



Análisis de la situación actual del turismo comunitario en la comuna Palacio Real

Quinatoa Jami, Jeniffer y Vega Vega, María Alejandra

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Licenciatura en Turismo

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

Ing. Palomino Siza, Luis Benigno Msc

29 de agosto del 2022

Latacunga

Reporte de verificación de contenidos



QUINATOA JENIFFER_VEGA ALEJANDRA PROYECTO DE ...

Scanned on: 20:16 August 26, 2022 UTC



Overall Similarity Score



Results Found



Total Words in Text

Identical Words	374
Words with Minor Changes	82
Paraphrased Words	871
Omitted Words	0



ING. LUIS PALOMINO SIZA
1716550676
DIRECTOR



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Licenciatura en Turismo

Certificación

Certifico que trabajo de integración curricular : " **Análisis de la situación actual del turismo comunitario en la comuna Palacio Real** " fue realizado por las señoritas **Quinatoa Jami, Jeniffer y Vega Vega, María Alejandra**; el mismo que cumple con los requisitos legales, técnicos, científicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, además fue revisado y analizado en su totalidad por la herramienta de prevención y/o verificación de similitud de contenidos; razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que se los sustente públicamente.

Latacunga, 26 de agosto del 2022



Ing. Siza Palomino, Luis Benigno
C.C: 1716550676



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS

INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Licenciatura en Turismo

Responsabilidad de Autoría

Nosotras, **Quinatoa Jami, Jeniffer**, con cédula de ciudadanía No. 0504077298 y **Vega Vega, María Alejandra**, cédula de ciudadanía No 0503707614 declaramos que el contenido, ideas, y criterios de integración curricular: **Análisis de la situación actual del turismo comunitario en la comuna Palacio Real** es de nuestra autoría de responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE sede Latacunga, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Latacunga, 26 de agosto del 2022

Quinatoa Jami Jeniffer

C.C: 0504077298

Vega Vega María Alejandra

C.C: 0503707614



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS

INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Licenciatura en Turismo

Autorización de publicación

Nosotras, **Quinatoa Jami, Jeniffer**, con cédula de ciudadanía No. 0504077298 y **Vega Vega, María Alejandra** con cédula de ciudadanía No 0503707614, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE sede Latacunga publicar el trabajo de integración curricular: **Análisis de la situación actual del turismo comunitario en la comuna Palacio Real** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra responsabilidad.

Latacunga, 26 de agosto del 2022

Quinatoa Jami Jeniffer

C.C: 0504077298

Vega Vega María Alejandra

C.C: 0503707614

Dedicatoria

Es para mí una gran satisfacción poder dedicarles este esfuerzo que me llevo desvelos, noches interminables a Dios, a mis abuelitos (+), en especial a dos personas que son mi vida entera mis padres Víctor y Laura que han sido el pilar fundamental en el transcurso de esta hermosa experiencia, gracias por confiar en mí, por permitirme elegir mi destino, siempre les estaré agradecida por su inmenso amor y paciencia, por consejos, mi logro también es suyo.

A mis hermanas Ana, Alicia, Jess, Sandra por apoyarme en mis sueños y por ser mi ejemplo a seguir y como no dedicar este esfuerzo a mis pequeños Alejo, Cris, Samy, Emi y Alía quienes llenan mi vida del amor más sincero y leal que puede existir gracias por formar parte de mi vida, los quiero.

Quinatoa Jami, Jeniffer

Dedicatoria

Con todo mi amor y cariño el trabajo de investigación dedico a mis padres porque siempre estuvieron ahí en las buenas y malas, por su esfuerzo, constancia, y luchar para apoyarme y formar como persona, estudiante e hija, por brindarme sus sabios consejos que me han permitido superar cualquier adversidad en el camino.

Con todo mi corazón a mis abuelitos, que me enseñaron muchas cosas positivas para la vida, que me inculcaron principios para ser una buena persona. Sé que me están viendo desde el cielo con alegría.

Con todo el cariño a mi sobrina es lo mejor y valioso que Dios me ha dado.

Vega Vega, María Alejandra

Agradecimiento

Agradezco a Dios por brindarme la sabiduría, la paciencia y la constancia para lograr mi objetivo más anhelado.

Le doy gracias a mis padres, por la confianza, el apoyo incondicional que me han brindado en el transcurso de mi formación profesional, a mis hermanas, sobrinos y cuñados que han formado parte de este logro y como no agradecer a mis hermosos felinos Soli y Morita por acompañarme en mis largas noches.

De manera especial agradezco a mi tutor de tesis Ing. Luis Palomino por su paciencia, por sus consejos y sobre todo ser una de las persona más correcta y profesional que he conocido a lo largo de mi carrera.

