parte, el Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología INAMHI, (2020), afirma que:

Los sectores que registran datos con la temperatura promedio más baja en el rango de 0°C a 6°C corresponden a áreas donde no hay poblaciones cercanas a los volcanes Cotopaxi, Ilinizas y en un rango de 6°C a 10°C se encuentra el área de gran población a ambos lados del valle entre los Andes entre las que se encuentran las parroquias Isinliví, Guangaje, Cochapamba, Chugchilán, Zumbahua y Angamarca (pág.23).

El clima de Cotopaxi, se da en base a los factores de temperatura y la velocidad del viento, de acuerdo a la zona en la que se encuentre, ya que, puede variar si es alta o baja, también depende del cambio de un día a otro, a lo largo de las estaciones como se indica en la siguiente figura:

Figura 23:

Temperatura ambiente de la Provincia de Cotopaxi



Nota. En la figura muestra la variabilidad de la temperatura de la zona de Cotopaxi. Obtenido del Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología, (INAMHI, 2020).

Por lo tanto, se puede definir dos estaciones en la provincia de Cotopaxi, el invierno lluvioso y el verano seco, estos pueden ser factores que influyen en la visita de turistas. De igual manera, al ser una provincia con zonas que van desde el frío hasta la costa permite elegir al visitante el clima que desee a su disposición.

Aspectos socioculturales. De acuerdo al GAD de Cotopaxi (2015) “entre los principales problemas sociales se encuentran el indicador de pobreza, en donde se muestra los bajos niveles de ingreso familiar que imposibilita a las familias adquirir alimentos adecuados para su nutrición” (pág.117). Es decir, en Cotopaxi el 53.6% de afiliados que poseen sueldos en el rango de 341 a 400 dólares, evidencia la imposibilidad de cubrir el costo de la Canasta Básica Familiar que a septiembre del 2020 se ubicó en 746,47 dólares (INEC, 2019).

Por otro lado, dentro de la provincia de Cotopaxi, existe la presencia de varios grupos auto identificados como indígenas, mestizos, montubios y afro-ecuatorianos que se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 12*Auto identificación según la cultura y costumbres*

Grupo	Porcentaje
Población mestiza	72,1%
Los montubios	1,8%
Los afro-ecuatorianos	1,7%
Pueblo panzaleo de nacionalidad kichwa/por identificación cultural	22,1%
Pueblo panzaleo de nacionalidad kichwa/por usos y costumbres	24,1%

Nota: Cada porcentaje representa los grupos culturales y étnicos que son parte de la provincia de Cotopaxi. Obtenido del *Gobierno Autónomo Descentralizado de Cotopaxi*. (GAD de Cotopaxi, 2015).

Es así que, en la provincia de Cotopaxi se puede identificar una variedad de pueblos e identidades locales, que se diferencian claramente por su vestimenta, tradiciones, costumbres y creencias. Estos grupos constituyen un potencial para el desarrollo turísticos, cultural tangible e intangible no solo de la provincia sino a nivel nacional.

En esta misma línea de ideas, el GAD de la Provincia de Cotopaxi, (2015), afirma que: “Los pueblos indígenas, montubios y afros no tienen acceso a los diferentes espacios en comparación a la población blanco mestiza”. De igual manera, son poblaciones con ausencia de atención por el gobierno.

Aspecto Turístico. El Plan Nacional de Turismo 2030 considera importante al turismo, como la segunda fuente de ingresos no petroleros del país con sus 5 ejes principales: Destinos y calidad, conectividad, seguridad turística, mercadeo, promoción, y fomento a la inversión. Lo que motiva al sector turístico y hotelero a seguir trabajando por un bienestar y porvenir mutuo (MINTUR, 2020).

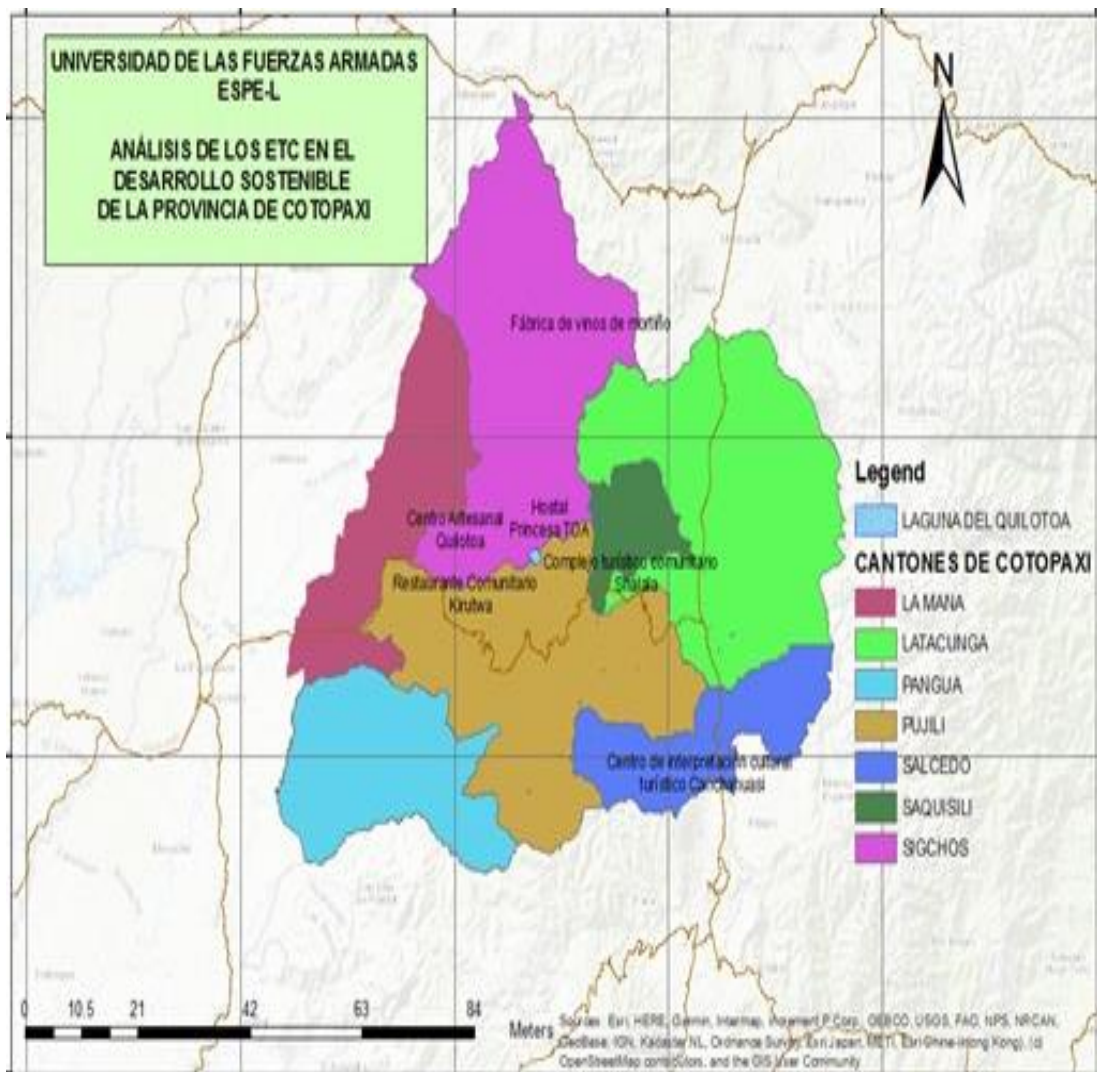
En Cotopaxi el turismo es considerado como una estrategia para el desarrollo económico, ya que genera ingresos y empleos, sin embargo lo más importante para esta provincia es su icono turístico, el volcán Cotopaxi, además de poseer 7 cantones que se destacan por su diversidad de climas que hacen de esta provincia un potencial turístico (GAD de Cotopaxi, 2015).

Un claro ejemplo es la Certificación Internacional Tourcert y el Reconocimiento Punto Verde como Destino Sostenible, que obtuvo el Parque Nacional Cotopaxi, esto fue otra de las razones para escoger esta provincia, ya que se evidencia la participación del turismo e incluso de los establecimientos hoteleros que con sus videos publicitarios y redes sociales han captado la atención del turista (El Universo, 2020).

Por otro lado el Ministerio de Turismo ha registrado como Centro Turístico Comunitario (CTC) al Lago Verde, pero también se encuentran los Emprendimientos Turísticos Comunitarios (ETC) registrados en la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador en donde se desarrolla el turismo comunitario, de los cuales, en la investigación se ha considerado a 6 como son: Fabrica de vinos de Mortiño, Centro de interpretación turística Canchahuasi, Complejo turístico Shalala, Hostal princesa Toa, restaurante comunitario Kirutwa, centro de artesanías Quilotoa, como se muestra en la siguiente figura (FEPTCE, 2017).

Figura 24

Zona de Estudio



Nota. Emprendimientos turísticos comunitarios de la provincia de Cotopaxi, que se aborda en la investigación. Elaborado por las investigadoras.

Bajo este contexto, al realizar el análisis de los emprendimientos turísticos comunitarios, se puede medir el desarrollo sostenible de la provincia y a su vez, generar estrategias que permitan mejorar la calidad de vida de las comunidades de la provincia de Cotopaxi.

3.3.2 Emprendimientos turísticos comunitarios

Gracias al turismo las comunidades se han visto beneficiadas de cierta manera y con ello se evidencia el desarrollo de sus emprendimientos, es así, que a través de la investigación se conoció la ubicación, historias, actividades turísticas, forma de organización, entre otros aspectos de cada uno de los ETC que se indican seguidamente:

- a) Fábrica de Vino de Mortiño:** La fábrica (ver figura 25) se encuentra ubicada en la comunidad de Quinticusig del cantón Sigchos, provincia de Cotopaxi, en donde se produce el mortiño del que se fábrica un exquisito vino, la fábrica nace en el año 2010 con la iniciativa del Sr. Flavio Sigcha y la Asociación de Productores y Comercializadores Agropecuarios de Quinticusig, que surgió de la necesidad de sacar adelante a su familia, escogiendo la marca “El Último Inca” (GAD de Sigchos, 2020).

Figura 25

Planta de producción del vino



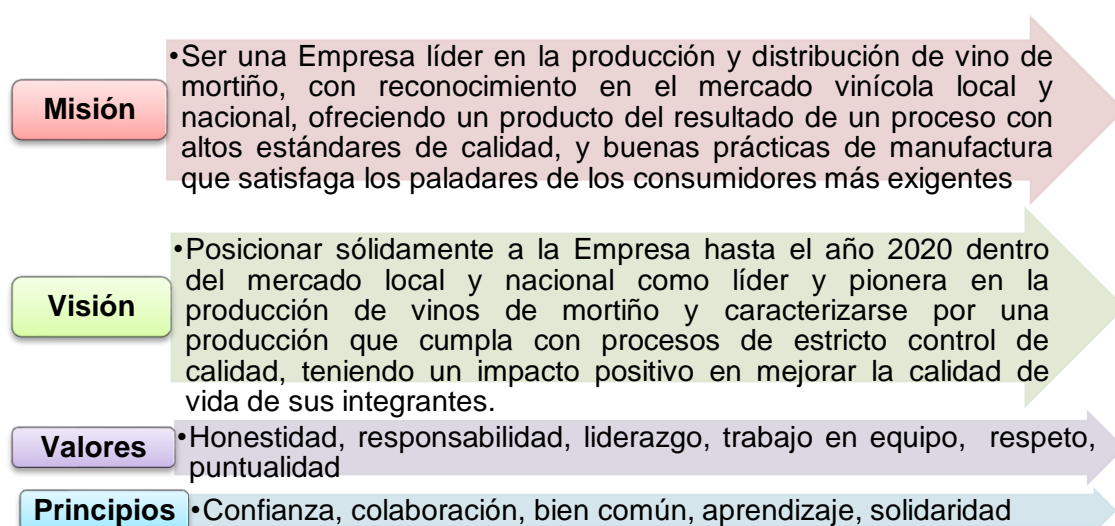
Nota. Planta de producción del vino de Mortiño y su presentación al público.

La Asociación toma la iniciativa de trabajar de forma grupal, con el fin de mejorar la economía de sus 22 socios, 12 mujeres y 10 hombres que actualmente trabajan en la producción y comercialización del vino de mortiño, además realizan recorridos por sus instalaciones y planta de producción e incluso poseen unas cabañas donde los turistas pueden hospedarse y disfrutar de una experiencia única.

De acuerdo a lo que manifiesta la Sra. Mercedes Lutuala, socia y representante de la fábrica, nos relata que la fábrica empieza elaborando una botella de tesalia de 6 lt de vino, y en la actualidad producen dos mil botellas de 750 ml cada mes a un costo de \$6,40 en su propia planta, además la caducidad del producto es de 8 meses, conforme avanza su producción deciden organizarse como se muestra a continuación.

Figura 26

Filosofía empresarial de la fábrica de Vino de Mortiño



Nota: En la figura se observa la filosofía empresarial que posee la Fábrica de vinos de Mortiño el Ultimo Inca.

b) Centro turístico cultural Canchahuasi: El centro turístico (ver figura 27)

se encuentra ubicado vía a Guaytacama – Toacazo frente al parque central de la parroquia de Canchahua, este centro posee una conexión con el pasado indígena y la influencia mestiza en la tierra llamada Canchagua “Tierra del maíz”, a través de la variedad de piezas recaudadas que se encuentran en el museo (Canchahuasi, 2017).

Figura 27

Instalaciones del Centro de Interpretación Cultural Canchahuasi



Nota. En la imagen se muestra las instalaciones del centro de interpretación cultural Canchahuasi y los representantes de su identidad cultural.

Además se inauguró en el año 2017 junto al Instituto Cordillera que en su momento fue participe del proyecto con jóvenes interesados en realizar su vinculación y posterior a ello ayudar a impulsar el Centro turístico cultural Canchahuasi, con el único objetivo de atraer al turista a vivir una experiencia acogedora en esta comunidad como bien menciona la Sra. Gladys Oña representante del emprendimiento turístico.

Por otro lado las actividades que ofrece la parroquia de Canchagua es el recorrido por el museo con gran parte de la historia de los antepasados, viviendas de aquella época, su forma de comercio, objetos ambiguos que han donado los habitantes del lugar, galería de fotos de la población y sectores naturales como el cerro de Wingopana conocido como el “Cerro del Amor” sitio ancestral en el cual se lleva a cabo varios rituales en honor a la Pachamama.

Sin embargo no cuenta con una filosofía empresarial que le permita a la empresa alcanzar sus objetivos y desarrollar un núcleo de trabajo organizacional que identifica todas las partes integrantes de la empresa. Entre las actividades que se realizaban son recorridos por el museo y al cerro del amor, además un mini tour por el centro de la parroquia.

c) Complejo turístico comunitario Shalala Quilotoa: El Centro de Turismo Comunitario Shalala (ver figura 28) se encuentra ubicado en la

comunidad Shalala, parroquia Zumbahua, cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi. El complejo turístico comunitario Shalala surge de la necesidad de sacar adelante a sus familias y con ello elevar el nivel de ingreso económico.

Figura 28

Complejo turístico comunitario Shalala Quilotoa



Nota. Las figuras antes mostradas se proyectan el mirador del Shalala y la entrada a la laguna del Quilotoa, además del cuidado de la zona por parte de la organización a cargo del turismo comunitario y el trabajo en equipo de cada miembro.

De acuerdo al Sr. Cesar Pastuña representante de Shalala menciona que en 1988 se crean la asociación de trabajadores Agrícolas Autónomos Shalala de Mangapungo con 27 hectáreas. Y en 1999 se da inicio a la creación de cabañas rústicas como emprendimiento turístico, luego en el 2005 toda la comunidad abandona los proyectos porque no veían ingresos y en el 2009 inicia el proyecto del mirador de cristal e inician con la construcción.

Dentro de las actividades que se ofrece están servicios de alojamiento, restaurante y salón de eventos, en un ambiente más íntimo y tranquilo, rodeado de espectaculares senderos y un mirador con la mejor vista a la laguna.

Sin embargo, no cuenta con una filosofía empresarial porque no han desarrollado un plan estratégico, y no poseen objetivos claros para desarrollarse y mantenerse en el mercado.

d) Hostal Princesa TOA: El Hostal princesa TOA (ver figura 29), se encuentra ubicado en el cantón Pujilí, parroquia Zumbahua cerca al mirador principal de la Laguna de Quilotoa. Este establecimiento hotelero nació a través de un proyecto de turismo comunitario responsable, y ha trabajado alrededor de 9 años ofreciendo a sus huéspedes un servicio de calidad, con identidad cultural y protección al medio ambiente.

Figura 29

Hostal Princesa TOA



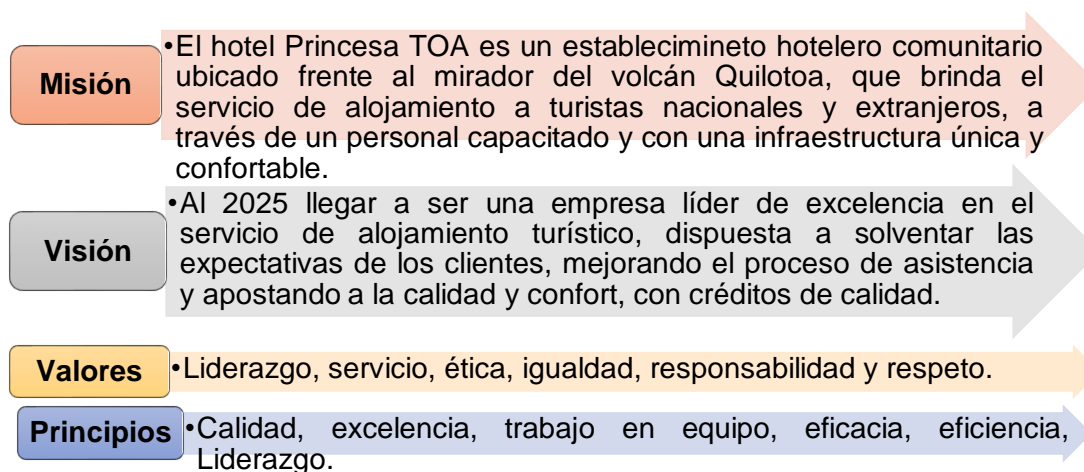
Nota. Fotografía del exterior del establecimiento hotelero. [Fotografía], por Latacunga, 2020.

De acuerdo a lo que manifiesta Klever Latacunga representante del Hostal Princesa TOA las instalaciones del establecimiento cuentan con 6 habitaciones equipadas con calefacción, baño privado, agua caliente, sala de start, tv satelital, cafetería las 24 horas del día, patios exteriores con temática cultural que identifica las raíces Cotopaxenses.

De igual manera, la forma de organización del establecimiento cuenta con 250 socios que reciben dinero cada mes por realizar actividades en áreas de reservas y recepción, ama de llaves y mantenimiento, conforme avanza su organización ellos decidieron basarse en una filosofía empresarial como se muestra a continuación.

Figura 30

Filosofía corporativa del Hostal Princesa TOA



Nota. La misión, visión, valores y principios forman parte del Hostal Princesa TOA, como la base fundamental para definir su verdadera identidad.

e) Restaurante comunitario Kirutwa Mushuk Wasi: El Restaurante

comunitario Kirutwa (ver figura 31), se encuentra ubicado en el cantón Pujilí, Parroquia Zumbahua junto al mirador de la laguna de Quilotoa, cuenta con temperaturas desde 4°C hasta 9°C.

Figura 31

Restaurante comunitario Kirutwa



Nota. Fotografía del interior del establecimiento de servicio. [Fotografía], por Latacunga, 2020.

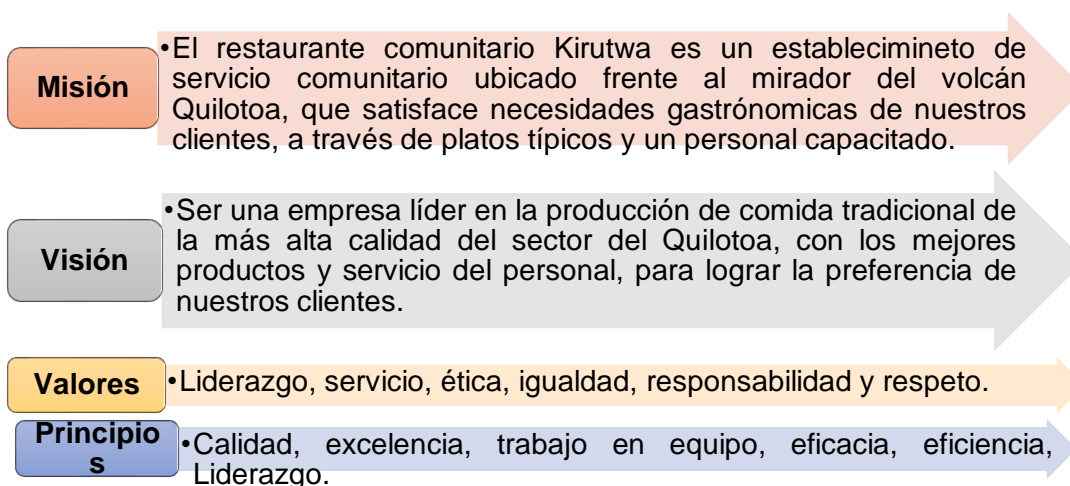
De acuerdo a lo que manifiesta Kléver Latacunga representante del restaurante comunitario Kirutwa (su nombre nace de una leyenda llamada Luz de Luna), este ETC nace junto a la idea del Hostal princesa TOA como un proyecto comunitario, ha trabajado alrededor de 15 años ofreciendo a sus clientes los mejores platos típicos del sector y un servicio de calidad.

Este establecimiento ofrece a los turistas un excelente trato por parte del personal de servicio en un ambiente temático cultural, con platos tradicionales a la carta tales como: Trucha a la plancha y al ajillo, locro de papas, pollo a la plancha, churrasco, caldo de gallina, bandeja andina y postres y bebidas.

De igual manera, el Restaurante comunitario Kirutwa cuenta con una filosofía corporativa (Ver figura 32), que permite identificar su organización la cual se encuentra establecida por 150 socios que reciben dinero durante un tiempo determinado por realizar actividades en las áreas de cocina, restaurante, limpieza y mantenimiento del lugar.

Figura 32

Filosofía corporativa del Restaurante comunitario Kirutwa



Nota. La misión, visión, valores y principios forman parte del Restaurante comunitario Kirutwa, como la filosofía organizacional que le permite su identificación, evolución y competitividad.

Por otro lado, en la siguiente figura se observa las instalaciones dentro del restaurante comunitario, el cual cuenta con 6 mesas y una capacidad máxima para 25 personas, actualmente su aforo se redujo a la mitad por motivos de protocolos de seguridad ante la pandemia.

- f) Centro artesanal Quilotoa:** El Centro artesanal (ver figura 33) , se encuentra ubicado en el cantón Pujilí, Parroquia Zumbahua junto al mirador de la laguna de Quilotoa, cuenta con temperaturas desde 4 °C hasta 9°C.

Figura 33

Centro artesanal Quilotoa



Nota. Fotografía artesanías que ofrece el centro artesanal. [Fotografía], por Latacunga, 2020.

El Centro artesanal Quilotoa nace con la idea de un proyecto familiar, su fundador se ha dedicado alrededor de 25 años a la pintura y ha generado cuadros para expenderlos alrededor del mundo, los cuadros tienen un valor aproximado de \$ 6 dólares a \$700 dólares. A si mismo junto a su familia decidió emprender desde hace 4 años en un centro artesanal que ofrece al turista una variedad de artesanías como máscaras y pinturas, que son elaboradas por personas de la comunidad con materia prima de la zona.

De acuerdo a lo que manifiesta Kléver Latacunga representante del centro artesanal Quilotoa, las actividades que ofrece este ETC al turista es la oportunidad de pintar su propio cuadro, aprender técnicas de pintura, bailes culturales en representación a leyendas de la Laguna del Quilotoa.

Por otro lado, el centro artesanal no cuenta con una filosofía empresarial que le permita su evolución y competitividad, debido a que se encuentra con solo cuatro años dentro del mercado, y a su vez es un emprendimiento familiar que no cuenta con empleados externos que se identifiquen y se comprometan a cumplir con la filosofía y valores de la empresa.

El centro artesanal ofrece una variedad de artesanías tales como: pintura de cuero de borrego, cestos de paja, máscaras en madera, tejidos con hilo de lana de oveja, manualidades en mullo y artículos elaborados en cuero y pinturas que representan montañas, ríos, lagunas, paisajes y fiestas tradicionales del sector.

3.3.3 Componentes de la investigación

De acuerdo a los componentes trabajados en el diseño de investigación conjuntamente con el Sistema Europeo de Indicadores Turísticos permitieron cumplir con los objetivos específicos a través del cumplimiento de los siguientes pasos:

- I **Sensibilización:** este paso se realizó en base a la primera reunión con los representantes de cada ETC, donde se socializó el proyecto (análisis de los emprendimientos turísticos comunitarios en el desarrollo sostenible de la provincia de Cotopaxi) y a su vez se sensibilizó el compromiso que deben tener las partes interesadas con el desarrollo del proyecto, mismo que tuvo como resultado lo siguiente:

Primero.- Se generó una carta de invitación (ver anexo 9), la cual fue enviada a través de un correo electrónico a todos los representantes de los ETC, así

pues se comunicó el horario y fecha establecida para la primera reunión, en donde se identificó el compromiso y colaboración por parte de los interesados.

Segundo.-Posterior a la invitación se realizó la reunión en la plataforma zoom (ver anexo 10), puesto que es efectiva y fácil de manejar para los representantes de los ETC-Cotopaxi. Es necesario recalcar que la reunión tuvo una duración de 40 minutos.

Tercero.- Finalmente se aprobó por unanimidad el acta de la reunión (ver anexo 11) en donde se constató la asistencia y compromiso de todas las partes interesadas.

II Creación del perfil del destino: Una vez analizado el perfil de destino del Sistema Europeo De Indicadores Turísticos (ETIS), se planteó el formulario correspondiente, con el fin de delimitar los ETC y posterior a ello ser llenado en conjunto con los representantes de cada emprendimiento, dicho formulario ostenta la información de características y dinámica de cada ETC de forma individual, siendo los resultados los siguientes:

Primero.- Se generó la segunda carta de invitación (Ver anexo 12), la cual fue enviada a través de un correo electrónico a cada representante de los ETC, donde se estableció el día y la hora indistintamente para cada administrador de los emprendimientos.

Segundo.- Se generó la reunión a través de la plataforma zoom (ver anexo 13), con el fin de llenar el formulario del perfil de destino con todos los representantes de los ETC en diferentes horas de acuerdo a su disposición de tiempo, el cual reflejaba preguntas acerca de la ubicación, historia, actividades turísticas, población, llegada de turistas, estrategias y políticas (ver anexo 14).

Tercero.- Por unanimidad se aprueba el acta de la segunda reunión (ver anexo 15) en donde se constató el compromiso y dedicación de cada representante de los ETC.

III Formación de un grupo de trabajo de partes interesadas: Se generó una mesa de trabajo con los actores de los establecimientos, para tratar respecto el Sistema Europeo de Indicadores Turísticos (ETIS) que se van a utilizar en la investigación y su importancia e indicadores básicos para los emprendimientos y sus necesidades, a su vez se recabó datos significativos respecto a temas de seguridad y desarrollo local a través del taller, mismo que tuvo como resultado lo siguiente:

Primero.- Se envió la tercera carta de invitación (ver anexo 16), la cual fue a través de sus correos electrónicos a todos los representantes de los ETC, donde se estableció la fecha para el taller de seguridad y desarrollo local.

Segundo.- El taller se generó a través de la plataforma zoom (ver anexo 17), con el fin de tener un conversatorio respecto a la seguridad en el desarrollo turístico y temas relacionados con el desarrollo local (salud, educación y empleo), así como dar a conocer los indicadores del ETIS seleccionados en la investigación de acuerdo a las necesidades de los ETC como se muestran a continuación:

Tabla 13

Indicadores utilizados en la investigación de acuerdo al ETIS

Sección A: Gestión de destinos	
Criterios	Indicadores básicos del ETIS
Satisfacción del cliente	• Porcentaje de visitantes que repiten o regresan a un destino (en un plazo de cinco años)

Sección B: Valor económico

Criterios	Indicadores básicos del ETIS
Flujo turístico en el destino	<ul style="list-style-type: none"> • Número de visitas de un día de duración por mes • Gasto diario que realizan los turistas en un día de duración
Cantidad y calidad del empleo	<ul style="list-style-type: none"> • Empleo directo del sector turístico como porcentaje del empleo total del destino • Porcentaje de puestos de trabajo en el sector turístico que son estacionales.
Cadena de suministro del sector turístico	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de alimentos, bebidas, productos y servicios de producción local adquiridos por las empresas turísticas del destino

Sección C: Impacto social y cultural

Criterios	Indicadores básicos del ETIS
Impacto social/comunitario	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de residentes que están satisfechos con el turismo que recibe el destino (por mes/temporada)
Salud y seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de turistas que presentan una denuncia ante la policía
Igualdad de género	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de hombres y mujeres empleados en el sector del turismo
Inclusión y accesibilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de establecimientos de alojamiento comercial que participan en programas oficiales de información sobre accesibilidad. • Porcentaje de lugares de interés turístico que son accesibles para las personas con discapacidad o que participan en programas oficiales de información sobre accesibilidad.
Protección y valorización del patrimonio cultural, la identidad y los activos	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de los eventos celebrados en el destino que se centran en la cultura y el patrimonio tradicional/local

Sección D: Impacto ambiental

Criterios	Indicadores básicos del ETIS
Reducción de la incidencia del transporte	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de turistas y visitantes de un día que utilizan los distintos modos de transporte para llegar a su destino. • Porcentaje de turistas y visitantes de un día que utilizan servicios de transporte locales, de movilidad blanda o públicos para desplazarse al destino.
Cambio climático	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de empresas turísticas que participan en programas de mitigación del cambio climático.
Gestión de residuos sólidos	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de residuos por cada pernoctación de un turista en comparación con la generación de residuos por persona de la población general (kilogramos) • Porcentaje de empresas turísticas que separan los distintos tipos de residuos
Depuración de aguas residuales	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de aguas residuales del propio destino tratadas para al menos un nivel secundario antes del vertido
Gestión del agua	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de empresas turísticas que adoptan medidas para reducir el consumo de agua • Porcentaje de empresas turísticas que utilizan agua reciclada
Consumo de energía	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de empresas turísticas que adoptan medidas para reducir el consumo de energía.
Protección de la biodiversidad y del paisaje	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de empresas locales del sector turístico que apoyan activamente la protección, conservación y gestión de la biodiversidad y del paisaje local.

Tercero.- Se aprueba el acta de la tercera reunión (ver anexo 18), en constancia del taller, donde se evidenció el conocimiento y participación de todos los representante de los ETC.

IV Definición de funciones y responsabilidades: Se coordinó con los representantes de los ETC las prioridades en cuanto a los datos que fue preciso recabar para obtener los indicadores básicos respecto a la seguridad y desarrollo local, con el fin de generar funciones y responsabilidades para los representantes de los emprendimientos, cuyos resultados fueron los siguientes:

Primero.- Se envió la respectiva carta de invitación N°4 (Ver anexo 19), a través de un correo electrónico a todos los representantes de los ETC, en donde se estableció la fecha de la reunión y se comunicó el tema a tratar.

Segundo.- Se llevó a cabo la reunión a través de la plataforma zoom (Ver anexo 20), con todos los representantes de los ETC en donde se definió las siguientes funciones y responsabilidades:

Funciones que se deben cumplir ante la seguridad

- Seguridad medica dentro de las comunidades
- Seguridad informativa en cada punto estratégico
- Seguridad en los servicios turísticos que ofrecen los ETC
- Seguridad inclusiva en la infraestructura de los establecimientos

Responsabilidades de los representantes de los ETC

- Realizar un estudio socioeconómico a las familias que forman parte de los emprendimientos
- Dar seguimiento de las actividades productivas, que se dedica a cada miembro de la familia por socio.

Tercero.- Se aprueba el acta de la cuarta reunión debidamente firmada (ver anexo 21) en donde se constató el interés y aprobación de las responsabilidades y funciones designadas.

V Recopilación y registro de datos: siguiendo con la investigación, se aplicó 335 encuestas a los turistas basadas en los indicadores del ETIS, y entrevistas a los representantes de los ETC para recopilar y registrar datos, mismo que tuvo los siguientes resultados:

Primero.- A través de la plataforma Google Forms se realizó encuestas a turistas que han visitado los diferentes emprendimientos en análisis, dichas encuestas fueron enviadas a grupos de turismo en redes sociales que evidenciaron su visita en los emprendimientos mencionados.

Segundo.- Se envió la 5ta carta de invitación (ver anexo 22), a través de la plataforma zoom, en donde se aplicó entrevistas a los representantes de los emprendimientos, para conocer la dinámica de cada uno de los ETC y ámbitos económicos, sociales / culturales y ambientales, tomando en cuenta que 2 entrevistas fueron realizadas de manera presencial e individual por inasistencia a las reuniones virtuales planificadas (ver anexo 23).

Tercero.- Se aprueba el acta N°5 de la reunión (ver anexo 24), por cada representante de los ETC.

Una vez recopilado los datos se procede a la siguiente sección del análisis y discusión de resultados, el cual forma parte del sexto paso del marco metodológico, que contiene el análisis e interpretación y a su vez, el plan de acción que se ajusta a las líneas estratégicas de los ámbitos de acuerdo al Sistema Europeo de Indicadores Turísticos (ETIS).

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 Introducción

En este apartado se resume el último capítulo del marco teórico que hace referencia al análisis de datos obtenidos en la investigación, para ello se ha estructurado de la siguiente manera: la primera parte expone el análisis de los resultados que hace alusión a las encuestas y entrevistas realizadas de acuerdo a los indicadores económicos, sociales, y ambientales aplicados en función del ETIS (Sistema Europeo de Indicadores Turísticos).

En la segunda parte se desarrolló el plan de acción que consta de una definición de los emprendimientos turísticos comunitarios (ETC), elaboración del árbol de problemas, el planteamiento de los objetivos respectivos, elaboración de las líneas estratégicas, al igual que el cronograma de actividades, y el programa de capacitación para finalmente detallar la estimación presupuestaria.

4.2 Análisis de resultados

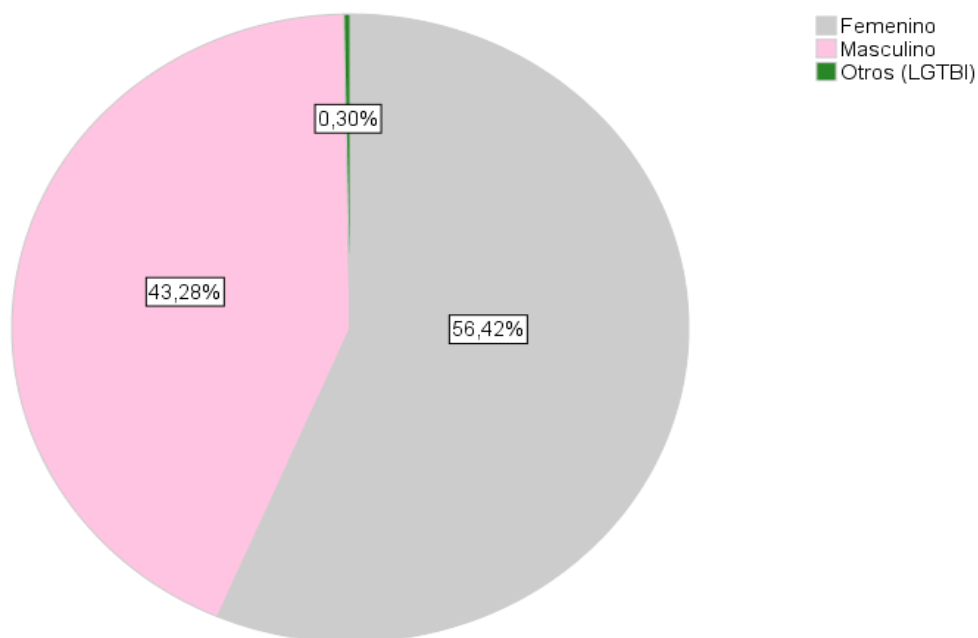
4.2.1 Análisis e interpretación de las encuestas

En esta sección de la investigación se generó la encuesta correspondiente a los turistas que visitan los emprendimientos de turismo comunitario en la provincia de Cotopaxi, la cual está estructurada de un encabezado que mantiene las principales indicaciones, así como las preguntas para el análisis de resultados que se exponen a continuación:

- a) **Datos generales (Cuestionario):** Esta parte hace mención al género, la edad, categoría, entre otros, que le describen al turista y son analizados e interpretados de acuerdo a las siguientes tablas:

Tabla 14*Género de personas encuestadas*

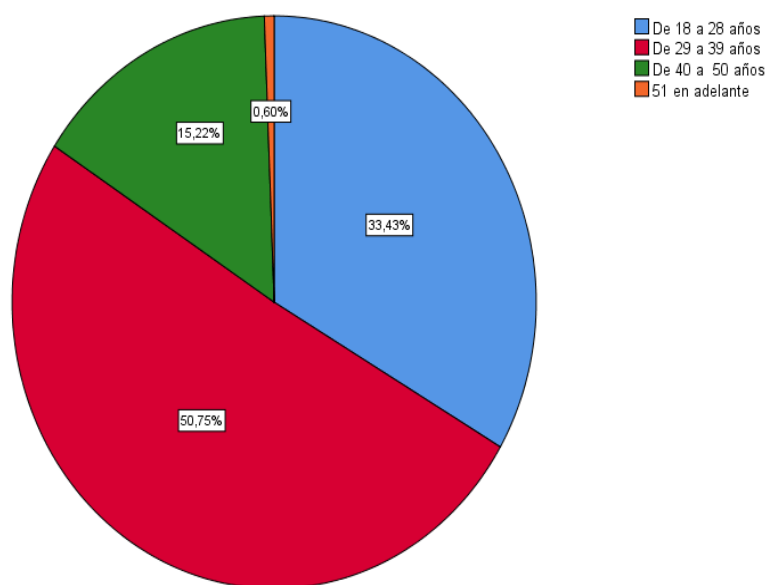
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	189	56,4	56,4	56,4
	Masculino	145	43,3	43,3	99,7
	Otros (LGTBI)	1	,3	,3	100,0
	Total	335	100,0	100,0	

Figura 34*Género de las personas encuestadas*

Análisis e interpretación: De las 335 personas encuestadas se determinó que el 56,43% son mujeres, mientras que el 43,28% son hombres y solo el 0,30% se considera LGTBI.

Tabla 15*Edad de los encuestados*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 18 a 28 años	112	33,4	33,4	33,4
	De 29 a 39 años	170	50,7	50,7	84,2
	De 40 a 50 años	51	15,2	15,2	99,4
	51 en adelante	2	,6	,6	100,0
	Total	335	100,0	100,0	

Figura 35*Edad de los encuestados*

Análisis e interpretación: De las 335 personas encuestadas, 170 que corresponden al 50,75% se encuentran en el rango de edad de 29 a 39 años de edad, mientras que 112 correspondientes al 33,43% tienen de 18 a 28 años. Un 15,22% concerniente a 51 personas se encuentran en las edades de 40 a 50 años y en su minoría un 0,60% las personas poseen 51 años en adelante.

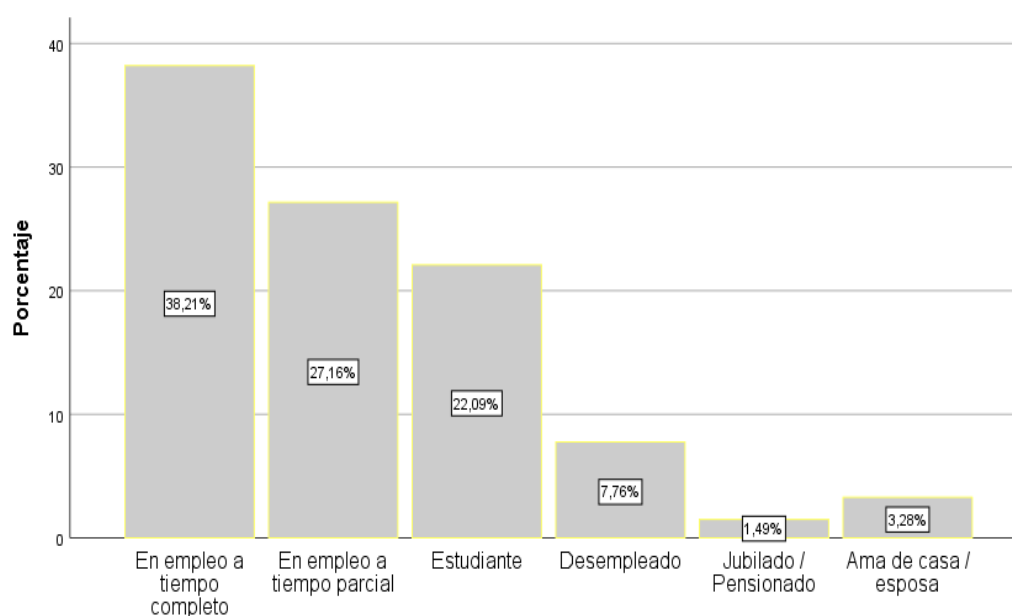
Tabla 16

Categorías que les describen a los encuestados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En empleo a tiempo completo	128	38,2	38,2	38,2
	En empleo a tiempo parcial	91	27,2	27,2	65,4
	Estudiante	74	22,1	22,1	87,5
	Desempleado	26	7,8	7,8	95,2
	Jubilado / Pensionado	5	1,5	1,5	96,7
	Ama de casa / esposa	11	3,3	3,3	100,0
	Total	335	100,0	100,0	

Figura 36

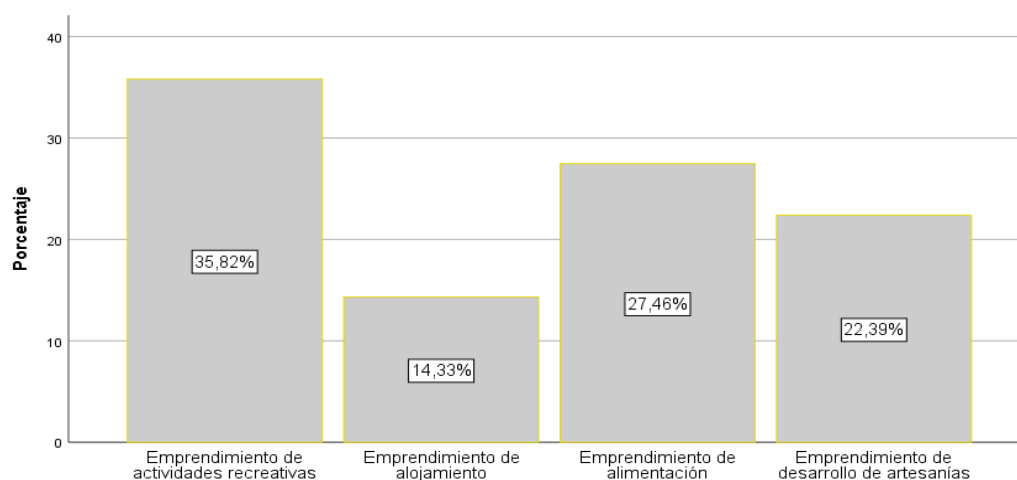
Categorías que les describen a los encuestados



Análisis e interpretación: La mayor parte de los encuestados tienen un empleo a tiempo completo, siendo así que corresponden al 38,21% equivalente a 128 personas. El resto de encuestados que corresponden al 27,2% (91 personas), poseen un empleo a tiempo parcial, mientras que en un 22,10% (74 personas) son estudiantes. Un 7,8% (26 personas) se encuentran desempleados y en su minoría en un 1,5% que corresponde a 5 personas son jubilados o pensionados.

Tabla 17*Tipo de emprendimiento visitado*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Emprendimiento de actividades recreativas	120	35,8	35,8	35,8
	Emprendimiento de alojamiento	48	14,3	14,3	50,1
	Emprendimiento de alimentación	92	27,5	27,5	77,6
	Emprendimiento de desarrollo de artesanías	75	22,4	22,4	100,0
	Total	335	100,0	100,0	

Figura 37*Tipo de emprendimiento visitado*

Análisis e interpretación: Los encuestados en un 35,82% que corresponde a 120 personas, visitan emprendimientos de actividades recreativas. Le sigue en un 27,5% (92 personas) que visitan emprendimientos de alimentación, mientras que en un 22,4% (75 personas) manifiestan que visitan emprendimientos de desarrollo de artesanías y, por otra parte, se tiene que el 14,3% equivalente a 48 personas visitan emprendimientos de alojamiento.

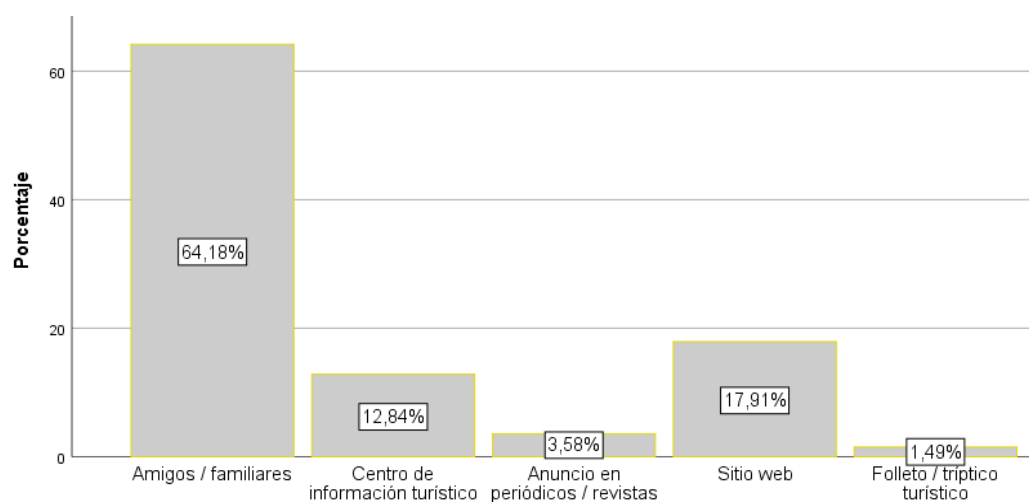
Tabla 18

Medios de comunicación por el cual conoció los ETC.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Amigos / familiares	215	64,2	64,2	64,2
	Centro de información turístico	43	12,8	12,8	77,0
	Anuncio en periódicos / revistas	12	3,6	3,6	80,6
	Sitio web	60	17,9	17,9	98,5
	Folleto / tríptico turístico	5	1,5	1,5	100,0
	Total	335	100,0	100,0	

Figura 38

Medio de comunicación por el cual conoció los ETC.



Análisis e interpretación: De las personas encuestadas un 64,2% equivalente a 215 personas se entera de los ETC por amigos o familiares; en secuencia un 17,9% (60 personas) se informa por sitios web. Un 12,8% (43 personas) se entera a través de centros de información turística, mientras que en un 3,6% (12 personas) lee anuncios de periódicos o revista, y en un 1,5% (5 personas) se informa mediante folletos o trípticos turísticos.

- b) **Ámbito económico (Cuestionario):** En relación al ámbito económico se toma en consideración desde la pregunta 6 hasta la 9 del instrumento de investigación, en donde se analiza e interpreta el tiempo de visita del turista y el gasto que genera, entre otros datos que permite identificar el ámbito en estudio como se muestra en las próximas tablas:

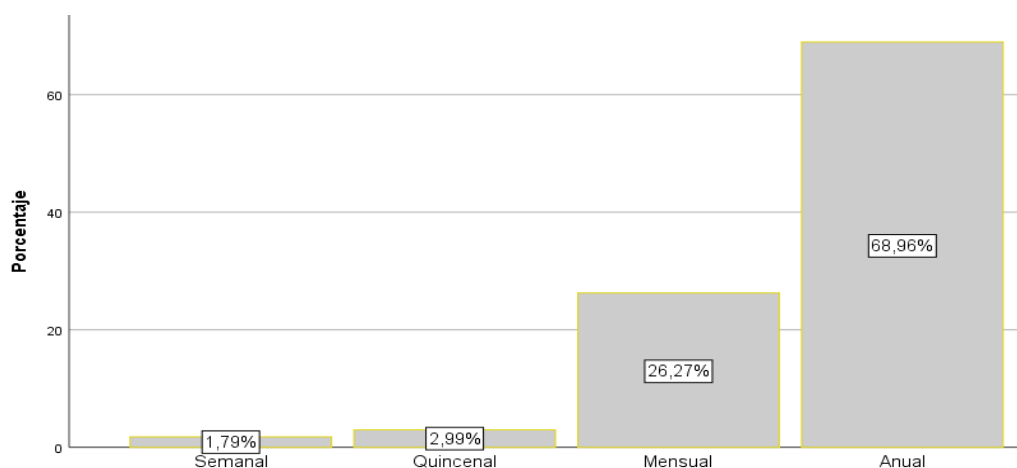
Tabla 19

Frecuencia de visita a los ETC

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Semanal	6	1,8	1,8	1,8
	Quincenal	10	3,0	3,0	4,8
	Mensual	88	26,3	26,3	31,0
	Anual	231	69,0	69,0	100,0
	Total	335	100,0	100,0	

Figura 39

Frecuencia de visita a los ETC



Análisis e interpretación: La mayoría de los encuestados acude anualmente a un ETC, esto significa el 69%; es decir, 231 personas. Un 26,3% (88 personas) recurren mensualmente, mientras que, en un 3% (10 personas) visitan quincenalmente y en su minoría un 1,8% (6 personas) asisten semanalmente.