A mi familia y conocidos con quien he compartido momentos únicos e inolvidables, pero de manera especial quiero agradecer a mis mejores amigos: Cris, Vane, Joss y Amy, por ser la personas más leales y sinceras que pude conocer, por su apoyo incondicional, por siempre estar conmigo en los instantes buenos y malos, gracias por formar parte de mi vida, por ser ese plus que alegra y motiva a cumplir mis metas y sueños, que nuestra amistad sea eterna.

Mi gratitud, también a mi segundo hogar MUNDO MODA, gracias por permitirme crecer como persona y profesionalmente, por todos los momentos llenos de alegría, nostalgia que siempre se quedaran en mi mente y corazón.

Quinatoa Jami, Jeniffer

Agradecimiento

Quiero expresar mi gratitud y amor a Dios por darme sabiduría, fortaleza y por guiarme por el camino del bien.

A mis queridos padres Francisco y María por acompañarme a lo largo de este tiempo, por brindarme su apoyo incondicional en todo momento, por ser guías de mi vida, para ellos mi gratitud y cariño infinito.

A mis hermanos Alexandra, Franklin y Marisol quienes han estado siempre a mi lado, por ayudarme de una u otra manera a cumplir mi meta. Los amo mucho.

A mis amigos y familiares quienes me enseñaron y me dieron ánimos. En especial a mi amiga, quien me acompañó durante el tiempo de aprendizaje, compañera de mis alegrías, tristezas y aventura. Sole.

A mi tutor Luis Palomino, gracias a su paciencia, enseñanza, sus conocimientos y experiencias. Quiero agradecer por el tiempo dedicado.

Finalmente, a la Universidad de las Fuerzas Armadas Espe, Sede Latacunga por haber permitido adquirir los conocimientos en los años de aprendizaje, que sin lugar a dudas me formaron para enfrentar al mundo con sabiduría y profesionalismo.

Vega Vega, María Alejandra

ÍNDICE DE CONTENIDO

Carátula	1
Reporte de verificación de contenidos.....	2
Certificación	3
Responsabilidad de auditoría	4
Autorización de publicación	5
Dedicatoria	6
Dedicatoria	7
Agradecimiento.....	8
Agradecimiento.....	9
Índice de Contenido.....	10
Índice de Tablas	13
Índice de Figuras	16
Resumen.....	18
Abstract	19
Capítulo I: Problema y Marco Teórico	20
Generalidades.....	20
<i>Introducción</i>	20
<i>Planteamiento del problema</i>	23
<i>Formulación del problema</i>	24
<i>Justificación e importancia</i>	24
Objetivos de la investigación	25
<i>Objetivo General</i>	25

Objetivos Específicos	25
<i>Idea a defender.....</i>	25
Variables	25
Turismo Comunitario	26
<i>Evolución del Turismo Comunitario.....</i>	26
<i>Desarrollo del Turismo Comunitario</i>	30
<i>Comunidad y el Turismo Comunitario.....</i>	36
<i>Aportes del Turismo Comunitario</i>	39
Análisis Situacional.....	42
<i>Fundamentos del Análisis Situacional.....</i>	42
<i>Diagnóstico Situacional</i>	44
<i>Herramientas del diagnóstico turístico en las comunidades</i>	49
<i>Diagnóstico del turismo comunitario.....</i>	51
Capítulo II: Marco Metodológico	55
Introducción	55
<i>Método de investigación</i>	56
<i>Cuantitativa</i>	56
<i>Tipo de investigación</i>	57
<i>Población y muestra.....</i>	58
<i>Recolección de información de datos.....</i>	63
<i>Procesamiento de información de datos</i>	65
<i>Análisis de Resultados.....</i>	66
<i>Descripción de la experiencia.....</i>	67

<i>Análisis de experiencia</i>	70
Capítulo III: Análisis de la Experiencia de Turismo Comunitario	73
Introducción	73
<i>Descripción de la experiencia</i>	74
<i>Definición y composición del producto turístico</i>	77
<i>Segmento de mercado atendido</i>	84
<i>Mercadeo y comercialización</i>	87
Capítulo IV: Análisis de la Experiencia de Turismo Comunitario	93
Introducción	93
<i>Diagnóstico estratégico</i>	94
<i>Análisis de la encuesta: Comunidad</i>	99
<i>Análisis de la encuesta: Turista</i>	115
<i>Análisis de la entrevista: Expertos</i>	123
<i>Análisis FODA</i>	131
<i>Idea a defender</i>	133
Direccionamiento estratégico.....	135
Proyección estratégica	150
Conclusiones	167
Recomendaciones	169
Bibliografía.....	175
Anexos.....	178