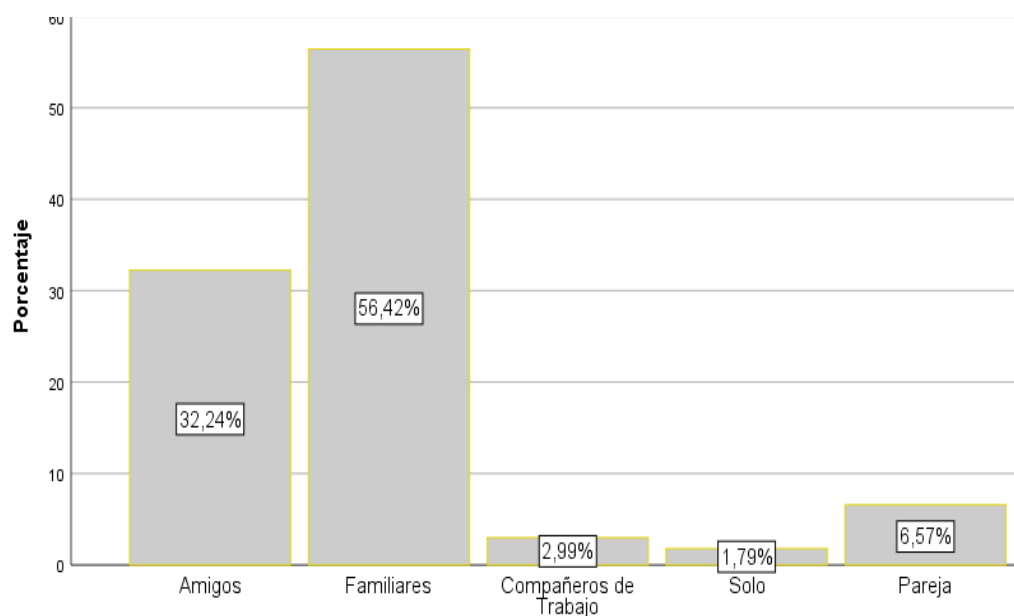
Tabla 20

Personas con las que visita un emprendimiento turístico comunitario

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Amigos	108	32,2	32,2	32,2
	Familiares	189	56,4	56,4	88,7
	Compañeros de Trabajo	10	3,0	3,0	91,6
	Solo	6	1,8	1,8	93,4
	Pareja	22	6,6	6,6	100,0
	Total	335	100,0	100,0	

Figura 40

Personas con las que visita un emprendimiento turístico comunitario



Análisis e interpretación: Las personas encuestadas visitan un ETC con familiares en un 56,4% equivalente a 189 personas, mientras que en un 32,2% (108 personas) acuden con sus amigos, así mismo en un 6,6% (22 personas) asisten con sus parejas. Un 3% (10 personas) visitan con sus compañeros de trabajo y un mínimo porcentaje (6%) acuden solos al emprendimiento.

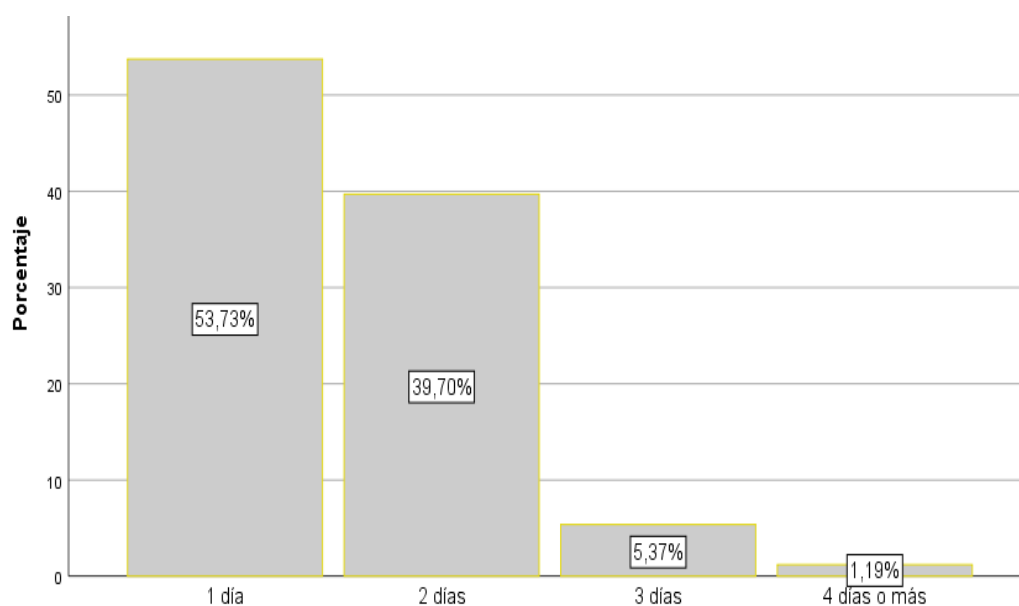
Tabla 21

Duración de su visita en el emprendimiento turístico comunitario

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 día	180	53,7	53,7	53,7
	2 días	133	39,7	39,7	93,4
	3 días	18	5,4	5,4	98,8
	4 días o más	4	1,2	1,2	100,0
	Total	335	100,0	100,0	

Figura 41

Duración de su visita en el emprendimiento turístico comunitario



Análisis e interpretación: Las personas encuestadas mencionan en su mayoría 53,7 % que corresponde a 180 personas que el tiempo de su visita es un día, así mismo el 39,7% (133 personas) se quedan dos días y en su minoría que representa el 5,4% (18 personas) y 1,2 % (4 personas) se quedan tres y cuatro días o más respectivamente.

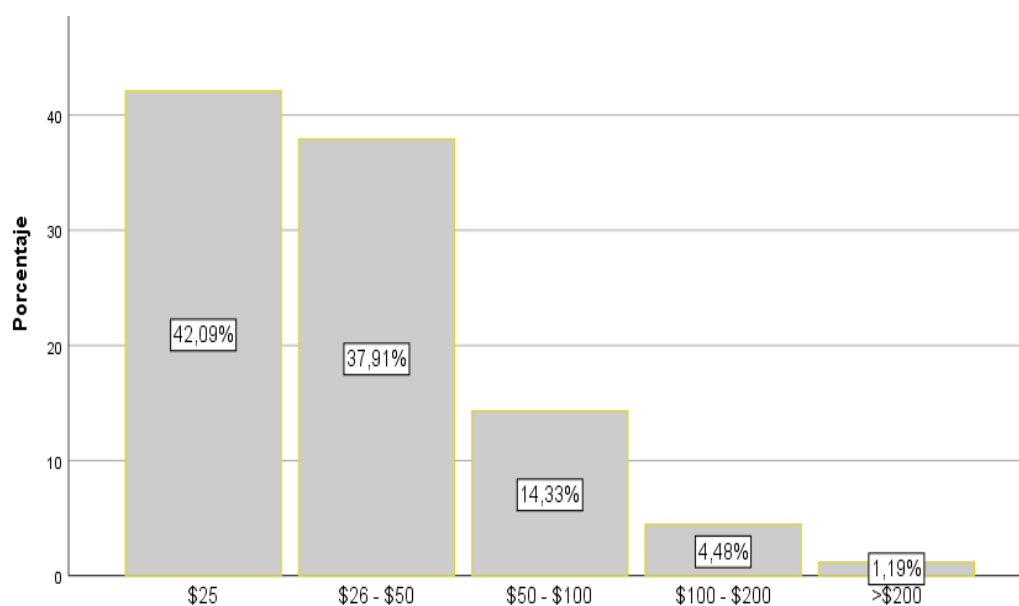
Tabla 22

Presupuesto por persona que destina a la visita de los ETC.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	\$25	141	42,1	42,1	42,1
	\$26 - \$50	127	37,9	37,9	80,0
	\$50 - \$100	48	14,3	14,3	94,3
	\$100 - \$200	15	4,5	4,5	98,8
	>\$200	4	1,2	1,2	100,0
	Total	335	100,0	100,0	

Figura 42

Presupuesto por persona que destina a la visita de los ETC.



Análisis e interpretación: Respecto al presupuesto que cada persona destina a la visita de un emprendimiento, se tiene que en su mayoría gastan \$25 dólares en un porcentaje de 42,1% (141 personas). Un 37,9% (127 personas) destinan alrededor de \$26-\$50, mientras que en un porcentaje de 14,3% (48 personas) gastan de \$51-\$100 dólares y en una minoría del 1,2% (4 personas) gastan más de \$200 dólares por persona.

- c) **Ámbito social y cultural (Cuestionario):** En este ámbito se considera las preguntas 10 hasta la 13, en donde se analiza e interpreta si los ETC son adaptados a personas con discapacidad, es decir, se estudia la seguridad, la presencia de eventos culturales, entre otros datos, que son fundamentales dentro del ámbito social y cultural como se muestra a continuación:

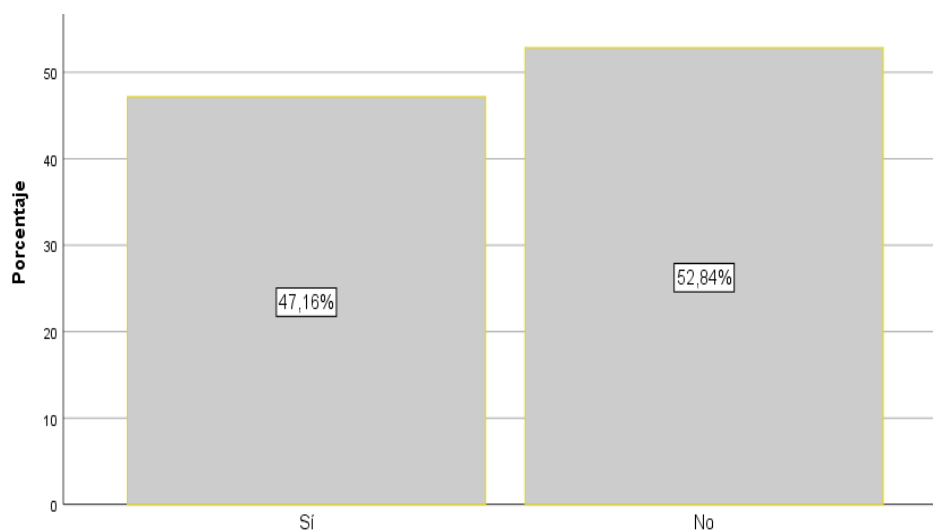
Tabla 23

Emprendimientos adaptados a personas con discapacidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	158	47,2	47,2	47,2
	No	177	52,8	52,8	100,0
	Total	335	100,0	100,0	

Figura 43

Emprendimientos adaptados a personas con discapacidad



Análisis e interpretación: De las 335 personas encuestadas el 52,8% equivalente a 177 personas, manifiestan que los emprendimientos turísticos no están adaptados para las personas con discapacidad, mientras que en un 47,2% (158 personas) afirman que si están preparados para recibir a personas con capacidades especiales.

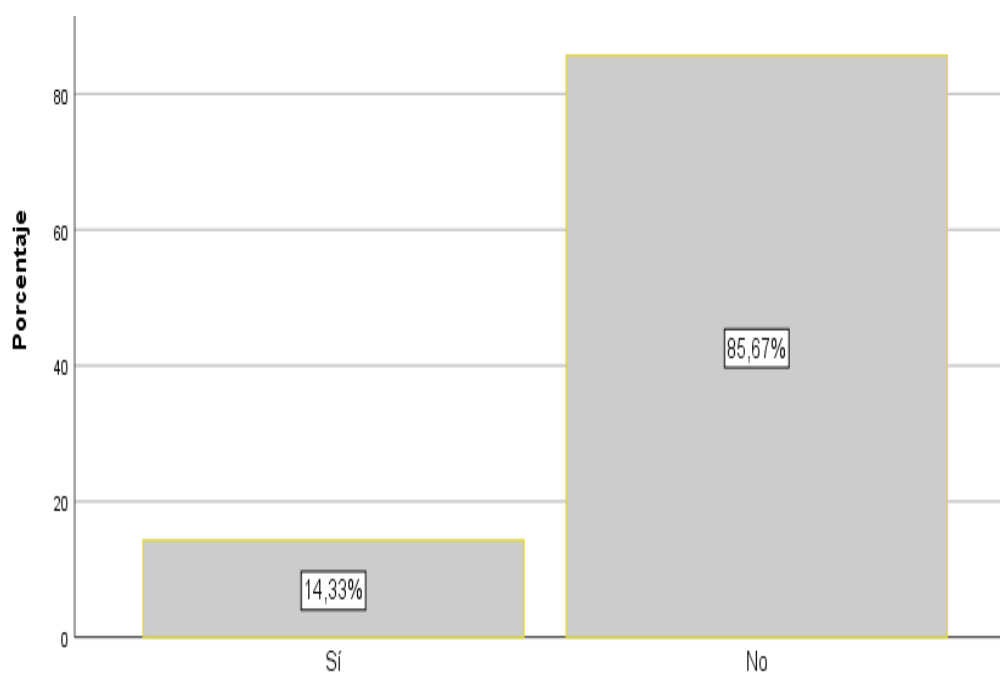
Tabla 24

Inconvenientes respecto a la seguridad en los ETC.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	48	14,3	14,3	14,3
	No	287	85,7	85,7	100,0
	Total	335	100,0	100,0	

Figura 44

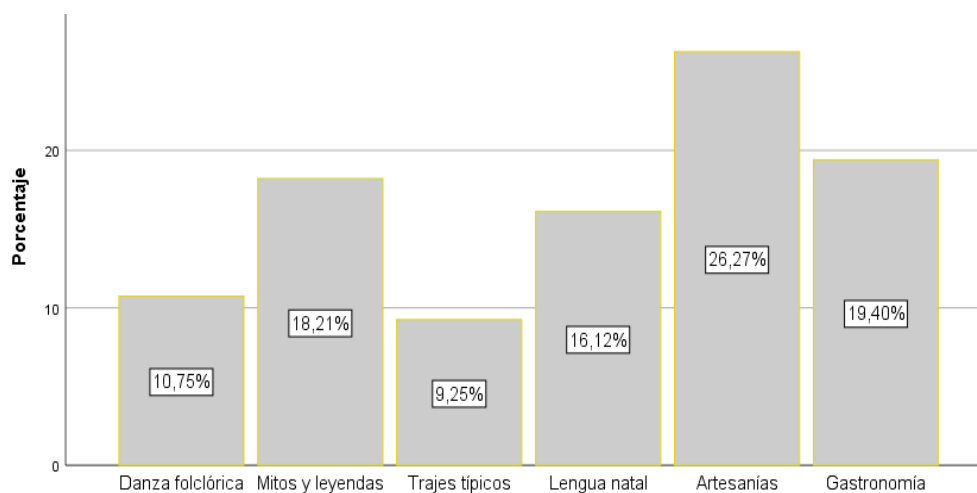
Inconvenientes respecto a la seguridad en los ETC.



Análisis e interpretación: Los encuestados manifestaron en su mayoría (85,7%) correspondiente a 287 personas, que se encuentran seguros en los emprendimientos turísticos, mientras que en su minoría el 14,3% (48 personas) tienen inconvenientes en su seguridad al visitar los establecimientos.

Tabla 25*Eventos culturales durante la visita a los emprendimientos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Danza folclórica	36	10,7	10,7	10,7
	Mitos y leyendas	61	18,2	18,2	29,0
	Trajes típicos	31	9,3	9,3	38,2
	Lengua natal	54	16,1	16,1	54,3
	Artesanías	88	26,3	26,3	80,6
	Gastronomía	65	19,4	19,4	100,0
	Total	335	100,0	100,0	

Figura 45*Eventos culturales durante la visita a los emprendimientos*

Análisis e interpretación: Las personas encuestadas participan en eventos culturales dentro de los emprendimientos, es así que en su mayoría el 26,27% correspondiente a 88 personas adquieren artesanías realizadas con productos del sector, en un 19,40% (65 personas) degustan de platos tradicionales de la comunidad. Un 18,21% (61 personas) presencian el relato de mitos y leyendas por parte de personas de la comunidad, por otro lado en un 16,12% (54 personas) contemplan la lengua natal de los pueblos indígenas, mientras que en un 10,7% (36 personas) y 9,3% (31 personas) asisten a eventos de danzas culturales y trajes típicos respectivamente.

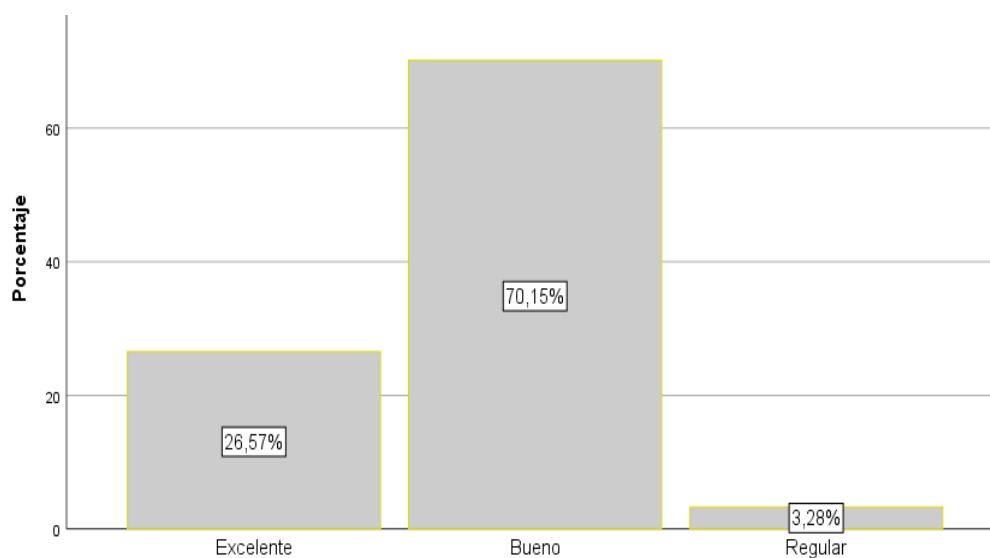
Tabla 26

Calificación en el servicio de los emprendimientos turísticos comunitarios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Excelente	89	26,6	26,6	26,6
	Bueno	235	70,1	70,1	96,7
	Regular	11	3,3	3,3	100,0
	Total	335	100,0	100,0	

Figura 46

Calificación en el servicio de los ETC

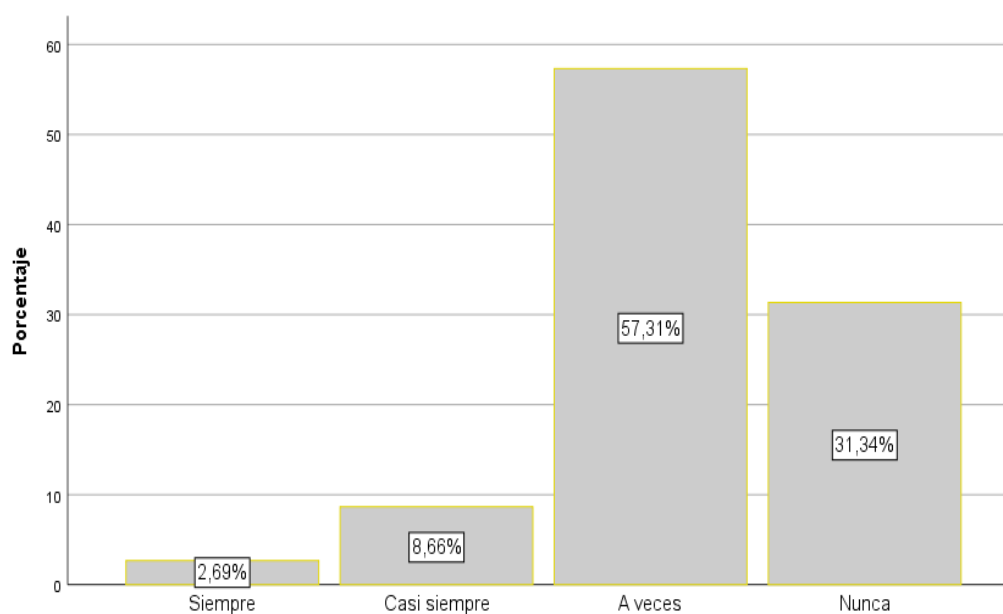


Análisis e interpretación: De las 335 personas encuestadas, 235 que corresponden al 70,1% categorizan a los establecimientos como buenos; mientras que, 89 personas equivalentes al 26,57% califica a los emprendimientos con excelente servicio por su comodidad y finalmente en un 3,28% (11 personas) consideran regular el servicio de los emprendimientos turísticos que visitan.

- d) **Ámbito ambiental (Cuestionario):** Para este ámbito se considera desde la pregunta 14 hasta la 21, donde se analiza el transporte, contenedores de reciclaje, productos biodegradables, medidas para reducir el consumo de energía, entre otros., como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 27*Dificultad para transportarse en la provincia de Cotopaxi*

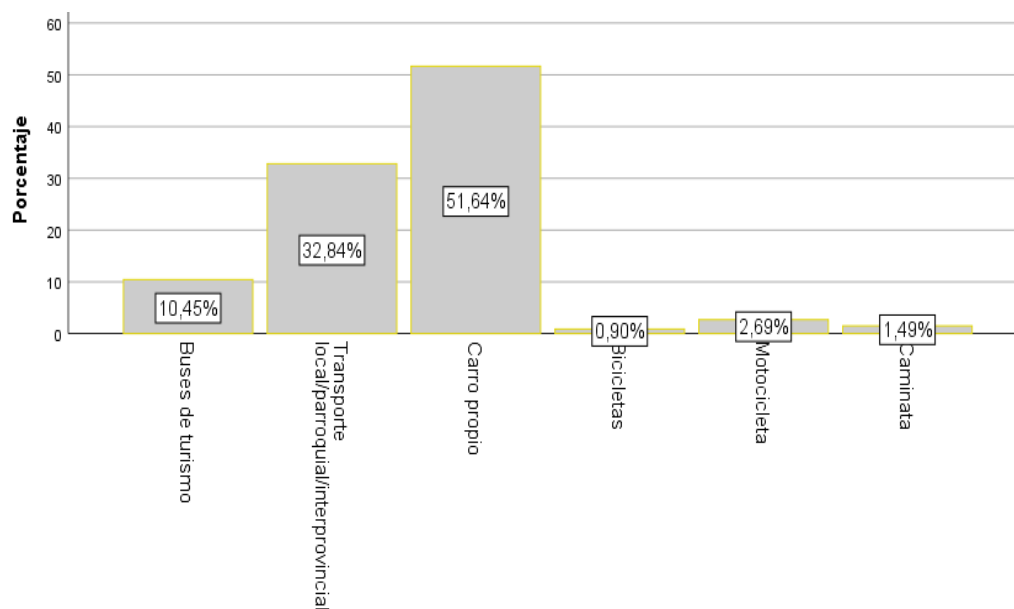
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	9	2,7	2,7	2,7
	Casi siempre	29	8,7	8,7	11,3
	A veces	192	57,3	57,3	68,7
	Nunca	105	31,3	31,3	100,0
	Total	335	100,0	100,0	

Figura 47*Dificultad para transportarse en la provincia de Cotopaxi*

Análisis e interpretación: Los 335 encuestados en un 57,31% (192 personas) afirman que a veces tienen dificultad a la hora de transportarse, en un 31,3% (105 personas) manifiestan que nunca tienen inconvenientes. Por otro lado el 8,7% (29 personas) mencionan que casi siempre tienen problemas de movilidad, mientras que en su minoría un 2,7% (9 personas) aseveran que siempre poseen problemas al moverse.

Tabla 28*Medios de transporte para llegar a los ETC*

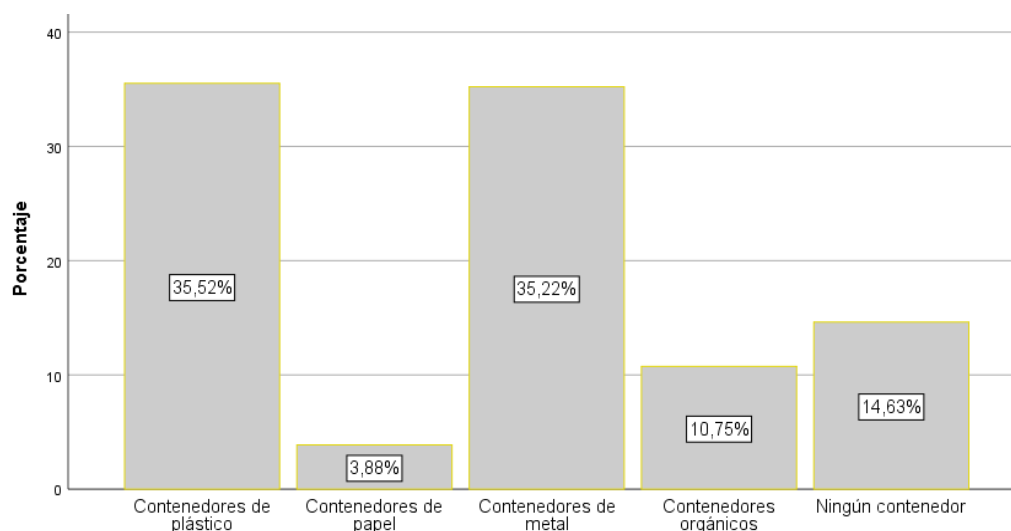
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Buses de turismo	35	10,4	10,4	10,4
	Transporte local/parroquial/interprovincial	110	32,8	32,8	43,3
	Carro propio	173	51,6	51,6	94,9
	Bicicletas	3	,9	,9	95,8
	Motocicleta	9	2,7	2,7	98,5
	Caminata	5	1,5	1,5	100,0
	Total	335	100,0	100,0	

Figura 48*Medios de transporte para llegar a los ETC*

Análisis e interpretación: Un 51,64% correspondiente a 173 personas encuestadas utilizan carro propio para poder transportarse, mientras que en un 32,8% (110 personas) hacen uso del transporte local, parroquial e interprovincial. Un 10,4% (35 personas) se movilizan en buses de turismo, seguido de un 2,7% (9 personas) que utilizan motocicletas, finalmente en 1,5% (5 personas) y 0,9% (3 personas) caminan hacia su destino y disponen de una bicicleta respectivamente.

Tabla 29*Tipos de contenedores para reciclaje*

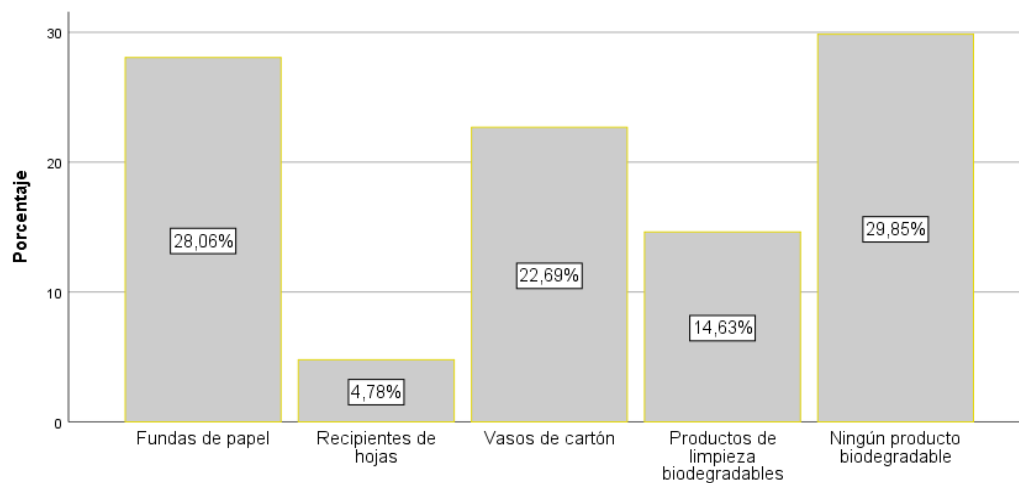
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Contenedores para plástico	119	35,5	35,5	35,5
	Contenedores para papel	13	3,9	3,9	39,4
	Contenedores para metal	118	35,2	35,2	74,6
	Contenedores para desechos orgánicos	36	10,7	10,7	85,4
	Ningún contenedor	49	14,6	14,6	100,0
	Total	335	100,0	100,0	

Figura 49*Tipos de contenedores para reciclaje*

Análisis e interpretación: El 35,5% correspondiente a 119 personas, visualizan contenedores de reciclaje para plástico en los emprendimientos. Le sigue el 35,2% (118 personas) que encuentran contenedores para metal, mientras que, un 10,7% equivalente a 36 personas notan contenedores para desechos orgánicos y en un 3,9% (13 personas) observan contenedores para papel.

Tabla 30*Productos biodegradables en los ETC*

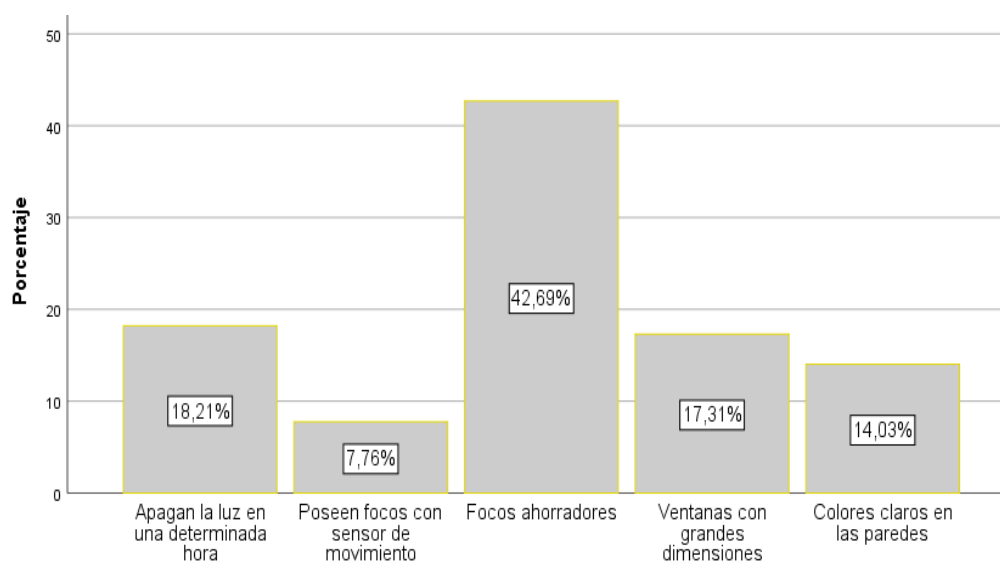
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Fundas de papel	94	28,1	28,1	28,1
	Recipientes de hojas	16	4,8	4,8	32,8
	Vasos de cartón	76	22,7	22,7	55,5
	Productos de limpieza biodegradables	49	14,6	14,6	70,1
	Ningún producto biodegradable	100	29,9	29,9	100,0
	Total	335	100,0	100,0	

Figura 50*Productos biodegradables en los ETC*

Análisis e interpretación: La mayoría de personas encuestadas en un 29,9% equivalente a 100 personas no observan ningún producto biodegradable, así mismo en un 28,06% (94 personas) usan fundas de papel para envolver productos como artesanías, por otro lado en un 22,69% (76 personas) emplean vasos de cartón, y en un 14,6% (49 personas) utilizan productos de limpieza biodegradables, finalmente en su minoría un 4,8% (16 personas) manejan recipientes de hojas.

Tabla 31*Medidas para reducir el consumo de energía*

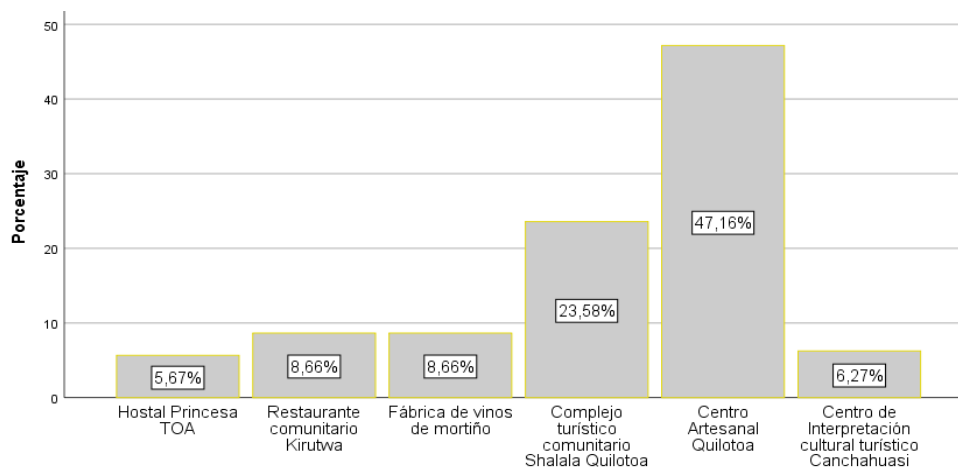
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Apagan la luz en una determinada hora	61	18,2	18,2	18,2
	Poseen focos con sensor de movimiento	26	7,8	7,8	26,0
	Focos ahorradores	143	42,7	42,7	68,7
	Ventanas con grandes dimensiones	58	17,3	17,3	86,0
	Colores claros en las paredes	47	14,0	14,0	100,0
	Total	335	100,0	100,0	

Figura 51*Medidas para reducir el consumo de energía*

Análisis e interpretación: De las 335 personas encuestadas el 42,69% (143 personas) confirman que los emprendimientos que visitan cuentan con focos ahorradores, en un 18,21% (61 personas) afirman que los emprendimientos apagan la luz en una hora determinada. Un 17,31% (58 personas) tienen ventanas con grandes dimensiones, y en su minoría un 14% (47 personas) cuentan con colores claros en la paredes de su infraestructura, finalmente en un 7,8% (26 personas) poseen focos con sensores de movimiento.

Tabla 32*Emprendimientos turísticos comunitarios visitados por los turistas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Hostal Princesa TOA	19	5,7	5,7	5,7
	Restaurante comunitario Kirutwa	29	8,7	8,7	14,3
	Fábrica de vinos de mortiño	29	8,7	8,7	23,0
	Complejo turístico comunitario Shalala Quilotoa	79	23,6	23,6	46,6
	Centro Artesanal Quilotoa	158	47,2	47,2	93,7
	Centro de Interpretación cultural turístico Canchahuasi	21	6,3	6,3	100,0
	Total	335	100,0	100,0	

Figura 52*Emprendimientos turísticos comunitarios visitados por los turistas*

Análisis e interpretación: De las 335 personas encuestadas, en su mayoría 158 personas equivalente a un 47,2% visitan el Centro Artesanal de Quilotoa, así mismo en un 23,58% (79 personas) visitan el Complejo Turístico Shalala, mientras que en un 8,7% (29 personas) visita el Restaurante Comunitario Kirutwa al igual que la Fábrica de Mortiños el Último Inca. Un 6,3% (21 personas) visitan el Centro Interpretación Cultural Turístico Canchahuasi, y en su minoría 5,7% (19 personas) visitan el Hostal Princesa TOA.

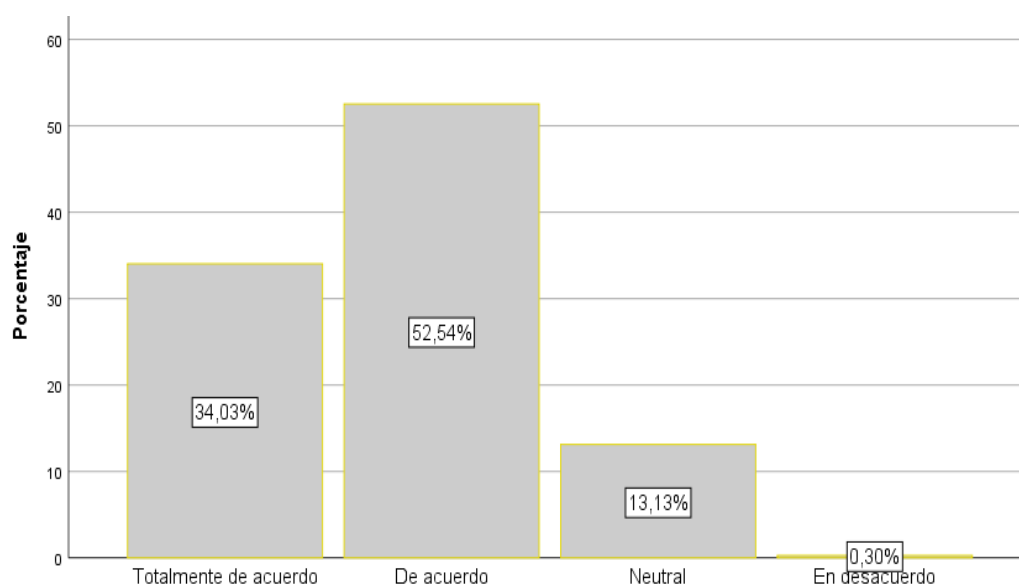
Tabla 33

Satisfacción en la visita y experiencia en los ETC

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	114	34,0	34,0	34,0
	De acuerdo	176	52,5	52,5	86,6
	Neutral	44	13,1	13,1	99,7
	En desacuerdo	1	,3	,3	100,0
	Total	335	100,0	100,0	

Figura 53

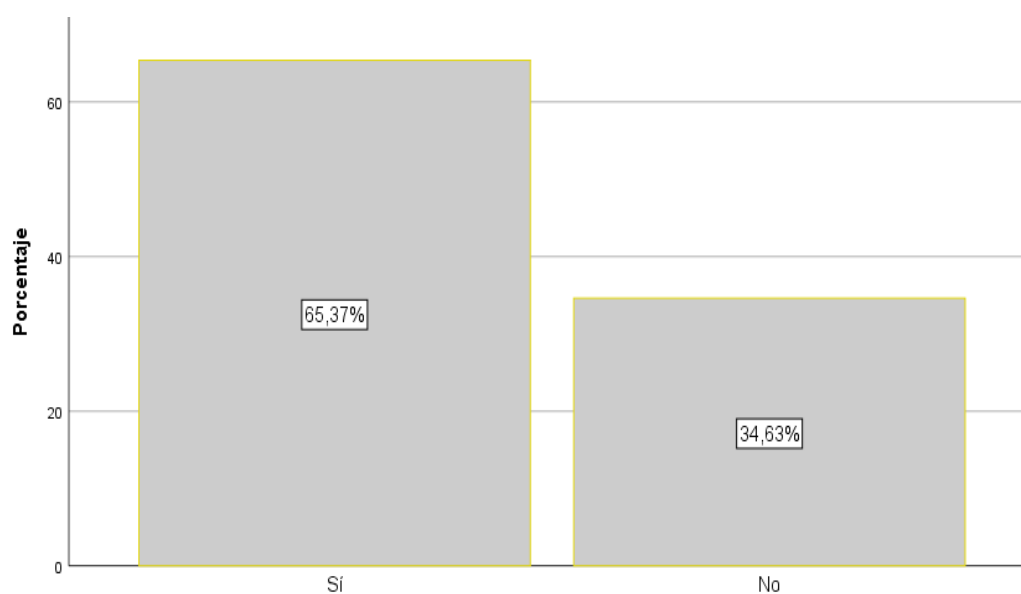
Satisfacción en la visita y experiencia en los ETC.



Análisis e interpretación: El 52, 54% equivalente a 176 personas encuestadas se encuentran satisfechos con la visita y experiencia en los emprendimientos turísticos, en un 34,03% (114 personas) afirman que están completamente de acuerdo con esta experiencia, mientras que un 13,1% (44 personas) son neutrales en su visita y finalmente una persona correspondiente al 0,3% está en desacuerdo.

Tabla 34*Porcentaje de visita al destino*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sí	219	65,4	65,4	65,4
	No	116	34,6	34,6	100,0
	Total	335	100,0	100,0	

Figura 54*Porcentaje de visita al destino*

Análisis e interpretación: El 65,37% de turistas encuestados (219 personas) afirman que es la primera vez que visitan los establecimientos. Un 34,63% (116 personas) mencionan que no es su primera visita a los emprendimientos turísticos comunitarios.

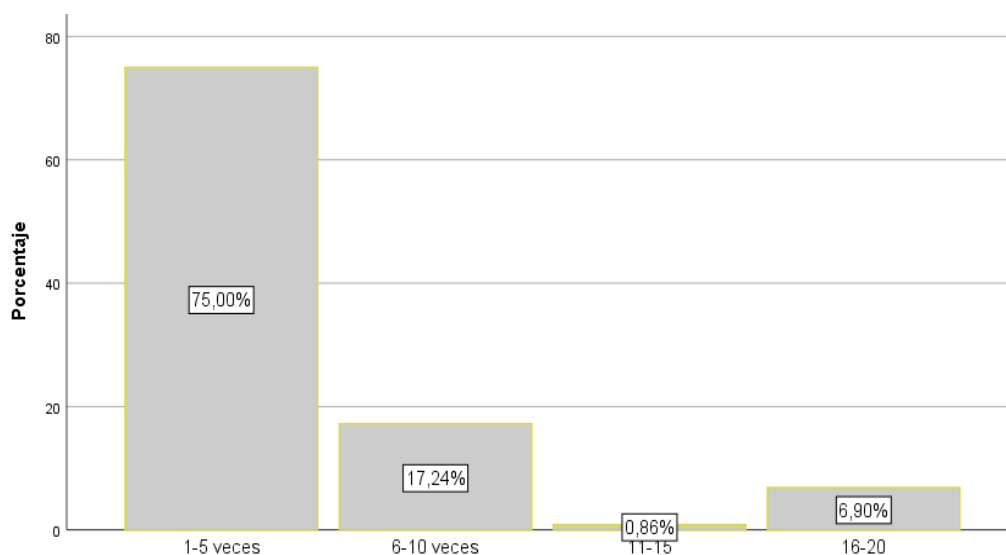
Tabla 35

Número de visitas al destino en los últimos cinco años a los ETC

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1-5 veces	87	26,0	75,0	75,0
	6-10 veces	20	6,0	17,2	92,2
	11-15	1	,3	,9	93,1
	16-20	8	2,4	6,9	100,0
	Total	116	34,6	100,0	
Perdidos	Sistema	219	65,4		
Total		335	100,0		

Figura 55

Número de visitas al destino en los últimos cinco años a los ETC.



Análisis e interpretación: El 34,6% equivalente a 116 personas que visitan frecuentemente los emprendimientos manifiestan que en los últimos 5 años, un 26% (87 personas) visitan en un rango de 1 a 5 veces, mientras que un 6% (20 personas) visitan de 6 a 10 veces, y en un 2,4% visitan de 16-20 veces, finalmente un 0,3% (1 persona) visita de 11-15 veces los ETC.

4.2.2 Análisis e interpretación de entrevista

En este apartado la entrevista fue realizada a los representantes de los emprendimientos en base al Sistema Europeo de Indicadores Turísticos, la cual está estructurada de un encabezado y preguntas enfocadas en el ámbito económico, social – cultural, y ambiental que se expone a continuación:

a) **Ámbito económico:** En esta parte se considera la pregunta 1 hasta la 11 del instrumento de investigación, en el cual se analiza el número de visitas, ingresos que se generan, empleo e intercambio local, entre otros antecedentes, como se muestra en la siguiente tabla correspondiente a las respuestas de los entrevistados:

Tabla 36

Aspecto económico

NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO Y ENTREVISTADO	INDICADOR	RESPUESTA
Centro Cultural De Turismo Comunitario "Canchahuasi" Sra. Gladys Oña	Satisfacción del cliente	<ol style="list-style-type: none"> 1. El proyecto inicia en el año 2017 con un porcentaje del 50% de visitantes durante sus 3 años de apertura. 2. El nombre del ETC es: Centro de Interpretación Cultural Turístico Canchahuasi y ofrecen los siguientes servicios: guianza, servicio de alimentos y bebidas, recorridos por el museo y el Cerro Sagrado del Amor – Guingopana. 3. El tiempo que le dedica a su emprendimiento es 6 días a la semana de martes a domingo.
	Flujo turístico	<ol style="list-style-type: none"> 4. El ETC recibía 100 personas semanales entre nacionales y extranjeros. 5. Los ingresos que más recibían eran los miércoles y viernes con grupos de 30 personas de colegios de Latacunga, instituciones y visitas educativas, y los fines de semana 60 turistas nacionales.
	Rendimiento de la empresa turística	<ol style="list-style-type: none"> 6. Entre las utilidades promedio que se obtenía fueron un 50%. 7. Por lo general los turistas realizan un full day. 8. Los turistas visitan y consumen un producto, en el caso de la alimentación compraban 3 veces sus platos tradicionales. Mermeladas de capulí y de mora compraban 2 veces el mismo producto. Tasas de paja 2 veces.
	Cantidad y calidad del empleo	<ol style="list-style-type: none"> 9. Las personas que conforman el ETC con diferentes responsabilidades (presidente, secretario, vocal 1, junta de vigilancia, vendedores, los representantes legales era una persona aparte de la asociación no era parte de la junta si no el administrador). 10. Cuando existían grupos grandes de 50 personas, se solicitaba de 3 a 4 personas de la misma comunidad.
	Cadena de suministros	<ol style="list-style-type: none"> 11. De la comunidad se adquiere frutas, choclos, cuyes, y personas profesionales que brindan el servicio de guianza.

NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO Y ENTREVISTADO	INDICADOR	RESPUESTA
Complejo Turístico Comunitario Shalala, Sr. César Pastuña	Satisfacción del cliente	1. El emprendimiento recibe un porcentaje de visitantes recurrentes en un 80% dentro de los 5 años. 2. El nombre del ETC es: Complejo Turístico Comunitario Shalala Quilotoa, dicho emprendimiento ofrece alojamiento, servicio de restaurante, información y actividades turísticas 3. El tiempo que dedican a su emprendimiento son 4 días a la semana.
	Flujo turístico	4. Reciben 500 turistas semanales. 5. Los días que más genera el emprendimiento son los sábados y domingos
	Rendimiento de la empresa turística	6. El fin de semana gastan un promedio de \$100-\$500 7. Los turistas pernoctan una noche 8. Y el costo de alojamiento es una habitación \$35 + desayuno
	Cantidad y calidad del empleo	9. Un mismo visitante regresa al lugar 2 veces al mes. 10. Las personas que conforman el ETC son socios con diferentes responsabilidades (administrador, secretario, chef, mesero, portero, limpieza y mantenimiento), y cuenta con 8 personas que ayudan en eventos especiales.
	Cadena de suministros del sector turístico	11. El emprendimiento adquiere productos vegetales de los agricultores de la comunidad.

NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO Y ENTREVISTADO	INDICADOR	RESPUESTA
Centro Artesanal Quilotoa, Sr. Klever Latacunga	Satisfacción del cliente	1. Recibe un porcentaje de visitantes recurrentes en un 20% dentro de los 5 años. 2. El nombre del ETC es: Centro Artesanal Quinde-Klever Latacunga, venta de artesanías. 3. El tiempo que le dedican al emprendimiento son 3 días a la semana.
	Flujo turístico	4. El número de visitas que reciben son extranjeros de lunes a viernes reciben 15 turistas y fines de semana 25 turistas 5. Los días con más ingresos en el ETC son Sábado y Domingo: \$ 100 por día, mensualmente: \$300-\$400 y dependiendo del costo de la artesanía, por lo general el promedio de estas son: desde \$5-\$800.
	Rendimiento de la empresa turística	6. La utilidad es de un 50% dependiendo de la artesanía, y como referencia: de un cuadro \$700 queda de utilidad \$ 600; estos cuadros en su mayoría compran extranjeros y en su minoría nacionales de Cuenca o Guayaquileños. 7. No es un emprendimiento que brinda el servicio de alojamiento y por ende no hay turistas que pernocten. 8. Un mismo visitante regresa al lugar 2 y 3 veces al mes.
	Cantidad y calidad del empleo	9. Las personas que conforman el ETC son: administrador, vendedor. 10. Por lo general se necesita de 1 persona adicional en caso de pedidos más grandes, misma que se encarga de actividades de lijado y pintura de máscaras, cuando existen pedidos grandes.
	Cadena de suministros del sector turístico	11. El emprendimiento adquiere productos como las maderas (arboles de pino), cuero de animales (borrego) y bastidores de madera.

NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO Y ENTREVISTADO	INDICADOR	RESPUESTA
Restaurante Comunitario Kirtuwa, Sr. Klever Latacunga	Satisfacción del cliente	1. El emprendimiento recibe un porcentaje de visitantes recurrentes en un 10% dentro de los 5 años 2. El nombre del ETC es: Restaurante Mushuk Wasi - Kirtuwa se dedica a brindar el servicio de alimentación. 3. Se dedica permanentemente todos los días a este emprendimiento.
	Flujo turístico	4. De lunes a viernes existe poca afluencia de turistas y cuentan con alrededor de 10 turistas, y fines de semana (Sábado y Domingo) de 15 – 20 turistas por día. 5. Los días que más ingresos genera son lunes a viernes el emprendimiento genera \$150 y fines de semana actualmente por día (Sábado y Domingo) \$160
	Rendimiento de la empresa turística	6. El promedio de utilidad es de 70%. 7. Es un ETC de alimentos y bebidas por ende no pernoctan en el lugar. 8. Un mismo visitante regresa al lugar 2 veces al mes.
	Cantidad y calidad del empleo	9. Las personas que conforman el ETC son administrador, chef, mesero. 10. En donde existe más afluencia de turistas generalmente en días feriados y fines de semana y en reservaciones para grupos grandes. Los dos empleados eventuales pertenecen a la comunidad.
	Cadena de suministros del sector turístico	11. El emprendimiento Generalmente para sus platos típicos utilizan productos agrícolas de la comunidad tales como: chochos, habas, choclo, queso y carne.

NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO Y ENTREVISTADO	INDICADOR	RESPUESTA
Hostal Princesa Toa, Sr. Klever Latacunga	Satisfacción del cliente	1. El emprendimiento recibe un porcentaje de visitantes recurrentes en un 10% dentro de los 5 años 2. El nombre del ETC es: Hostal Princesa TOA se dedica a brindar el servicio de alojamiento. 3. Vive en el emprendimiento y se dedica permanentemente todos los días a este emprendimiento.
	Flujo turístico	4. El número de visitas que recibe son los días lunes a viernes 2 turistas y fines de semana 10 – 15 turistas, 5. Los ingresos que más generan son los días de lunes a viernes \$50 y fines de semana \$75 - \$80 diarios.
	Rendimiento de la empresa turística	6. El promedio de utilidad es de \$40 de lunes a viernes y los sábados y domingos un \$75 7. La mayoría de turistas pernoctan 1 sola noche, considerando que el costo de alojamiento es de \$25 + desayuno. 8. Un mismo turista regresa al lugar 2 veces.
	Cantidad y calidad del empleo	9. Las personas que conforman el ETC son administrador y camarero. 10. Actualmente no contratan empleados eventuales dentro de este emprendimiento.
	Cadena de suministros del sector turístico	11. El emprendimiento no adquiere productos de la comunidad.

NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO Y ENTREVISTADO	INDICADOR	RESPUESTA
Fábrica De Vinos De Mortiños “El Inca”, Sra. Mercedes Lutuala	Satisfacción del cliente	1. El emprendimiento recibe un porcentaje de visitantes recurrentes en un 80% dentro de los 5 años. 2. El nombre del ETC es: Asociación de productores y comercializadores agropecuarios de Tincusi, ofrecen la producción de vino de mortiño, el servicio de alojamiento y actividades turísticas. El emprendimiento Cuenta con cabañas desde hace dos años y sala de reuniones y su costo es de \$15 dólares por persona, y por el momento no reciben turistas solo visitantes para conocer la producción de mortiño. 3. El tiempo que le dedican al emprendimiento son todos los días.
	Flujo turístico	4. Recibe un promedio de 5 – 15 personas diarias, 5. Los días que más ingresos genera son los días festivos como navidad, finados, día de la madre y del padre.
	Rendimiento de la empresa turística	6. No existen utilidades todavía, porque actualmente se encuentran invirtiendo en nuevas herramientas para poder modernizar y tecnificar la fábrica. 7. No existen todavía turistas que pernocten y el alojamiento por el momento han utilizado para pasantes o personas que necesitan hacer investigación en el sector. 8. Tienen distribuidores mayoristas y visitantes que llegan al lugar a ver el procedimiento del vino hasta 4 veces.
	Cantidad y calidad del empleo	9. Las personas que conforman el ETC son administrador, jefe de producción, contador, etiquetador, empacador, producción del vino y vendedor. 10. No cuentan con empleados eventuales externos solo socios que se encargan del emprendimiento.
	Cadena de suministros del sector turístico	11. El emprendimiento adquiere el mortiño y otros productos como papas, habas, etc.

Análisis e interpretación: Los datos obtenidos de las entrevistas a cada representante evidencian que los emprendimientos de turismo comunitario reciben alrededor de 2632 turistas mensuales y el promedio de utilidades que obtienen en los días de más

afluencia de turistas son los fines de semana, en donde generan un promedio de \$605, mientras que en los días de menos afluencia se obtiene \$240 que generalmente son de lunes a viernes. Por otro lado, los emprendimientos adquieren productos de la comunidad como habas, choclos, papas, chocho, madera, cueros de animales, entre otros productos, para dinamizar la economía local y a su vez generar oportunidades de empleo y satisfacer las necesidades del turista para que se fidelicen y vuelvan a los establecimientos.

En este sentido, en relación a los ODS específicamente en el objetivo 8 donde se hace alusión al desarrollo económico inclusivo y sostenible, pues efectivamente el turismo comunitario en base a los ETC se ha genera el empleo y mejora de la calidad de vida que transforma cada actividad con miras al futuro incluyendo a todos los miembros de la comunidad como bien menciona Alcívar (2020).

b. Ámbito social – cultural (Entrevista): En el presente ámbito se considera las preguntas 12 a la 21, en donde se encuentra los indicadores correspondientes tales como: impacto social, igualdad de género, salud, seguridad y accesibilidad, a la vez las respuestas emitidas por los entrevistados para el posterior análisis e interpretación de resultados como se muestra a continuación:

Tabla 37

Aspecto social - cultural

NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO Y ENTREVISTADO	INDICADOR	RESPUESTA
Centro Cultural De Turismo Comunitario “Canchahuasi”, Sra. Gladys Oña.	Impacto social/comunitario	<p>12. Las personas de las comunidades aledañas como Yanahurco se encuentran satisfechos con el emprendimiento.</p> <p>13. Las comunidades aledañas se benefician económicamente puesto que realizan varias actividades tales como alimentación, recreación (cabalgata) y guianza.</p> <p>14. Se benefician 12 familias y otra parte de la comunidad se involucran con los proyectos turísticos, ya que el otro porcentaje se dedica a otras actividades tales como en un 25% a la agricultura en otro 25% a la producción de leche y en demás porcentajes se dedican a ser floricultores, apicultores y se dedican a la crianza de animales menores.</p>
	Igualdad de género	15. El emprendimiento trabaja con alrededor de 5 hombres y 7 mujeres.
	Salud y seguridad	<p>16. No se ha considerado todavía la reapertura del emprendimiento.</p> <p>17. No cuenta con las medidas de bioseguridad.</p>
	Inclusión y accesibilidad	<p>18. Las instalaciones de este emprendimiento no se encuentran adaptadas para recibir a personas con discapacidad.</p> <p>19. El emprendimiento ha recibido capacitaciones sobre accesibilidad por parte del Consejo Provincial, el municipio de Saquisilí, Instituto Cordillera, UTC, Instituto Ilades.</p>
	Protección y valorización del patrimonio cultural e identidad	<p>20. El ETC realiza actividades y eventos que se centran en la cultura y patrimonio tradicional y local</p> <p>21. Este ETC se encarga de realizar eventos y actividades a grupos grandes de turistas que constan de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentación de danzas culturales. • Demostración del proceso de maíz a tiesto sin aceite y sin sal. • Relato de leyendas por abuelos de la comunidad. • Rituales energéticos y limpias en los cerros del sector.

NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO Y ENTREVISTADO	INDICADOR	RESPUESTA
Complejo Turístico Comunitario Shalala Quilotoa, Sr. César Pastuña	Impacto social/comunitario	<p>12. Las personas de las comunidades aledañas se encuentran satisfechos con el emprendimiento.</p> <p>13. Este emprendimiento turístico comunitario ha beneficiado con ingresos económicos para que puedan satisfacer sus necesidades básicas las comunidades.</p> <p>14. De este emprendimiento se han beneficiado alrededor de 300 familias.</p>
	Igualdad de género	15. El emprendimiento trabaja con alrededor de 90 hombres y 30 mujeres.
	Salud y seguridad	<p>16. El administrador ha considerado la reapertura del establecimiento con todas las medidas de bioseguridad ante la pandemia.</p> <p>17. Las medidas que aplicado para su reapertura son la medición de temperatura, implementación de lavamos, túnel de desinfección, uso obligatorio de mascarilla, aplicación de gel antiséptico y alcohol.</p>
	Inclusión y accesibilidad	<p>18. Las instalaciones del lugar cuenta con el acceso inclusivo para personas con discapacidad.</p> <p>19. Mediante capacitaciones, de parte de Organizaciones públicas como el MINTUR cada 3 meses la comunidad puede instruirse del trato que debe recibir las personas con discapacidad.</p>
	Protección y valorización del patrimonio cultural e identidad	<p>20. El emprendimiento realiza actividades que se centran en la cultura y patrimonio tradicional.</p> <p>21. El evento que realizan con mayor frecuencia es el Pauca Raymi en el mes de Mayo cada año.</p>

NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO Y ENTREVISTADO	INDICADOR	RESPUESTA
Centro Artesanal Quilotoa, Sr. Kléver Latacunga	Impacto social/comunitario	<p>12. Las personas de las comunidades aledañas se encuentran satisfechos con el emprendimiento</p> <p>13. Los beneficios que brinda el centro artesanal es que utiliza productos de la comunidad para las artesanías que elaboran por ende brinda rubros económicos a toda la comunidad.</p> <p>14. De este emprendimiento se benefician alrededor de 4 familias de forma directa.</p>
	Igualdad de género	15. Dentro del establecimiento trabajan 2 hombres y 1 mujer.
	Salud y seguridad	<p>16. El administrador ha considerado la reapertura del establecimiento con todas las medidas de bioseguridad ante la pandemia.</p> <p>17. En cuanto a la salud y seguridad del turista se ha considerado las medidas de bioseguridad básicas tales como la implementación de lavamanos al ingresar al establecimiento, gel, alcohol y túneles de desinfección.</p>
	Inclusión y accesibilidad	<p>18. Las instalaciones del lugar no se encuentran adaptadas para recibir a personas con discapacidad.</p> <p>19. Este establecimiento si ha recibido capacitaciones del trato a turistas con capacidades especiales.</p>
	Protección y valorización del patrimonio cultural e identidad	<p>20. Este emprendimiento realiza varias actividades que permite que el turista conozca la cultura del lugar y a su vez se involucre en las mismas.</p> <p>21. Las actividades que se dedica a realizar el emprendimiento con fin de conservar su identidad son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teatralización de leyendas (Leyenda del Cóndor) del Quilotoa, para grupo grandes de turistas. • Relatar leyendas a través de sus cuadros pintados. • Enseñar técnicas para que las personas pinten su propio cuadro y pueda plasmar las costumbres y paisajes del sector. • Entonación de música folclórica

NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO Y ENTREVISTADO	INDICADOR	RESPUESTA
Restaurante Comunitario Kirtuwa	Impacto social/comunitario	<p>12. Las personas de la comunidad no se encuentran satisfechas con el emprendimiento actualmente debido a la crisis de la pandemia no existen muchos turistas y por ende no hay beneficio para los socios que forman parte del emprendimiento</p> <p>13. Antes el emprendimiento brindaba fuentes de empleo para que los individuos de la comunidad no migren además brindaba rubros económicos para que los hijos de los socios pudieran estudiar.</p> <p>14. Del emprendimiento se benefician 400 socios y de esta organización se turnan 8 personas cada 6 meses para trabajar en distintas actividades ganando un sueldo básico.</p>
	Igualdad de género	15. Dentro de los trabajadores del emprendimiento se encuentran 1 hombre y 2 mujeres.
	Salud y seguridad	<p>16. El administrador de este emprendimiento ha considerado su reapertura con todas las medidas de bioseguridad establecidas.</p> <p>17. Las medidas que ha considerado el emprendimiento ante la pandemia son la capacitación con las autoridades y dirigentes de la comunidad, seguridad en la cocina y a la entrada de los turistas, Implementación de lavamanos al ingresar al establecimiento, gel alcohol y túneles de desinfección.</p>
	Inclusión y accesibilidad	<p>18. El emprendimiento cuenta con rampas y personal capacitado para recibir a personas con discapacidad.</p> <p>19. El personal del emprendimiento ha recibido capacitaciones de cómo tratar a este tipo de turistas dos veces al año por parte del MINTUR, Consejo Provincial y GAD parroquial.</p>
	Protección y valorización del patrimonio cultural e identidad	<p>20. Este emprendimiento realiza actividades y eventos que se centran en la cultura y patrimonio tradicional solo cuando existen grupo grandes de turistas.</p> <p>21. Las principales actividades que realizan son la música tradicional, danza folclórica (coreografía princesa TOA), teatralización de la leyenda del cóndor.</p>

NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO Y ENTREVISTADO	INDICADOR	RESPUESTA
Hostal Princesa Toa, Sr. Kléver Latacunga	Impacto social/comunitario	<p>12. Las personas que conforman el emprendimiento se encuentran satisfechas con el mismo ya que ha brindado fuentes de empleo para que no migren las personas de su comunidad.</p> <p>13. Los beneficios que ofrece el emprendimiento a su comunidad son de economía, educación, empleo, etc.</p> <p>14. Existen 400 socios de la organización y de esta organización se turnan 8 personas cada 6 meses para trabajar en distintas actividades ganando un sueldo básico.</p>
	Igualdad de género	15. En este emprendimiento solo trabajan 3 hombres.
	Salud y seguridad	<p>16. Es importante la reapertura del emprendimiento tomando todas las medidas de seguridad ante esta crisis sanitaria.</p> <p>17. Las medidas de seguridad que ha tomado el emprendimiento ante esta crisis sanitaria son la utilización de gel, alcohol, y constante desinfección de las instalaciones para recibir a los huéspedes.</p>
	Inclusión y accesibilidad	<p>18. Este emprendimiento cuenta con rampas para las personas con discapacidad.</p> <p>19. El administrador y parte de los socios han recibido capacitaciones por parte de instituciones públicas y privadas de cómo tratar a personas con capacidades especiales.</p>
	Protección y valorización del patrimonio cultural e identidad	<p>20. El emprendimiento realiza actividades que se centran en la cultura y patrimonio tradicional y local.</p> <p>21. Las actividades que realizan para preservar la cultura y costumbres del lugar son danzas folclóricas en honor a la laguna, teatralización de las leyendas del cóndor, y música instrumental para sus turistas. De igual manera dentro de la comunidad suelen realizar cada año fiestas del Inti Raymi y Carnaval.</p>

NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO Y ENTREVISTADO	INDICADOR	RESPUESTA
Fábrica De Vinos De Mortiños “El Inca”, Sra. Mercedes Lutuala	Impacto social/comunitario	12. Las personas de las comunidades aledañas al emprendimiento se encuentran satisfechos con el mismo. 13. Los beneficios que ofrece el emprendimiento a la comunidad es empleo, educación, salud y rubros económicos. 14. Con este emprendimiento se pueden beneficiar 23 familias.
	Igualdad de género	15. El emprendimiento dentro de su equipo de trabajo cuenta con 14 hombres y 10 mujeres.
	Salud y seguridad	16. El administrador ha considerado la reapertura del establecimiento con todas las medidas de bioseguridad ante la pandemia. 17. Las principales reglas que ha aplicado ante la pandemia es la medición de la temperatura con termómetro, acceso solo a 2 personas a la planta, mantener la distancia y el uso obligatorio de la mascarilla.
	Inclusión y accesibilidad	18. Las instalaciones del lugar no se encuentran adaptadas para recibir a personas con discapacidad. 19. Han recibido capacitaciones sobre accesibilidad por parte de una ONG de Canadá.
	Protección y valorización del patrimonio cultural e identidad	20. El emprendimiento realiza actividades que se centran en la cultura y patrimonio tradicional y local. 21. Este emprendimiento organiza fiestas a la Virgen de las nieves en conjunto con la comunidad cada año.

Análisis e interpretación: El ámbito social - cultural muestra que los individuos que forman parte de los emprendimientos se encuentran satisfechos con la equidad de género existente, ya que, en su mayoría trabajan hombres y mujeres respectivamente, a su vez se preocupan por la seguridad y salud de los turistas al aplicar medidas de bioseguridad para la reapertura de los establecimientos ante la pandemia.

Así mismo, cabe destacar que los emprendimientos consideran la idea de mantener un turismo accesible, por ende, han recibido capacitaciones para brindar un servicio de calidad a pesar de no contar con estructura adecuada para este tipo de turistas, considerando que “Las personas con discapacidad participan cada vez con mayor frecuencia en actividades turísticas como consecuencia de su creciente grado de integración económica y social. Sin embargo, aún persisten muchos impedimentos y barreras en todo tipo que dificultan el acceso a los servicios turísticos” (Vega, 2015).

Por otra parte los ETC consideran fundamental realizar actividades y eventos que se centren en la cultura y patrimonio local para preservar las costumbres y dar a conocer las tradiciones del sector, entre las actividades más frecuentes se encuentran las danzas folclóricas, teatralización de leyendas y música instrumental para los turistas, como indica El Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA, 2015) el turismo cultural “busca rentabilizar económicamente el espacio local y se centra en que las personas viajen con la intención de desarrollar actividades turísticas que les permitan comprender culturas. Es decir, conocer los estilos de vida, costumbres, tradiciones, festividades, historia, y arquitectura”

c. **Ámbito ambiental (Entrevista):** En esta sección se considera las preguntas 22 a la 30, en donde se encuentra los indicadores correspondientes tales como: gestión de residuos sólidos, cambio climático, gestión de agua, consumo de energía, entre otros, además la respuesta emitida por los entrevistados para el posterior análisis e interpretación de resultados como se muestra a continuación:

Tabla 38

Aspecto ambiental

NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO Y ENTREVISTADO	INDICADOR	RESPUESTA
Centro Cultural De Turismo Comunitario "Canchahuasi", Sra. Gladys Oña	Gestión de residuos sólidos	22. El ETC considera importante la utilización de las 3R (Reducir, Reciclar, Reutilizar) y se dedican al reciclaje de plásticos, basura orgánica y botellas. 23. El emprendimiento no utiliza productos biodegradables
	Cambio climático	24. El administrador ha participado en programas para la conservación del medio ambiente y recuperar conocimientos ancestrales a través de una fundación denominada EIFER.
	Gestión de agua	25. En el centro parroquial el agua es potabilizada, y no se utiliza mucho el agua por ende el costo mensual era de \$5. 26. El centro cultural no utiliza agua reciclada.
	Consumo de energía	27. Para reducir el consumo de energía el emprendimiento apaga las luces durante el día para ahorrar la luz de las lámparas así también cuentan con focos ahorrativos. 28. El emprendimiento paga mensualmente en luz eléctrica \$ 12 y en internet \$22.
	Protección de la biodiversidad y paisaje	29. El centro cultural con los jóvenes agrónomos y ambientales que son parte de la comunidad, se dedican a la conservación de los páramos ya que existen muchos incendios causados por personas de la comunidad, que piensan que esta acción les permitiría mejorar sus cultivos, y además se creó un vivero El centro cultural dotaba de plantas endémicas para reforestar, a su vez permitía que los turistas siembren un árbol de capulí. 30. Como medidas para apoyar en la protección y conservación del paisaje local se generaba las siguientes actividades: <ul style="list-style-type: none"> • En el vivero se explicaba la importancia de los páramos. • Capacitaciones para el respeto a las plantas nativas del lugar • Concientización sobre el maltrato de animales endémicos.

NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO Y ENTREVISTADO	INDICADOR	RESPUESTA
Complejo Turístico Comunitario Shalala, Sr. César Pastuña	Gestión de residuos sólidos	22. El emprendimiento considera importante tomar en cuenta las 3R (Reducir, Reciclar, Reutilizar).
	Cambio climático	23. El complejo turístico no utiliza productos biodegradables. 24. El administrador del emprendimiento no ha participado en programas de mitigación del cambio climático, tales como sistemas de bajo consumo de energía, y medidas de adaptación.
	Gestión de agua	25. El complejo turístico reduce el consumo de agua en sus actividades diarias. 26. El ETC utiliza agua reciclada.
	Consumo de energía	27. Medidas que aplica el emprendimiento para la reducción del consumo de energía: <ul style="list-style-type: none"> • Controlan por horario el encendido de luz. • El establecimiento posee ventanas grandes • Cuentan con focos ahorradores 28. Este emprendimiento gasta alrededor de \$80 en el consumo de luz eléctrica y no poseen internet.
	Protección de la biodiversidad y paisaje	29. El emprendimiento turístico no apoya frecuentemente a la protección, conservación y gestión de la biodiversidad y del paisaje local. 30. El Complejo Turístico actualmente sufrió un incendio, por ende como aporte al medio ambiente se dedicaron a prácticas de reforestación.

NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO Y ENTREVISTADO	INDICADOR	RESPUESTA
Centro Artesanal Quilotoa, Sr. Kléver Latacunga	Gestión de residuos sólidos	<p>22. El centro artesanal Quinde no ha considerado las 3R (Reducir, Reciclar, Reutilizar) dentro de su emprendimiento además no cuenta con ecotachos para reciclaje de desechos y residuos.</p> <p>23. El emprendimiento si utiliza productos biodegradables ya que utiliza cartón y cartulinas para el empaque de sus artesanías.</p>
	Cambio climático	24. El administrador del emprendimiento afirma que no ha participado en programas de mitigación del cambio climático, tales como, sistemas de bajo consumo de energía, y medidas de adaptación.
	Gestión de agua	<p>25. El centro artesanal ha adoptado la medida de utilizar solo lo necesario de agua como medida para reducir el consumo de ella.</p> <p>26. El centro artesanal no utiliza agua reciclada.</p>
	Consumo de energía	<p>27. Medidas que aplica el emprendimiento para reducir el consumo de energía:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apagar focos en distintos horarios. • Si posee ventanas grandes para iluminación natural. • Cuentan con focos ahorradores. <p>28. Este emprendimiento gasta alrededor de \$60 en el consumo de luz eléctrica y no poseen internet</p>
	Protección de la biodiversidad y paisaje	<p>29. El emprendimiento turístico no apoya frecuentemente a la protección, conservación y gestión de la biodiversidad y del paisaje local.</p> <p>30. El emprendimiento apoya a la protección del medio ambiente mediante el arte de sus cuadros explica a los turistas la importancia del ecosistema.</p>

NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO Y ENTREVISTADO	INDICADOR	RESPUESTA
Restaurante Comunitario Kirtuwa, Sr. Kléver Latacunga	Gestión de residuos sólidos	22. El emprendimiento cuenta con basureros para reciclaje en donde se separa generalmente papel, cartón, plástico y desechos orgánicos.
	Cambio climático	23. El restaurante Kirtuwa no utiliza productos biodegradables. 24. El administrador del establecimiento afirma que no ha asistido o participado en programas de mitigación del cambio climático por que no ha tenido la oportunidad de hacerlo.
	Gestión de agua	25. Toda la comunidad de Quilotoa se abastece de agua mediante el bombeo de agua de tres estaciones, por ende el emprendimiento tiene que aportar para la junta del agua y mantenimiento de la bomba que es el proveedor del agua. <ul style="list-style-type: none"> • El emprendimiento cuenta con las siguiente medida para ahorrar el consumo de agua: • Utilizan solo lo necesario debido a que el costo del agua es de \$140 el cual es muy elevado.
	Consumo de energía	26. El restaurante utiliza agua lluvia para limpiar ciertos lugares del establecimiento. 27. El emprendimiento reduce el consumo de energía teniendo ventanas grandes para tener iluminación natural, poseen focos ahorradores y además apagan los focos en distintos horarios. 28. Este emprendimiento gasta alrededor de \$130 en el consumo de luz eléctrica y \$56 en el internet.
	Protección de la biodiversidad y paisaje	29. El restaurante Kirtuwa es una empresa que apoya activamente a la protección y conservación de la biodiversidad y paisaje local. 30. El aporte del emprendimiento al medio ambiente es la siembra de árboles y plantas en jardines, explicación a los turistas sobre la importancia del lugar natural, además se encargan de verificar que el visitante cumpla con las reglas del lugar. El establecimiento cuenta con letreros y señalización de precaución.

NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO Y ENTREVISTADO	INDICADOR	RESPUESTA
Hostal Princesa Toa, Sr. Kléver Latacunga.	Gestión de residuos sólidos	22. El emprendimiento cuenta con basureros para reciclaje en donde se separa generalmente papel, cartón, plástico y desechos orgánicos. 23. El Hostal Princesa TOA no utiliza productos biodegradables.
	Cambio climático	24. El administrador del emprendimiento no ha participado en programas de mitigación del cambio climático, tales como sistemas de bajo consumo de energía, y medidas de adaptación.
	Gestión de agua	25. El emprendimiento cuenta con las siguiente medida para ahorrar el consumo de agua: <ul style="list-style-type: none"> • Utilizan solo lo necesario debido a que el costo del agua es de \$65 el cual es muy elevado. 26. El hostel utiliza agua lluvia para limpiar ciertos lugares del establecimiento.
	Consumo de energía	27. Para el hostel es importante adoptar medidas para reducir el consumo de energía por ende ellos: <ul style="list-style-type: none"> • Apagan focos en distintos horarios. • Poseen ventanas grandes para iluminación natural. • Cuentan con focos ahorradores. 28. Este emprendimiento gasta alrededor de \$65 en el consumo de luz eléctrica y \$20 en el internet.
	Protección de la biodiversidad y paisaje	29. El ETC apoya activamente a la protección y conservación de la biodiversidad y paisaje local. 30. La hostel Princesa TOA aporta al medio ambiente a través de la concientización en los turistas ya que se encargan de explicar la importancia de los sitios naturales, además siembran árboles en jardines y como establecimiento hotelero cuenta con letreros y señalización en favor del cuidado ambiental.

NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO Y ENTREVISTADO	INDICADOR	RESPUESTA
Fábrica De Vinos De Mortiños “El Inca”, Sra. Mercedes Lutuala	Gestión de residuos sólidos	22. El emprendimiento posee ecotachos y considera que es primordial considerar la 3R en favor al medio ambiente.
	Cambio climático	23. La fábrica de mortiños no utiliza productos biodegradables. 24. El administrador del establecimiento afirma que no ha asistido o participado en programas de mitigación del cambio climático por que no ha tenido la oportunidad de hacerlo.
	Gestión de agua	25. Para reducir el consumo de agua el emprendimiento ha tomado como medidas consumir solo lo necesario, mantener cerrada la llave y frecuentemente el lavado que se hace a la planta de vino. Hay que considerar que este emprendimiento no paga el agua. 26. Este emprendimiento utiliza el agua lluvia para regar las plantas que existen en el emprendimiento.
	Consumo de energía	27. Para reducir el consumo de energía el emprendimiento mantiene sus luces apagadas durante el día y posee ventanas grandes. 28. Este emprendimiento gasta alrededor de \$170 en el consumo de luz eléctrica (gasto por las maquinas que procesan el vino) y \$30 en el internet.
	Protección de la biodiversidad y paisaje	29. El ETC apoya activamente a la protección y conservación de la biodiversidad y paisaje local. 30. El emprendimiento considera que es importante considerar: <ul style="list-style-type: none"> • Cuidado a los páramos por que actualmente existe abundancia de incendios forestales lo que ha generado pérdidas de flora y fauna. • Capacitación para la gente del sector, para que no quemen el páramo empíricamente; puesto que ellos piensan que al quemar plantas pueden a traer la lluvia para sus cultivos.

Análisis e interpretación: Dentro de este ámbito los datos analizados de la entrevista demuestran que los emprendimientos se preocupan por el cuidado y conservación del medio ambiente, pues en su mayoría utilizan las 3R y ecotachos para reciclaje, en donde se separa: papel, cartón, plástico y desechos orgánicos, así mismo adoptan medidas para reducir el consumo de agua y energía respectivamente, como indica Optimagrid, (2017) en la actualidad disponen de varias opciones para disminuir el consumo, mediante acciones que permiten la reducción de gastos, aumento de la competitividad e innovación tecnológica, y que en su minoría desconocen de los productos biodegradables y participación en programas de mitigación del cambio climático, sistemas de bajo consumo de energía y medidas de adaptación.

4.2.3 Comprobación de la hipótesis

La comprobación de la hipótesis se realiza por medio de la prueba del chi-cuadrado, el cuál es parte del programa SPSS, según Ruíz (2021) son pruebas para comprobar la relación existente entre variables, campo correspondiente a la estadística descriptiva.

Los resultados obtenidos tras el análisis de relación determinan si la Hipótesis es nula (H_0) cuando se rechaza y alternativa (H_1) para comprobar que la hipótesis sea afirmativa en un alto nivel de confianza, de acuerdo a las variables cruzadas como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 39

Resumen de procesamiento de casos

	Válido		Perdido		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Emp_Turismo *	33	100,0%	0	0,0%	335	100,0
Des_Sostenible	5					%

Nota: La presenta tabla muestra las preguntas cruzadas de las variables emprendimiento turístico comunitario y desarrollo sostenible.

La tabla antes mencionada hace referencia al resumen de los casos, en donde se tiene una nómina de 335 encuestados que arroja un porcentaje del 100% y ningún caso perdido en el cual no hubo ausencia de datos.

a. Planteamiento de la hipótesis

El planteamiento de la hipótesis se basa en cuestionamientos o suposiciones que por medio de datos se llega a argumentos comprobados, en donde, se determinó la hipótesis de la investigación, Hipótesis nula (H_0), Hipótesis alternativa (H_1), que deben ser probadas:

- **Hipótesis de la investigación:** Los emprendimientos turísticos comunitarios aportan en el desarrollo sostenible de la provincia de Cotopaxi.
- **Hipótesis nula (H_0):** Los emprendimientos turísticos comunitarios no aportan en el desarrollo sostenible de la provincia de Cotopaxi.
- **Hipótesis alternativa (H_1):** Los emprendimientos turísticos comunitarios si aportan en el desarrollo sostenible de la provincia de Cotopaxi.

Variable independiente: Emprendimientos de turismo comunitario

- Pregunta 19: ¿Cuál de los ETC del siguiente listado ha visitado?
- Pregunta 4: ¿Qué tipo de emprendimiento visitó?

Variable Dependiente: Desarrollo Sostenible

- Pregunta 09: ¿Cuál es el presupuesto por persona, que se destina a la visita del emprendimiento?
- Pregunta 15: ¿Qué eventos culturales a presenciado usted, cuando visito los ETC en la provincia de Cotopaxi?

b. Determinación de la significación (α)

Para la investigación se trabajó con el 95% de confiabilidad y un 5% del margen de error con el nivel de significación, en donde muestra la probabilidad de cometer errores al rechazar la hipótesis nula (H_0) en el caso de ser afirmativa.

c. Cálculo de las frecuencias esperadas

Las frecuencias son el número de veces que aparecen las unidades que se encuentran distribuidos en filas y columnas; por consiguiente, la multiplicación de los resultados se obtiene de las frecuencias expresadas en una tabla cruzada como se muestra a continuación:

Tabla 40*Tabla cruzada*

¿Cuál de los emprendimientos turísticos comunitarios del siguiente listado ha visitado?			¿Cuál es el presupuesto por persona, que usted destina a la visita del emprendimiento?					Total
			\$25	\$26 - \$50	\$50 - \$100	\$100 - \$200	>\$200	
Hostal Princesa TOA	Recuento	11	4	1	1	2	19	
	Recuento esperado	8,0	7,2	2,7	,9	,2	19,0	
Restaurante comunitario Kirutwa	Recuento	6	12	7	4	0	29	
	Recuento esperado	12,2	11,0	4,2	1,3	,3	29,0	
Fábrica de vinos de mortiño	Recuento	10	10	9	0	0	29	
	Recuento esperado	12,2	11,0	4,2	1,3	,3	29,0	
Complejo turístico comunitario Shalala Quilotoa	Recuento	34	32	8	3	2	79	
	Recuento esperado	33,3	29,9	11,3	3,5	,9	79,0	
Centro Artesanal Quilotoa	Recuento	72	59	20	7	0	158	
	Recuento esperado	66,5	59,9	22,6	7,1	1,9	158,0	
Centro de Interpretación cultural turístico Canchahuasi	Recuento	8	10	3	0	0	21	
	Recuento esperado	8,8	8,0	3,0	,9	,3	21,0	
Total	Recuento	141	127	48	15	4	335	
	Recuento esperado	141,0	127,0	48,0	15,0	4,0	335,0	

Nota: La tabla cruzada entre el ETC que ha visitado con cuál es el presupuesto por persona, que el turista destina en la visita al emprendimiento.

Tabla 41*Distribución de frecuencias esperadas*

		Qué eventos culturales ha presenciado, durante su visita al emprendimiento?							Total
		Danza folclórica	Mitos y leyendas	Trajes típicos	Lengua natal	Artesanías	Gastronomía		
¿Qué tipo de emprendimiento visitó?	Emprendimiento de actividades recreativas	Recuento	18	24	9	13	30	26	120
		Recuento esperado	12,9	21,9	11,1	19,3	31,5	23,3	120,0
	Emprendimiento de alojamiento	Recuento	2	12	3	10	12	9	48
		Recuento esperado	5,2	8,7	4,4	7,7	12,6	9,3	48,0
	Emprendimiento de alimentación	Recuento	15	15	9	11	17	25	92
		Recuento esperado	9,9	16,8	8,5	14,8	24,2	17,9	92,0
	Emprendimiento de desarrollo de artesanías	Recuento	1	10	10	20	29	5	75
		Recuento esperado	8,1	13,7	6,9	12,1	19,7	14,6	75,0
Total		Recuento	36	61	31	54	88	65	335
		Recuento esperado	36,0	61,0	31,0	54,0	88,0	65,0	335,0

Nota: Tabla cruzada entre tipo de emprendimiento visitado y eventos culturales que evidencio durante la visita al ETC

Las tablas cruzadas representan la relación entre las variables dependientes e independientes ubicadas en fila y columna, por ende, al realizar la relación entre interrogantes se ha observado la congruencia permitente para continuar con el proceso de análisis y obtener la prueba del chi-cuadrado, que se evidencia en la siguiente tabla:

Tabla 42*Chi Cuadrado*

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	43,322 ^a	20	,002
Razón de verosimilitud	36,962	20	,012
Asociación lineal por lineal	5,594	1	,018
N de casos válidos	335		

Nota. a. 15 casillas (50,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,23.

Al no existir ninguna distancia entre ambas situaciones, el índice suministra el valor 0, mientras más lejos se encuentre de este valor, se entiende que existe mayor relación entre las variables. Como el valor p (chi-cuadrado) es igual a 0.02 es menor al nivel alfa designado normalmente (0,05) entonces se rechaza la H0. Es decir, los emprendimientos turísticos comunitarios aportan en el desarrollo sostenible de la provincia de Cotopaxi.

Tabla 43*Segunda prueba del chi cuadrado*

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	42,601 ^a	15	,000
Razón de verosimilitud	47,226	15	,000
Asociación lineal por lineal	1,193	1	,275
N de casos válidos	335		

Nota: A 1 casillas (4,2%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 4,44.

Como el valor p (chi-cuadrado) es igual a 0.00 es menor al nivel alfa designado normalmente (0,05) entonces se rechaza la H0. Es decir, los ETC si aportan al desarrollo sostenible de la provincia de Cotopaxi.

d. Decisión y conclusión

En base a los datos obtenidos se puede evidenciar que el resultado X^2 es igual a 0,00 y 0,002 por tanto es menor a 0,05; lo que lleva a rechazar H0 (Hipótesis nula) y aceptar la H1 (Hipótesis alternativa), es decir que los emprendimientos turísticos comunitarios si aportan en el desarrollo sostenible de la provincia de Cotopaxi, por ende, el equipo de investigación decidió realizar un plan de acción con estrategias en los ámbitos económicos, social - cultural y ambiental, para que los ETC sigan contribuyendo al desarrollo sostenible y mejora continua de las comunidades del sector.

5.1 Estrategias del Plan de acción

5.5.1 Definición de los ETC.

La provincia de Cotopaxi alberga varios emprendimientos turísticos comunitarios que benefician a las comunidades a través de los ingresos que generan los turistas nacionales y extranjeros, por medio de las actividades, vivencias y experiencias que ofrecen los ETC.

Es así que las principales características que definen a los emprendimientos de turismo comunitario pertenecientes a la provincia de Cotopaxi son las siguientes:

- Los establecimientos están ubicados estratégicamente en lugares reconocidos por sus atractivos naturales tales como Laguna de Quilotoa, Cerro de Wingopana (Cerro del amor) y Churo de Amanta.
- Los ETC a través de sus actividades turísticas generan un promedio de utilidades de \$845 mensuales, lo cual mejora la educación y oportunidades laborales.

- Los emprendimientos de turismo comunitario dinamizan la economía local promoviendo la adquisición y el uso de productos del sector como papa, choclo, habas, mortiño, madera, carnes y cuero de animales.
- Los emprendimientos están compuestos por socios que forman parte de asociaciones que benefician a 123 familias promedio, dentro de cada comunidad.
- Los seis emprendimientos previamente estudiados están conformados por población indígena que generan actividades culturales, a través de costumbres y tradiciones.
- Cada emprendimiento posee tanto personal masculino como femenino para brindar sus servicios de calidad.

5.5.2 Elaboración del árbol de problemas.

En este apartado se elabora el árbol de problemas a partir del análisis FODA en donde se priorizan las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que ayudan a definir problemas de los emprendimientos, como se muestra a continuación:

Tabla 44

Análisis FODA

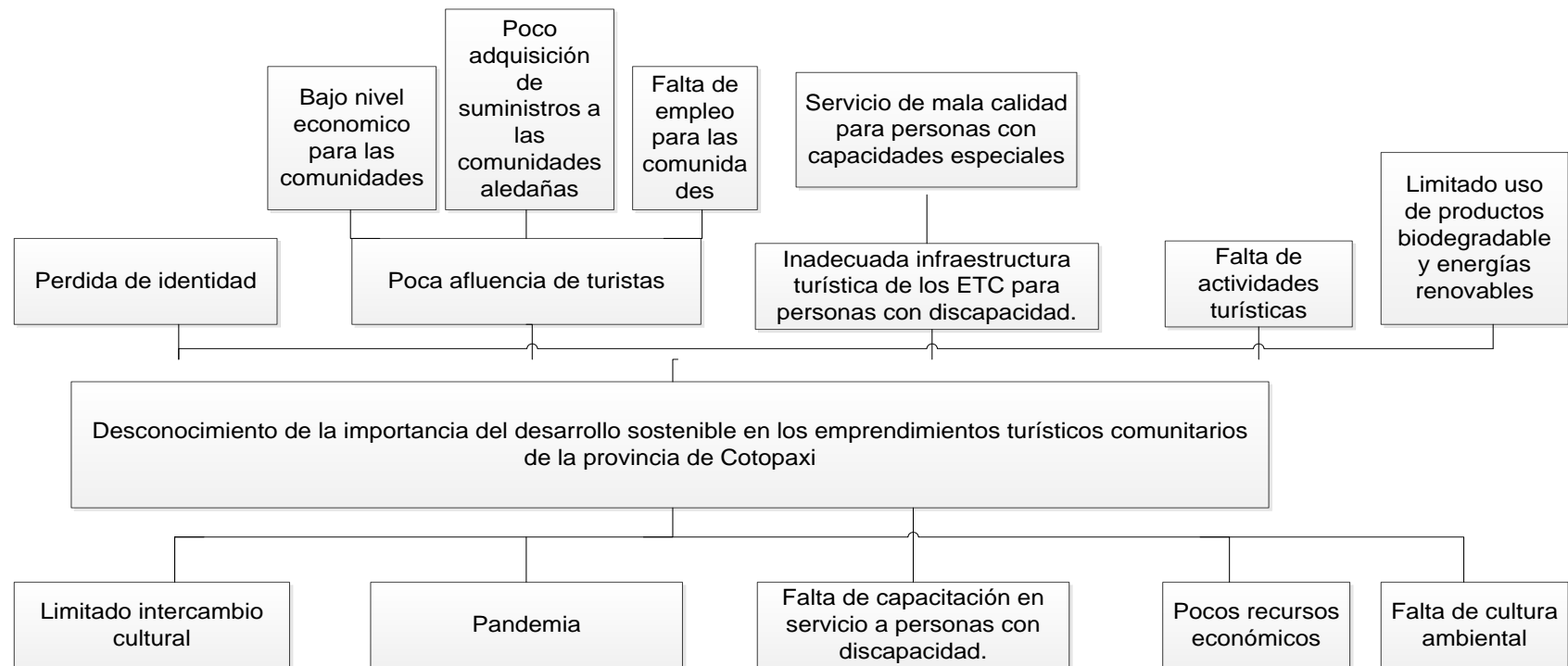
	Interno	Externo
Positivo	Fortalezas <ul style="list-style-type: none"> • Alta fidelización de clientes • Los ETC´s se encuentran en zonas naturales estratégicas • Colaboración de organizaciones internacionales • Colaboración con las comunidades aledañas 	Oportunidades <ul style="list-style-type: none"> • Rápida evolución tecnológica • Facilidad por parte del Estado a la hora de dar permisos y ayudas a empresas. • Formación gratuita por entidades públicas y privadas tales como el MINTUR y ONGS. • Políticas públicas y lineamientos que ayudan a los emprendimientos comunitarios.
Negativo	Debilidades <ul style="list-style-type: none"> • Falta de capacitación en servicio a personas con discapacidad. • Poca participación activa de la comunidad • Desorganización de las asociaciones • Inadecuada infraestructura turística de los ETC para personas con discapacidad. • Escasa promoción turística • Falta de cultura ambiental • Falta de actividades turísticas • Servicio de mala calidad para personas con capacidades especiales • Pocos recursos económicos • Limitado intercambio cultural. • Limitado uso de productos biodegradables y energías renovables 	Amenazas <ul style="list-style-type: none"> • Pandemia • Incendios forestales • Perdida de la identidad cultural • Exceso de competidores • Desinterés por parte de las instituciones públicas • Poca afluencia de turistas • Falta de empleo para las comunidades

5.5.3 Árbol de problemas

Está definido por causas y efectos que permite conocer las necesidades de los ETC como se muestra a continuación:

Figura 56

Árbol de problemas



5.5.4 Definición de los objetivos del plan.

Una vez identificado los problemas, causas y efectos que limitan el desarrollo de los emprendimientos, se procede a definir los objetivos del plan de acción.

Objetivo general

- Fortalecer el desarrollo y mejora continua de los emprendimientos turísticos comunitarios de la provincia de Cotopaxi a través de la creación de estrategias en los ámbitos económicos, social - cultural y ambiental.

Objetivos específicos

- Identificar soluciones estratégicas para promover el desarrollo económico de los emprendimientos turísticos comunitarios.
- Promover acciones que se centren en el impacto social y revalorización cultural para el bienestar de las comunidades.
- Concretar actividades que fomenten el cuidado al medio ambiente con la sociedad que conforman los ETC y comunidades aledañas.

5.5.5 Elaboración de líneas estratégicas.

Las líneas estrategias enfocadas a los ámbitos económico, social – cultural y ambiental, constan de actividades y requerimientos propuestos a desarrollarse en cada línea, con el fin de cumplir los objetivos de los ETC, como se muestra a continuación:

Tabla 45

Líneas Estratégicas

Ámbito	Objetivos específicos	Línea estratégica
Económico	<ul style="list-style-type: none"> Identificar soluciones estratégicas para promover el desarrollo económico de los emprendimientos turísticos comunitarios. 	<ol style="list-style-type: none"> Publicidad y marketing en los ETC para captar y fidelizar al turista. Realizar alianzas estratégicas con intermediarios turísticos para aumentar las visitas de turistas a los ETC. Aumentar el comercio local entre las comunidades aledañas y los emprendimientos.
Social-cultural	<ul style="list-style-type: none"> Promover acciones que se centren en el impacto social y revalorización cultural para el bienestar de las comunidades. 	<ol style="list-style-type: none"> Llevar a cabo un protocolo de medidas de bioseguridad en los establecimientos ante la pandemia. Incluir a personas con capacidades especiales en los servicios y actividades turísticas que ofrecen los ETC. Planificar actividades culturales para la conservación de costumbres y tradiciones de las comunidades.
Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> Concretar actividades que fomenten el cuidado al medio ambiente con la sociedad que conforman los ETC y comunidades aledañas. 	<ol style="list-style-type: none"> Reforestar para incrementar la cobertura vegetal. Utilizar productos biodegradables fabricados con materiales naturales. Aplicar un sistema de bajo consumo de energía

Nota. En esta tabla se detalla el análisis FODA de los emprendimientos turísticos comunitarios (ETC) en la provincia de Cotopaxi.

De acuerdo a los objetivos planteados en el plan de acción y en respuesta a los problemas identificados a través del árbol, el cuadro en resumen presenta todas las líneas estratégicas enfocadas a los ámbitos del desarrollo sostenible.

Por otro lado, dentro del ámbito económico, se estableció tres líneas estratégicas direccionadas a identificar propuestas que fomenten el desarrollo económico de los emprendimientos turísticos (ver tabla 46).

Tabla 46

Línea estratégica del ámbito económico

Objetivo específico 1: Identificar soluciones estratégicas para promover el desarrollo económico de los emprendimientos turísticos comunitarios.

Línea estratégica 1: Publicidad y marketing en los ETC para captar y fidelizar al turista.

Actividad	Responsables e involucrados	Requerimientos	Duración prevista
1.1 Formar grupos de trabajo para generar publicidad y marketing.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Representantes de los ETC. 2. Socios de los ETC 3. Intermediarios turísticos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Selección de suministros de oficina 2. Contratación de técnicos para marketing y ventas. 3. Redacción de un guion para el video. 4. Reunión para la socialización de actividades. 	1 semana
1.2 Crear videos promocionales para la inserción en redes sociales.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Representantes de los ETC 2. Dirigentes de la comunidad 3. Ministerio de turismo 4. GAD provincial de Cotopaxi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adquisición de equipos tecnológicos (cámara profesional, trípode, flash memory, iluminación). 2. Contratación de diseñador gráfico para producción del video. 3. Difusión del video en redes sociales. 	1 mes
1.3 Crear página web.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Representantes de los ETC. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Selección de técnicos en sistemas para la creación de la página web. 2. Diseño y contenido de la página 3. Organización de un blog del emprendimiento. 4. Creación de un catálogo de los emprendimientos para mostrar los servicios y actividades que ofrecen. 5. Producción de fotografías de la infraestructura de los ETC. 	1 semana
1.4 Publicitar en redes sociales.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Representantes de los ETC. 2. Socios de los emprendimientos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Selección de redes sociales para promocionar 2. Conexión a internet. 3. Identificación del target de mercado. 4. Contratación de un Community Manager para la comunicación de los servicios. 5. Pago de membresía en Marketplace (Facebook) 6. Pago de anuncios en redes sociales 	1 semana

Línea estratégica 2: Realizar alianzas estratégicas con intermediarios turísticos para aumentar las visitas de turistas a los ETC.			
Actividad	Responsables e involucrados	Requerimientos	Duración prevista
2.1 Visitar agencias de viajes y operadores turísticos en épocas o temporadas adecuadas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Representantes de los ETC. 2. Agencias de viajes. 3. Operadores turísticos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Selección del profesional en turismo para la visita a los intermediarios. 2. Planificación de hora y fecha para la reunión. 3. Definición de los gastos de movilización. 	1 semana
2.2 Presentar atractivos, productos y servicios que poseen los ETC.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Representantes de los ETC. 2. Profesional en turismo 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Generación del portafolio de presentación con productos y servicios que ofrecen los ETC. 2. Edición del material publicitario. 3. Contracción de equipos tecnológicos (computadora, infocus, cargador, flash memory). 4. Conexión a internet. 	1 semana
2.3 Diseñar estrategias con los intermediarios turísticos, para la comercialización y venta de los servicios o productos que ofrecen los ETC.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Representantes de los ETC. 2. Agencias de viajes. 3. Operadores turísticos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contratación de un técnico en comercialización y ventas. 2. Reunión para la identificación de estrategias de comercialización. 3. Adquisición de insumos de oficina. 4. Contratación de equipo tecnológico (computador) 5. Conexión a internet. 	1 semana

Línea estratégica 3: Aumentar el comercio local entre las comunidades aledañas y los emprendimientos.

Actividad	Responsables e involucrados	Requerimientos	Duración prevista
3.1 Generar una feria local con los productos que ofrece la comunidad.	1. Representantes de los ETC. 2. Socios de los ETC. 3. Alcaldes 4. Dirigentes de las comunidades. 5. Ministerio de turismo 6. GAD provincial de Cotopaxi	1. Reunión con los responsables e involucrados para la planificación de la feria. 2. Formación de colectivos para las distintas actividades. 3. Capacitación previa a los comerciantes de las comunidades. 4. Impresión de material publicitario. 5. Difusión en redes sociales. 6. Decoración de los stand 7. Impresión de invitaciones para posibles consumidores.	3 semanas

Nota. En esta tabla detalla las líneas estratégicas para el ámbito económico propuesto por las investigadoras en su trabajo.

Por otra parte, en el ámbito social-cultural (ver tabla 48), se generó líneas estratégicas enfocadas a la seguridad, inclusión, igualdad de género y valorización del patrimonio cultural para promover acciones orientadas al bienestar de la comunidad.

Tabla 47

Línea estratégica del ámbito social – cultural

Objetivo específico 2: Promover acciones que se centren en el impacto social y revalorización cultural para el bienestar de las comunidades.

Línea estratégica 1: Llevar a cabo un protocolo de medidas de bioseguridad en los establecimientos ante la pandemia.			
Actividad	Responsables e involucrados	Requerimientos	Duración prevista
1.1 Colocar señalética con medidas de prevención y contagio ante el COVID.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Representantes de los ETC. 2. Socios de los emprendimientos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Colocación de rótulos en senderos, zonas de trabajo y áreas comunes de los emprendimientos. 2. Organización de brigadas de prevención y concientización. 	3 semanas
1.2 Disponer de puntos de aseo para el lavado habitual de manos.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Representantes de los ETC. 2. Socios de los emprendimientos. 3. Dirigentes de las comunidades. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adquisición de dispensadores con gel antiséptico en los pasillos, baños y entradas a los emprendimientos. 2. Implementación de lavamanos portátiles en puntos estratégicos. 	1 semana
1.3 Instalar bandejas de sanitización para la desinfección del calzado.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Representantes de los ETC. 2. Socios de los emprendimientos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Disposición de bandejas para el ingreso del turista al establecimiento. 2. Adquisición de alcohol y amonio para la bandeja. 	1 semana

Línea estratégica 2: Incluir a personas con capacidades especiales en los servicios y actividades turísticas que ofrecen los ETC.

Actividad	Responsables e involucrados	Requerimientos	Duración prevista
2.1 Desarrollar un plan de inclusión para personas con discapacidad.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Representantes de los ETC. 2. Socios de los emprendimientos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adquisición de equipos de tecnológicos (computadora, infocus y flash memory). 2. Reunión con los involucrados para determinar puntos claves en el plan de acción. 3. Selección de una guía metodológica para la realización del plan. 	1 mes
2.2 Generar actividades turísticas inclusivas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Representantes de los ETC. 2. Socios de los emprendimientos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Creación de una ruta turística sensorial para personas con discapacidad visual. 2. Contratación de personal capacitado en lenguaje de señas. 3. Implementación de dinámicas lúdicas para promover la participación inclusiva. 	2 semanas
2.3 Facilitar el acceso a personas con discapacidad.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Representantes de los ETC. 2. Socios de los emprendimientos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Presupuesto para generar e implementar la estructura accesible en los emprendimientos. 2. Contratar personal capacitado para la arquitectura y diseño de estructura inclusiva. 3. Adquisición de materiales de construcción. 	3 semanas

Línea estratégica 3: Planificar actividades culturales para la conservación de costumbres y tradiciones de las comunidades.			
Actividad	Responsables e involucrados	Requerimientos	Duración prevista
3.1 Generar un festival de rescate cultural, costumbre y tradiciones de los pueblos indígenas	4. Representantes de los ETC. 5. Alcaldes 6. Dirigentes de las comunidades. 7. Socios de los emprendimientos	1. Reunión para la discusión y aprobación del festival de rescate cultural. 2. Selección del lugar para el evento. 3. Contratación de personal en el área gastronómica y organización de eventos. 4. Contratación de guías locales. 5. Designación de socios comunitarios que hablen Quichua. 6. Realización de limpias y rituales. 7. Narración de leyendas. 8. Alquiler de equipo técnico. 9. Contratación de carpas. 10. Difusión del evento en redes sociales	3 semanas
3.2 Realizar danzas y bailes tradicionales.	1. Representantes de los ETC. 2. Socios de los emprendimientos 3. Dirigentes de las comunidades.	1. Organización para crear un grupo de danza. 2. Solicitar auspicios. 3. Contratación de danzas folclóricas. 4. Realización de desfiles folclóricos	1 semana

Nota. La tabla anterior detalla las líneas estratégicas para el ámbito social - cultural propuesto por las investigadoras del trabajo.

Para este apartado se generó líneas estratégicas enfocadas al cuidado y conservación del medio ambiente, a través de la reforestación, utilización de productos biodegradables, reducción del consumo de energía.

Tabla 48

Línea estratégica del ámbito ambiental

Línea estratégica 1: Reforestar para incrementar la cobertura vegetal.			
Actividad	Responsables e involucrados	Requerimientos	Duración prevista
1.1 Establecer el área para la creación de viveros forestales.	1. Representantes de los ETC. 2. Socios de los emprendimientos 3. Dirigentes de las comunidades.	1. Identificación del terreno para el vivero. 2. Determinar la cantidad y variedad de especies de árboles a utilizar. 3. Contratación de técnicos forestales.	1 semana
1.2 Seleccionar las plantas para la reforestación	1. Representantes de los ETC. 2. Socios de los emprendimientos 3. Dirigentes de las comunidades.	1. Selección de plantas del viveros forestal 2. Disponibilidad de mano de obra. 3. Construcción del vivero con lona plástica 4. Contratación de transporte para el traslado de las plantas.	1 semana
1.3 Preparar el sustrato para la siembra	1. Representantes de los ETC. 2. Socios de los emprendimientos 3. Dirigentes de las comunidades.	1. Adquisición de materiales y herramientas del vivero 2. Llenado de envases en bolsas 3. Enfilado de bolsas con sustrato 4. Siembra directa de las semillas en los envases 5. Establecer el marco de plantación (4m x 5m) 6. Nivelación del lote 7. Limpieza de la línea de plantación (labranza primaria) 8. Marcar distancias con cintas 9. Siembra de las plantas.	2 semanas
1.4 Dar seguimiento a la reforestación.	1. Representantes de los ETC. 2. Socios de los emprendimientos	1. Verificación mensual de incendios, sequias y plagas a través de check list. 2. Verificación de la calidad del agua y fertilización	1 mes

Línea estratégica 2: Utilizar productos biodegradables fabricados con materiales naturales.			
Actividad	Responsables e involucrados	Requerimientos	Duración prevista
2.1 Crear una lista de productos biodegradables necesarios en los ETC.	1. Representantes de los ETC. 2. Dirigentes de las comunidades.	1. Adquisición de suministros de oficina. 2. Selección de equipos de oficina (computadora e impresora).	1 semana
2.2 Realizar la compra de los productos biodegradables.	1. Representantes de los ETC. 2. Dirigentes de las comunidades.	1. Elección y separación del producto biodegradable. 2. Definición de una cuota para realizar la compra de los productos biodegradables. 3. Cotización de productos amigables con el medio ambiente. 4. Contratación de transporte.	1 semana
Línea estratégica 3: Aplicar un sistema de bajo consumo de energía			
Actividad	Responsables e involucrados	Requerimientos	Duración prevista
3.1 Crear una guía de buenas prácticas para el ahorro de energía dentro de los ETC.	1. Representantes de los ETC. 2. Dirigentes de la comunidad.	1. Compra de suministros de oficina. 2. Adquisición de equipos tecnológicos (Computador, impresora y flash memory) 3. Contratación de un profesional eléctrico. 4. Impresión de la guía.	1 mes
3.2 Ahorrar energía en iluminación.	1. Representantes de los ETC. 2. Dirigentes de la comunidad.	1. Instalación de focos con sensores. 2. Implementación de paneles solares. 3. Configuración del modo ahorro de energía en los ordenadores. 4. Facturación electrónica.	2 semanas
3.3 Ahorrar energía en equipos industriales o maquinarias	1. Representantes de los ETC. 2. Dirigentes de la comunidad.	1. Adquisición de tecnología M2M. 2. Instalación de instrumentos para visualizar los consumos energéticos. 3. Utilización de maquinaria y equipos industriales en las mejores horas para el ahorro de energía.	2 semanas

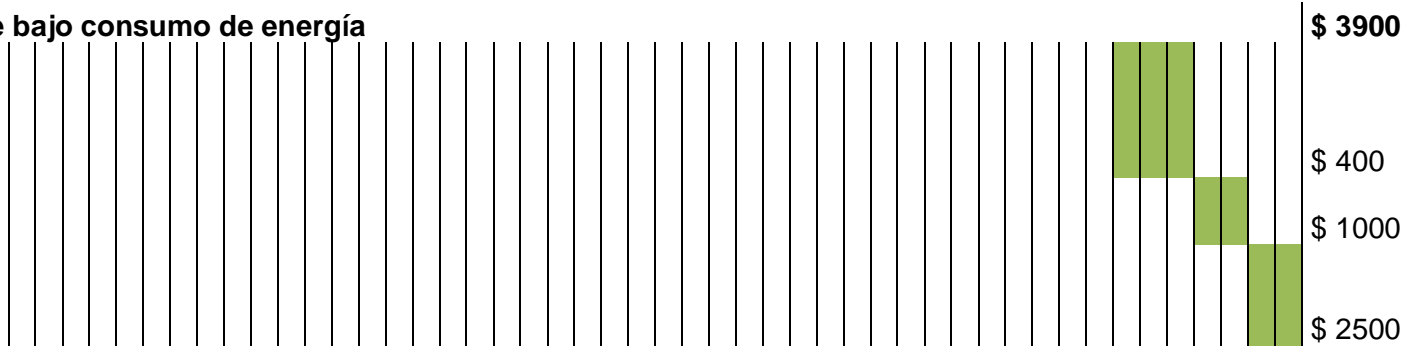
Nota. En este apartado la tabla muestra líneas estratégicas para el ámbito ambiental propuestas elaboradas por las investigadoras que permiten a los ETC aplicarlos en sus establecimientos con el fin de contribuir en el desarrollo de sus emprendimientos.

LE 9: Aplicar un sistema de bajo consumo de energía

9.1 Crear una guía de buenas prácticas para el ahorro de energía dentro de los ETC.

9.2 Ahorrar energía en iluminación.

9.3 Ahorrar energía en equipos industriales o maquinarias



5.5.7 Elaboración del programa de capacitación y formación.

Dentro de este plan de formación se requiere generar varias capacitaciones enfocadas en la formación general, empresarial y profesional con el fin de sistematizar las necesidades de los involucrados en el desarrollo turístico comunitario, siendo estos los siguientes:

- e) **Formación general:** En este punto se abordan aspectos que hacen referencia a la planificación y promoción del desarrollo turístico, dentro de los ETC mediante la contribución del público y privado.

Tabla 50

Programa de capacitación y formación general

Capacitación 1: Capacitar a los representantes de los ETC sobre la adquisición de créditos bancarios en entidades financieras.

Temáticas	Responsable e involucrados
✓ Diferencias y semejanzas entre las cooperativas, mutualistas, financieras, banca privada y pública.	Representantes de los ETC. Entidades bancarias
✓ Requisitos y condiciones de financiamiento.	Representantes de los ETC. Entidades bancarias
✓ Formas, tipos de créditos micro-empresariales y garantías.	Representantes de los ETC. Entidades bancarias
✓ Tasas de interés y montos de créditos	Representantes de los ETC. Entidades bancarias
✓ Formas y métodos de pago	Representantes de los ETC. Entidades bancarias

Nota. En este apartado la tabla detalla el programa de capacitación y formación general con las temáticas recomendadas para capacitar.

- b) **Formación empresarial:** En este apartado hace referencia al sector empresarial en relación a los alojamientos, gastronomía, actividades recreativas, con el fin de mejorar la calidad de los productos y servicios turísticos que se ofrecen.

Tabla 51

Programa de capacitación y formación empresarial

Capacitación 2: Capacitación sobre la importancia de los productos biodegradables en los emprendimientos.

Temáticas	Responsable e involucrados
✓ Productos biodegradables como una alternativa real y efectiva para los ETC	Representantes de los ETC. Técnicos ambientales
✓ Impacto del plástico en el ecosistema, alternativas, empaques de papel y reciclaje de plásticos para la utilización en los ETC.	Representantes de los ETC. Técnicos ambientales
✓ Proceso para producir platos biodegradables en hojas de plátano, maíz, achira, cabuya	Representantes de los ETC. Técnicos ambientales

Nota. En la tabla anterior se detalla el programa de capacitación y formación empresarial con las temáticas recomendadas para capacitar.

- c) **Formación profesional:** Se dedica a trabajadores que laboran en los diversos servicios turísticos, a fin de que los emprendimientos cuenten con profesionales de calidad, capaces de satisfacer las necesidades del turista.

Tabla 52

Programa de capacitación y formación profesional

Capacitación 3: Capacitar al personal sobre el servicio inclusivo que deben recibir las personas con discapacidad.

Actividad	Responsable e involucrados
• Turismo, discapacidad y calidad del servicio	Representantes de los ETC. Profesional capacitado en atención a personas con discapacidad.
• Espacios y áreas de descanso para personas con capacidades especiales	Representantes de los ETC. Profesional capacitado en atención a personas con discapacidad.
• Transporte y movilidad destinados a personas con discapacidad.	Representantes de los ETC. Profesional capacitado en atención a personas con discapacidad.
• Tipos de actividades recreativas destinadas a personas con capacidades especiales.	Representantes de los ETC. Profesional capacitado en atención a personas con discapacidad.
• Inducción sobre cursos o programas gratuitos que brinda el CONADIS Y MINTUR.	Representantes de los ETC. CONADIS MINTUR

Actividad	Responsable e involucrados
<ul style="list-style-type: none"> • Primeros auxilios básicos en casos de emergencias. 	Representantes de los ETC. Personal médico

Nota. Esta tabla anterior se presenta el programa de capacitación y formación profesional con las temáticas recomendadas para capacitar.

Las capacitaciones son fundamentales para el personal de los emprendimientos turísticos comunitarios (ETC), ya que, permiten adquirir conocimientos, competencias y habilidades, con el fin de brindar un servicio de calidad a los turistas y mejorar la interacción con su equipo de trabajo.

Finalmente, en esta sección se logró generar líneas estratégicas como solución a las problemáticas que poseen los ETC, la cual, se obtuvo de herramientas para la recolección de datos (encuesta y entrevista), misma que fue aplicada a los turistas que visitaron los ETC, al igual que a los representantes a cargo de los establecimientos. Además, se llevó a cabo un cronograma detallado de actividades con el objetivo de ejecutar el plan de acción en beneficio del desarrollo en los ETC.

5.5.8 Conclusiones

Con las fuentes bibliográficas e informes documentales se logró desarrollar el marco teórico y metodológico, en donde se determinó las bases conceptuales sobre los antecedentes de emprendimientos turísticos comunitarios, así como el desarrollo sostenible como aporte a las comunidades locales, al igual que una metodología de trabajo mediante el Sistema Europeo de Indicadores Turísticos (ETIS), que permitió desarrollar la estructura de investigación.

La situación actual de los emprendimientos turísticos comunitarios (ETC) de la provincia de Cotopaxi se delimitó a través del diagnóstico, visitas realizadas a emprendimientos y llamadas telefónicas en vista de la pandemia, en donde se determinó que los emprendimientos de turismo comunitario ofrecen productos

elaborados con materia prima de la zona como: vinos de mortiño, artesanías, y entre los servicios de alojamiento, guianza, alimentos y bebidas.

En el análisis y discusión de resultados se propuso el diseño de un plan de acción a través de los ámbitos económico, social – cultural y ambiental, en donde el primer ámbito mencionado arrojó como resultado los niveles de ingreso y dinamización de la economía que generan los ETC, no obstante, de acuerdo a los indicadores económicos se concluye que los emprendimientos:

- Reciben alrededor de 2632 turistas mensuales, además como promedio en sus visitas se obtienen \$240 semanales de lunes a viernes, mientras que los fines de semana \$605, en donde se benefician 190 familias de las cuales 164 empleados son de planta y el 26 son empleados eventuales.
- Por otro lado, los turistas visitan los emprendimientos 1 vez por año, realizando un full day con sus familias y gastan alrededor de \$25 por persona.

En el segundo ámbito se determinó líneas estratégicas, el cual muestra que en los emprendimientos no existen equidad de género en el ámbito laboral, como muestran las entrevistas, en donde trabajan 50 mujeres (30%) y 115 hombres (70%) dentro de los establecimientos. Además manifestaron que menos del 50% de los ETC no se encuentran adaptados para recibir personas con capacidades especiales y más del 50% no han sufrido inconvenientes en cuanto a su seguridad, así mismo, los turistas participan en eventos culturales dentro de los establecimientos, adquiriendo en su mayoría artesanías realizadas con productos del sector, degustación de platos tradicionales, relatos de mitos y leyendas, contemplación de la lengua natal de los pueblos, finalmente en un mínimo porcentaje asisten a eventos de danzas culturales y trajes típicos.

Los emprendimientos turísticos comunitarios en relación al medio ambiente y su preocupación por brindar soluciones que contribuyan a la conservación del ecosistema el 35% de los ETC utilizan contenedores de plástico y metal para el reciclaje de papel, cartón, plástico y desechos orgánicos, de la misma forma adoptan medidas para reducir el consumo de agua y energía. Sin embargo, un 22% conocen los productos biodegradables y en su mayoría desconocen.

5.5.9 Recomendaciones

En cuanto a la estructura del marco teórico se recomienda revisar detenidamente la información obtenida de fuentes bibliográficas verídicas como son: libros, artículos científicos, revistas, documentales, informes actualizados, los cuales aportan y dan validez a la investigación. La situación actual de los ETC se recomienda mantener actualizados los datos y poseer una reseña histórica, al igual que las actividades que ofrecen cada uno de ellos.

Se recomienda utilizar herramientas tecnológicas para llenar encuestas de manera digital como: google forms, surveys, encuestas online y las herramientas que faciliten la recopilación de datos como son: Excel, SPSS, Arcgis, entre otros, con el fin de agilizar el trabajo del investigador.

Facilitar el acceso a personas con discapacidad a través de la implementación de infraestructura y contratación del personal capacitado para generar un espacio de actividad y recreación.

Es recomendable utilizar productos biodegradables mediante la concientización y capacitación sobre la importancia que deben tener en el cuidado al medio ambiente. Aplicar el plan de acción con las estrategias enfocadas a los ámbitos económico, social – cultural y ambiental para cumplir con los objetivos de la investigación y fortalecer las debilidades de los emprendimientos turísticos comunitarios.

BIBLIOGRAFÍA

- ACS, A. de E. del C. (2015). "Tourism and Community Involvement XXI Century" (*El Turismo y la Participación de la Comunidad en el Siglo XXI*), presentado en la Universidad Autónoma de México. Recuperado el 09 de 03 de 2020, de <http://www.acs-aec.org/index.php?q=es/sustainable-tourism/el-turismo-comunitario>
- Artaraz, M. (2001). *Teoría de las tres dimensiones del Desarrollo Sostenible. 2.*
- Artaraz Miñón, M. (2001). *Teoría de las tres dimensiones del Desarrollo Sostenible. 2.*
- Alcívar, I. (2020). Turismo y desarrollo rural. Realidades diversas y propuestas sostenibles desde América Latina. En *Roles de género del turismo rural de Ecuador; el caso de la provincia de Manabí*. Recuperado el 10 de 03 de 2020, de <http://www.munayi.uleam.edu.ec/turismo-y-desarrollo-rural/>
- Barco, L. del. (2010). *Turismo comunitario en países en vías de desarrollo: buenas prácticas para la planificación de un emprendimiento*. 119. Recuperado el 30 de 05 de 2020, de [http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/16411/1/Turismo comunitario Del Barco.pdf](http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/16411/1/Turismo%20comunitario%20Del%20Barco.pdf)
- Cabanilla, E. (2017). Desarrollo del turismo comunitario en Ecuador, bajo el paradigma de la complejidad desde la perspectiva local del Sumak Kawsay. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689-1699. Recuperado el 12 de 06 de 2020, de <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Cabanilla, E. (2018). *El turismo Comunitario en el Ecuador, evolución-problemática* (UIDE (ed.); Número September). Recuperado el 12 de 06 de 2020, de [http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/19413/1/El turismo comunitario en el Ecuador.pdf](http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/19413/1/El%20turismo%20comunitario%20en%20el%20Ecuador.pdf)
- Cabezas, M. (2015). *TEMA : ESTUDIO DEL TURISMO COMUNITARIO COMO CHIMBORAZO Y CAÑAR*. Recuperado el 13 de 06 de 2020, de <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/10425/1/T-ESPE-048808.pdf>
- CODESPA. (2015a). Programa rutas: La apuesta por un turismo inclusivo en Latinoamérica. *RUTAS turismo comunitario con calidad sustentable*, 60.

- CODESPA. (2015b). *Tres componentes clave para desarrollar un programa de turismo rural comunitario con éxito*. Fundación CODESPA. Recuperado el 13 de 06 de 2020, de <https://www.codespa.org/blog/2015/07/31/tres-claves-desarrollo-programa-de-turismo-rural-comunitario-exito/>
- Días, G. (2020). *estrategias frente al covid19*. Catedra en caleta. Recuperado el 13 de 06 de 2020, de <https://www.gestu.com/GestoresTurismoEcuador/videos/5522760>
- ETIS. (2016). *El Sistema Europeo de Indicadores Turísticos*. 30. Recuperado el 19 de 06 de 2020, de <https://doi.org/10.2873/683262>
- FEPTCE. (2017). *Federación Plurinacional De Turismo Comunitario Del Ecuador*. 9. Recuperado el 14 de 06 de 2020, de https://www.equatorinitiative.org/wp-content/uploads/2017/05/case_1_1363900152.pdf
- Filardo, V. (2006). Globalización y Turismo: Impactos en los Territorios. *Pampa*, 2, 185-217. Recuperado el 15 de 06 de 2020, de <https://doi.org/10.14409/pampa>
- Flores, Y. (2016). *TURISMO RURAL COMUNITARIO Gestión familiar y estrategias de consolidación en el Estado de Santa Catarina (Brasil)*. 26(July), 1-2. Recuperado el 14 de 06 de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180747502010.pdf>
- Gallopín, G. (2003). Medio Ambiente y Desarrollo. En *Revista Desarrollo y Sociedad* (Número 64).
- Gamboa, Da. (2020). *la adaptación de actividades culturales y nuevas prácticas deportivas en áreas rurales como factor determinante en la realidad actual del turismo*. Catedra en caleta. Recuperado el 20 de 06 de 2020, de <https://www.facebook.com/GestoresTurismoEcuador/videos/552276045725630>
- Gómez, C. (2016). *El desarrollo sostenible*. 14(6), 5614-5618. Recuperado el 20 de 06 de 2020, de <https://doi.org/10.3892/mmr.2016.5963>
- Gonzalo, F. (2016). *Concepto Y Teorías Fundamentales Del Desarrollo*. 9.
- Hernández, J. (2019). *EXPERIENCIAL : UNA FORMA DE PARTICIPACIÓN DEL TURISTA CON LAS COMUNIDADES LOCALES COMMUNITY-BASED TOURISM FROM THE EXPERIENTIAL APPROACH : A WAY OF TOURIST ' S PARTICIPATION WITH LOCAL*. 90-122. Recuperado el 21 de 06 de 2020, de <file:///C:/Users/Melita/Downloads/104-Article Text-377-2-10-20190930.pdf>

- Lima; Susana; García, Cecilia;Gómez, Domingo; Eusébio, C. (2012). El Turismo como una estrategia para el mundo en desarrollo: el Programa UNWTO. Volunteers. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(3), 303-314. Recuperado el 22 de 06 de 2020, de <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2012.10.037>
- López, T. (2009). Países En Vías De Desarrollo . Un Estudio De Caso. *Revesco*, 99, 85-103. Recuperado el 22 de 06 de 2020, de <http://revistas.ucm.es/index.php/REVE/article/view/REVE0909330085A/18701>
- MAE, M. del A. (2018). *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo Gobierno de Ecuador*. 1-186.
- Marta Zenteno. (2017). *EL TURISMO - Turismo1c.pdf*. Investigadora Programa Turcom. Recuperado el 23 de 06 de 2020, de <http://www.um.es/aulasenor/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/Turismo1c.pdf>
- Méndez, S. (2017). *Emprendimiento Comunitario Y Su Aporte Al Desarrollo Socioeconómico De Las Mujeres En La Comuna Olón, Parroquia Manglaralto Nota Del Autor*. 1-25.
- MINTUR. (2010). Reglamento para los centros turísticos comunitarios. *Reglamento Para Los Centros Turísticos Comunitarios, Reglamento*, 1-5. Recuperado el 19 de 06 de 2020, de www.lexis.com.ec
- MINTUR. (2020). *Estadísticas del Turismo en Ecuador*. turismo en cifras 2020. Recuperado el 16 de 06 de 2020, de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internacionales>
- MITUR. (2020). *MINISTERIO DE TURISMO DEL SALVADOR. CORSATUR*. Recuperado el 17 de 06 de 2020, de <https://www.corsatur.gob.sv/turismo-en-el-salvador-crece-14-7-en-enero-2020-y-supera-los-169-millones/>
- Monteros, V. (2018). *TEMA : ESTUDIO DEL TURISMO COMUNITARIO*.
- Moralejo, I. A., Miguel, C. E., & Legarreta, J. M. B. (2009). El desarrollo Sostenible a lo largo de la Historia del Pensamiento económico. *Revista de Economía Mundial*, 21, 87-110.

- Moura, B. A., & Vendramini, S. L. (2007). *UN SISTEMA DE INDICADORES TURÍSTICOS BÁSICOS: PRIMERA APROXIMACIÓN* Darío César Sánchez 1 R. 20-42.
- Mullo, E. (2018). *Revista Investigaciones Sociales El turismo comunitario y los retos de la globalización en Ecuador Community tourism and the challenges of globalization in Ecuador Revista Investigaciones Sociales. 4(11), 13-21.*
Recuperado el 17 de 06 de 2020, de https://www.ecorfan.org/republicofnicaragua/researchjournal/investigacionessociales/journal/vol4num11/Revista_Investigaciones_Sociales_V4_N11_3.pdf
- Nazareno, Ms. I. (2016). *Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible.* Recuperado el 20 de 06 de 2020, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2306-91552016000100006&script=sci_arttext&lng=en
- OIT. (2009). *La Organización Internacional del Trabajo y la lucha por la justicia social, 1919-2009.*
- OMT. (2005). *Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos. Guía práctica.* En *Omt.*
- ONU. (2014). *Bienvenidos a las Naciones Unidas. Onu.*
- Palomeque, J., & Lalangui, J. (2016). *¿Cómo referenciar este artículo? Revista Científica Universidad y Sociedad, 8, 150.*
- Pérez Rincón, M. A. (2013). *Conceptualización sobre el Desarrollo Sostenible: operacionalización del concepto para Colombia. Punto De Vista, 3(5), 141-157.*
Recuperado el 18 de 06 de 2020, de <https://doi.org/10.15765/pdv.v3i5.137>
- Pilquimán, M. (2016). *Resistencia y reivindicación cultural indígena de comunidades mapuche en la Región de los Ríos. Estudios y Perspectivas en Turismo, 25(4), 439-459.* Recuperado el 24 de 06 de 2020, de https://www.redalyc.org/pdf/1807/180747502003.pdf?fbclid=IwAR3Z57GWajU6WvtWv_TDZEmRqr2JE8v44Nn3c50cliumvJMCKC_e38WbDUg
- PLANDETUR. (2010). *Plan Estratégico De Desarrollo De Turismo.* 106. Recuperado el 25 de 06 de 2020, de <file:///C:/Users/ERIKA/Downloads/plandetur.pdf>

- PNBV, P. N. T. una V. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida*. Recuperado el 25 de 06 de 2020, de 84. http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf
- PNUD, P. de las N. U. para el D. (2012). *Turismo en áreas naturales con gestión comunitaria* (ASEC (ed.); Bolívar Lu). Recuperado el 25 de 06 de 2020, de <https://www.udla.edu.ec/wp-content/uploads/2013/12/ManualBuenasPracticas.pdf>
- Rivera, F. (2012). *Planificación y gestión del ecoturismo comunitario con comunidades indígenas*. 44. Recuperado el 14 de 06 de 2020, de https://d2ouvy59p0dg6k.cloudfront.net/downloads/guia_de_planificacion_y_gestion_del_ecoturismo_comunitario_con_comunidades_indigenas.pdf
- Rodas, M. (2015). El Turismo Comunitario en el Ecuador: Una revisión de la literatura. *Revista de Turismo*, 9(9), 60-77. Recuperado el 15 de 06 de 2020, de [file:///C:/Users/UNEMI.24-H102.000/Desktop/investigacion/19-Texto del artículo-104-1-10-20190116 \(1\).pdf](file:///C:/Users/UNEMI.24-H102.000/Desktop/investigacion/19-Texto%20del%20articulo-104-1-10-20190116%20(1).pdf)
- Ruiz, E. (2007). *Turismo Comunitario en Ecuador* (Abya Yala). Recuperado el 15 de 06 de 2020, de https://books.google.com.ec/books?id=7YCV1rBUxx0C&dq=Desarrollo+del+turismo+comunitario+en+el+mundo+pdf&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Sabino, C. (1982). *Población, desarrollo y calidad de vida*. 491.
- Samaniego, P. (2016). Indicadores sociales: Pobreza y distribución del ingreso. *Ranking Anual de Gestión*, 1(i), 86-103.
- Sanahuja, J. (2015). De los Objetivos del Milenio al desarrollo sostenible: Naciones Unidas y las metas globales post-2015. *Dialnet.Uniroja.Es*, 49-83.
- Santana, C. (2015). Turismo comunitario. reflexiones. *Papers de Turisme*, 68, 16. [http://biblio.ecotec.edu.ec/revista/edicionespecial/TURISMO COMUNITARIO.pdf](http://biblio.ecotec.edu.ec/revista/edicionespecial/TURISMO%20COMUNITARIO.pdf)
- SENPLADES. (2017). Plan Nacional del Buen vivir. *Educational Research*, 1, 150.
- Tamayo, T. (2017). Emprendimientos Inclusivos como Alternativa de Desarrollo en el Corredor Turístico Andes Centrales, Tren Ecuador. Recuperado el 21 de 10 de 2020, de file:///C:/Users/Melita/Downloads/case_1_1363900152.pdf *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689-1699.

<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Tomás, S. (2017). *Abc del emprendimiento comunitario*. 1-15. Recuperado el 12 de 06 de 2020, de

<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/13682/cartillaABCdelemprendimiento.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

UNCTAD. (2013). Turismo sostenible: contribución del turismo al crecimiento económico y al desarrollo sostenible. *Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo*, 50062, 22.

USFQ. (2014). Turismo Sostenible. *Instituto de desarrollo urbano*, 1.

Villavicencio, P. (2016). El turismo comunitario en México: perspectiva desde las instituciones y la gobernanza en territorios indígenas. *El Periplo Sustentable: revista de turismo, desarrollo y competitividad*, 30, 6-37.

ACS, A. de E. del C. (2015). "Tourism and Community Involvement XXI Century" (*El Turismo y la Participación de la Comunidad en el Siglo XXI*), presentado en la Universidad Autónoma de México. Recuperado el 12 de 06 de 2020, de <http://www.acs-aec.org/index.php?q=es/sustainable-tourism/el-turismo-comunitario>

Artaraz, M. (2001). *Teoría de las tres dimensiones del Desarrollo Sostenible*. 2.

Artaraz Miñón, M. (2001). *Teoría de las tres dimensiones del Desarrollo Sostenible*. 2.

Barco, L. del. (2010). *Turismo comunitario en países en vías de desarrollo: buenas prácticas para la planificación de un emprendimiento*. 119. Recuperado el 24 de 09 de 2020, de [http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/16411/1/Turismo comunitario Del Barco.pdf](http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/16411/1/Turismo%20comunitario%20Del%20Barco.pdf)

Cabanilla, E. (2017). Desarrollo del turismo comunitario en Ecuador, bajo el paradigma de la complejidad desde la perspectiva local del Sumak Kawsay. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689-1699. Recuperado el 15 de 06 de 2020, de <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Cabanilla, E. (2018). *El turismo Comunitario en el Ecuador, evolución-problemática* (UIDE (ed.); Número September). Recuperado el 16 de 06 de 2020, de [http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/19413/1/El turismo comunitario en](http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/19413/1/El%20turismo%20comunitario%20en%20el%20Ecuador.pdf)

el Ecuador.pdf

- Cabezas, M. (2015). *TEMA : ESTUDIO DEL TURISMO COMUNITARIO COMO CHIMBORAZO Y CAÑAR*. Recuperado el 16 de 06 de 2020, de <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/10425/1/T-ESPE-048808.pdf>
- CODESPA. (2015a). Programa rutas: La apuesta por un turismo inclusivo en Latinoamérica. *RUTAS turismo comunitario con calidad sustentable*, 60.
- CODESPA. (2015b). *Tres componentes clave para desarrollar un programa de turismo rural comunitario con éxito*. Fundación CODESPA. Recuperado el 19 de 06 de 2020, de <https://www.codespa.org/blog/2015/07/31/tres-claves-desarrollo-programa-de-turismo-rural-comunitario-exito/>
- Días, G. (2020). *estrategias frente al covid19*. Catedra en caleta. Recuperado el 28 de 12 de 2020, de <https://www.gestour.com/GestoresTurismoEcuador/videos/5522>
- ETIS. (2016). *El Sistema Europeo de Indicadores Turísticos*. 30. Recuperado el 24 de 07 de 2020, de <https://doi.org/10.2873/683262>
- FEPTCE. (2017). *Federación Plurinacional De Turismo Comunitario Del Ecuador*. 9. Recuperado el 31 de 07 de 2020, de https://www.equatorinitiative.org/wp-content/uploads/2017/05/case_1_1363900152.pdf
- Filardo, V. (2006). Globalización y Turismo: Impactos en los Territorios. *Pampa*, 2, Recuperado el 19 de 06 de 2020, de 185-217. <https://doi.org/10.14409/pampa.v1i2.3136>
- Flores, Y. (2016). *TURISMO RURAL COMUNITARIO Gestión familiar y estrategias de consolidación en el Estado de Santa Catarina (Brasil)*. 26(July), 1-2. Recuperado el 14 de 06 de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180747502010.pdf>
- Gallopín, G. (2003). Medio Ambiente y Desarrollo. En *Revista Desarrollo y Sociedad* (Número 64).
- Gamboa, Da. (2020). *la adaptación de actividades culturales y nuevas prácticas deportivas en áreas rurales como factor determinante en la realidad actual del turismo*. Catedra en caleta. Recuperado el 21 de 12 de 2020, de <https://www.gestour.com/GestoresTurismoEcuador/videos/552276045725630>

- Gómez, C. (2016). *El desarrollo sostenible*. 14(6), 5614-5618. Recuperado el 20 de 06 de 2020, de <https://doi.org/10.3892/mmr.2016.5963>
- Gonzalo, F. (2016). *Concepto Y Teorías Fundamentales Del Desarrollo Sostenible*.
- Hernández, J. (2019). *EXPERIENCIAL : UNA FORMA DE PARTICIPACIÓN DEL TURISTA CON LAS COMUNIDADES LOCALES COMMUNITY-BASED TOURISM FROM THE EXPERIENTIAL APPROACH : A WAY OF TOURIST ' S PARTICIPATION WITH LOCAL*. 90-122. Recuperado el 15 de 06 de 2020, de <file:///C:/Users/Melita/Downloads/104-Article Text-377-2-10-20190930.pdf>
- Lima; Susana; García, Cecilia;Gómez, Domingo; Eusébio, C. (2012). El Turismo como una estrategia para el mundo en desarrollo: el Programa UNWTO. Volunteers. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(3), 303-314. Recuperado el 23 de 06 de 2020, de <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2012.10.037>
- López, T. (2009). Países En Vías De Desarrollo . Un Estudio De Caso. *Revesco*, 99, 85-103. Recuperado el 25 de 06 de 2020, de <http://revistas.ucm.es/index.php/REVE/article/view/REVE0909330085A/18701>
- MAE, M. del A. (2018). *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo Gobierno de Ecuador*. 1-186.
- Marta Zenteno. (2017). *EL TURISMO - Turismo1c.pdf*. Investigadora Programa Turcom. Recuperado el 15 de 06 de 2020, de <http://www.um.es/aulasenor/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/Turismo1c.pdf>
- Méndez, S. (2017). *Emprendimiento Comunitario Y Su Aporte Al Desarrollo Socioeconómico De Las Mujeres En La Comuna Olón, Parroquia Manglaralto Nota Del Autor*. 1-25.
- MINTUR. (2010). Reglamento para los centros turisticos comunitarios. *Reglamento Para Los Centros Turisticos Comunitarios, Reglamento*, 1-5.
- MINTUR. (2020). *Estadísticas del Turismo en Ecuador*. turismo en cifras 2020. Recuperado el 14 de 08 de 2020, de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internacionales>
- MITUR. (2020). *MINISTERIO DE TURISMO DEL SALVADOR*. CORSATUR.

Recuperado el 12 de 06 de 2020, de <https://www.corsatur.gob.sv/turismo-en-el-salvador-crece-14-7-en-enero-2020-y-supera-los-169-millones/>

Monteros, V. (2018). *TEMA : ESTUDIO DEL TURISMO COMUNITARIO COMO*.

Moralejo, I. A., Miguel, C. E., & Legarreta, J. M. B. (2009). El desarrollo Sostenible a lo largo de la Historia del Pensamiento económico. *Revista de Economía Mundial*, 21, 87-110.

Moura, B. A., & Vendramini, S. L. (2007). *UN SISTEMA DE INDICADORES TURÍSTICOS BÁSICOS: PRIMERA APROXIMACIÓN* *Diario César Sánchez* 1 R. 20-42.

Mullo, E. (2018). *Revista Investigaciones Sociales El turismo comunitario y los retos de la globalización en Ecuador Community tourism and the challenges of globalization in Ecuador* *Revista Investigaciones Sociales*. 4(11), 13-21.

Recuperado el 24 de 06 de 2020, de

https://www.ecorfan.org/republicofnicaragua/researchjournal/investigacionessociales/journal/vol4num11/Revista_Investigaciones_Sociales_V4_N11_3.pdf

Nazareno, Ms. I. (2016). *Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible*. Recuperado el 14 de 06 de 2020, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2306-91552016000100006&script=sci_arttext&tlng=en

OIT. (2009). *La Organización Internacional del Trabajo y la lucha por la justicia social, 1919-2009*.

OMT. (2005). *Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos. Guía práctica*. En *Omt*.

ONU. (2014). *Bienvenidos a las Naciones Unidas*. *Onu*.

Palomeque, J., & Lalangui, J. (2016). ¿Cómo referenciar este artículo? *Revista Científica Universidad y Sociedad*, 8, 150.

Pérez Rincón, M. A. (2013). *Conceptualización sobre el Desarrollo Sostenible: operacionalización del concepto para Colombia*. *Punto De Vista*, 3(5), 141-157. Recuperado el 25 de 06 de 2020, de <https://doi.org/10.15765/pdv.v3i5.137>

- Pilquimán, M. (2016). Resistencia y reivindicación cultural indígena de comunidades mapuche en la Región de los Ríos. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 25(4), 439-459. Recuperado el 24 de 06 de 2020, de https://www.redalyc.org/pdf/1807/180747502003.pdf?fbclid=IwAR3Z57GWajU6WvtWv_TDZEmRqr2JE8v44Nn3c50cliumvJMCKC_e38WbDUg
- PLANDETUR. (2010). *Plan Estratégico De Desarrollo De Turismo*. 106. Recuperado el 21 de 08 de 2020, de file:///C:/Users/ERIKA/Downloads/plandetur.pdf
- PNBV, P. N. T. una V. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida*. 84. Recuperado el 21 de 08 de 2020, de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf
- PNUD, P. de las N. U. para el D. (2012). *Turismo en áreas naturales con gestión comunitaria* (ASEC (ed.); Bolívar Lu). Recuperado el 19 de 06 de 2020, de <https://www.udla.edu.ec/wp-content/uploads/2013/12/ManualBuenasPracticas.pdf>
- Rivera, F. (2012). *Planificación y gestión del ecoturismo comunitario con comunidades indígenas*. 44. Recuperado el 13 de 06 de 2020, de https://d2ouvy59p0dg6k.cloudfront.net/downloads/guia_de_planificacion_y_gestion_del_ecoturismo_comunitario_con_comunidades_indigenas.pdf
- Rodas, M. (2015). El Turismo Comunitario en el Ecuador: Una revisión de la literatura. *Revista de Turismo*, 9(9), 60-77. Recuperado el 14 de 06 de 2020, de file:///C:/Users/UNEMI.24-H102.000/Desktop/investigacion/19-Texto del artículo-104-1-10-20190116 (1).pdf
- Ruiz, E. (2007). *Turismo Comunitario en Ecuador (Abya Yala)*. Recuperado el 14 de 06 de 2020, de https://books.google.com.ec/books?id=7YCV1rBUxx0C&dq=Desarrollo+del+turismo+comunitario+en+el+mundo+pdf&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Sabino, C. (1982). *Población, desarrollo y calidad de vida*. 491.
- Samaniego, P. (2016). Indicadores sociales: Pobreza y distribución del ingreso. *Ranking Anual de Gestión*, 1(i), 86-103.
- Sanahuja, J. (2015). De los Objetivos del Milenio al desarrollo sostenible: Naciones Unidas y las metas globales post-2015. *Dialnet.Unirioja.Es*, 49-83.

- Santana, C. (2015). Turismo comunitario. reflexiones. *Papers de Turisme*, 68, 16.
Recuperado el 14 de 06 de 2020, de
http://biblio.ecotec.edu.ec/revista/edicionespecial/TURISMO_COMUNITARIO.pdf
- SENPLADES. (2017). Plan Nacional del Buen vivir. *Educational Research*, 1, 150.
- Tamayo, T. (2017). Emprendimientos Inclusivos como Alternativa de Desarrollo en el Corredor Turístico Andes Centrales, Tren Ecuador. Recuperado el 13 de 11 de 2020, de file:///C:/Users/Melita/Downloads/case_1_1363900152.pdf *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689-1699.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Tomás, S. (2017). *Abc del emprendimiento comunitario*. 1-15. Recuperado el 24 de 09 de 2020, de
<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/13682/cartillaABCdelemprendimiento.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- UNCTAD. (2013). Turismo sostenible: contribución del turismo al crecimiento económico y al desarrollo sostenible. *Conferencia de las Naciones unidas sobre Comercio y Desarrollo*, 50062, 22.
- USFQ. (2014). Turismo Sostenible. *Instituto de desarrollo urbano*, 1.
- Villavicencio, P. (2016). El turismo comunitario en México: perspectiva desde las instituciones y la gobernanza en territorios indígenas. *El Periplo Sustentable: revista de turismo, desarrollo y competitividad*, 30, 6-37.
- Alcívar, I. (2020). Turismo y desarrollo rural. Realidades diversas y propuestas sostenibles desde América Latina. En *Roles de género del turismo rural de Ecuador; el caso de la provincia de Manabí*. Recuperado el 13 de 06 de 2020, de <http://www.munayi.uleam.edu.ec/turismo-y-desarrollo-rural/>
- Optimagrid. (2017). *Buenas practicas para el ahorro de energía de una empresa*. 43.
Recuperado el 27 de 12 de 2020, de
<http://library1.nida.ac.th/termpaper6/sd/2554/19755.pdf>
- Vega Lugo. (2015). Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas Módulo I: Turismo Accesible – Definición y

contexto. En *Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA* (Vol. 4, Número 7). Recuperado el 27 de 12 de 2020, de <https://doi.org/10.29057/icea.v4i7.178>

Bernal, C. (2010a). *Metodología de la investigación* (P. Educación (ed.); tercera ed). Recuperado el 24 de 07 de 2020, de <http://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigación-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>

Bernal, C. (2010b). Metodología de la investigación. En *Pearson Educación de Colombia Ltda* (PEARSON).

Canchahuasi. (2017). *Centro de Interpretación cultural Canchahuasi*. 2020.

Recuperado el 20 de 10 de 2020, de <https://www.goraymi.com/es-ec/cotopaxi/saquisili/puntos-informacion/centro-interpretacion-cultural-canchahuasi-canchagua-ax29mjunz>

GAD de Cotopaxi, (2015a). *Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cotopaxi 2025*.

GAD de Cotopaxi, (2015b). *Lineamientos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cotopaxi 2025*. 62,66,71,87,127,. Recuperado el 24 de 09 de 2020, de www.mancomunidadbosqueseco.gob.ec

EIUniverso. (2020). *Parque Nacional Cotopaxi es la primera área protegida de Latinoamérica en recibir Certificación Internacional Tourcert*. Recuperado el 17 de 06 de 2020, de <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/07/01/nota/7891569/parque-nacional-cotopaxi-certificacion-internacional-tourcert>

ETIS. (2016). *El Sistema Europeo de Indicadores Turísticos*. 30. Recuperado el 28 de

07 de 2020, de <https://doi.org/10.2873/683262>

FEPTCE. (2017). *Federación Plurinacional De Turismo Comunitario Del Ecuador*. 9.

Recuperado el 09 de 04 de 2020, de https://www.equatorinitiative.org/wp-content/uploads/2017/05/case_1_1363900152.pdf

GAD. (2020). *Vino de mortiño de Quinticusig de Sigchos para el Mundo*. 2015.

Recuperado el 20 de 10 de 2020, de

http://www.gadmsigchos.gob.ec/new/index.php?option=com_content&view=article&id=67&Itemid=258

INAMHI. (2020). *INAMHI*.

Inca. (2014). *Vino de Mortiño El Último Inca*. 2020. Recuperado el 20 de 10 de 2020,

de <https://www.vinoelultimoinca.com/menu/acercade>

INEC. (2010). Fascículo provincial Cotopaxi. *Censo de Población y Vivienda*, 8.

INEC. (2019). *Informe Ejecutivo de las Canastas Analíticas: Básica y Vital*. 1-4.

INIAP. (2005). *INIAP -Estación Experimental Santa Catalina*.

Larry, S. &. (2009). *Estadísticas* (M. G. HILL (ed.)). Recuperado el 20 de 10 de 2020,

de [file:///C:/Users/Melita/Downloads/Estadística.SerieSchaum-4taedici3n-MurrayR.Spiegel.pdf\(1\).pdf](file:///C:/Users/Melita/Downloads/Estadística.SerieSchaum-4taedici3n-MurrayR.Spiegel.pdf(1).pdf)

Maquita, T. (2019). *Circuito Quilotoa*. Recuperado el 20 de 10 de 2020, de

<https://consultorbtl.wixsite.com/quilotoa/shalala-centro-turistico>

MINTUR. (2020). *Plan Nacional de Turismo 2030, herramienta que marca un hito en la*

historia turística del Ecuador. Recuperado el 21 de 10 de 2020, de

<https://www.turismo.gob.ec/plan-de-turismo-2030-herramienta-que-marca-un-hito->

en-la-historia-turistica-del-ecuador/

Optimagrid. (2017). *Buenas practicas para el ahorro de energía de una empresa*. 43.

Recuperado el 29 de 12 de 2020, de

<http://library1.nida.ac.th/termpaper6/sd/2554/19755.pdf>

Vega Lugo. (2015). Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios,

herramientas y buenas prácticas Módulo I: Turismo Accesible – Definición y

contexto. En *Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del*

ICEA (Vol. 4, Número 7). Recuperado el 29 de 12 de 2020, de

<https://doi.org/10.29057/icea.v4i7.178>