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Evolución de los conceptos del Turismo Comunitario</i>	27
Tabla 2 <i>Principios del Turismo Comunitario</i>	31
Tabla 3 <i>Actores del Turismo Comunitario en el Ecuador</i>	38
Tabla 4 <i>Factores de la dimensión del problema</i>	44
Tabla 5 <i>Desarrollo del diagnóstico situacional</i>	46
Tabla 6 <i>Etapas del diagnóstico situacional</i>	48
Tabla 7 <i>Fases de recopilación de información del diagnóstico turístico</i>	50
Tabla 8 <i>Modos de gobernanza</i>	53
Tabla 9 <i>Centros de turismo comunitario de la provincia de Chimborazo</i>	59
Tabla 10 <i>Expertos y conocedores para la entrevista</i>	60
Tabla 11 <i>Cálculo de la población de la comuna Palacio Real</i>	62
Tabla 12 <i>Descripción de la experiencia del Turismo comunitario</i>	68
Tabla 13 <i>Análisis de la experiencia del turismo comunitario</i>	71
Tabla 14 <i>Atractivos turísticos de la comuna Palacio Real</i>	79
Tabla 15 <i>Características del segmento turístico</i>	84
Tabla 16 <i>Oferta turística del centro comunitario Palacio Real</i>	87
Tabla 17 <i>Características de la comercialización de productos turísticos</i>	88
Tabla 18 <i>Funciones de los canales de distribución</i>	89
Tabla 19 <i>Principales actores en la comercialización del producto turístico</i>	91
Tabla 20 <i>Datos Generales</i>	122
Tabla 21 <i>Entrevista a la administradora Jennifer Pagalo</i>	123
Tabla 22 <i>Entrevista Ing. Juan Velarde</i>	126

Tabla 23 <i>Entrevista Ing. Juan Carlos Plaza</i>	128
Tabla 24 <i>Matriz de resumen – Síntesis FODA</i>	131
Tabla 25 <i>Matrices de impacto</i>	135
Tabla 26 <i>Matriz de evaluación interna</i>	137
Tabla 27 <i>Matriz de evaluación externa</i>	139
Tabla 28 <i>Matriz de acción FO</i>	141
Tabla 29 <i>Matriz de acción DA</i>	142
Tabla 30 <i>Matriz de acción FA</i>	143
Tabla 31 <i>Matriz de acción DO</i>	144
Tabla 32 <i>Ratio de balance de fuerza</i>	145
Tabla 33 <i>Fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relevantes</i>	146
Tabla 34 <i>Matriz de síntesis estratégica</i>	147
Tabla 35 <i>Planificación de proyectos</i>	150
Tabla 36 <i>Proyectos priorizados</i>	154
Tabla 37 <i>Proyecto 1</i>	156
Tabla 38 <i>Proyecto 2</i>	157
Tabla 39 <i>Proyecto 3</i>	158
Tabla 40 <i>Proyecto 4</i>	159
Tabla 41 <i>Proyecto 5</i>	160
Tabla 42 <i>Proyecto 6</i>	161
Tabla 43 <i>Proyecto 7</i>	162
Tabla 44 <i>Proyecto 8</i>	163
Tabla 45 <i>Proyecto 9</i>	164

Tabla 46 *Proyecto 10*..... 165

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	<i>Cronología del turismo comunitario</i>	30
Figura 2	<i>Dimensiones del Turismo Comunitario</i>	35
Figura 3	<i>Estructura metodológica de investigación</i>	55
Figura 4	<i>Centro comunitario Palacio Real</i>	75
Figura 5	<i>Composición del producto turístico del centro comunitario Palacio Real</i>	78
Figura 6	<i>Choza Kundur Purina</i>	80
Figura 7	<i>Palacio de la llama</i>	81
Figura 8	<i>Hacienda Simón Bolívar</i>	82
Figura 9	<i>Señalización del sendero Miraloma</i>	83
Figura 10.	<i>Enfoque de la carga turística</i>	85
Figura 11	<i>Llegada de turistas internacionales</i>	95
Figura 12	<i>Género de personas encuestadas</i>	100
Figura 13	<i>Rango de edad de personas encuestadas</i>	100
Figura 14	<i>Nivel de instrucción académica</i>	101
Figura 15	<i>Ocupación del encuestado</i>	101
Figura 16	<i>Tipo de Organización</i>	103
Figura 17	<i>Servicios básicos de la comunidad</i>	103
Figura 18	<i>Centro comunitario cuenta con centros de educación</i>	104
Figura 19	<i>Cuenta con una fuente de ingreso</i>	105
Figura 20	<i>Emprendimientos turísticos en la comunidad</i>	106
Figura 21	<i>Dentro de la comunidad existe migración</i>	108
Figura 22	<i>Acceso a la tecnología</i>	107

Figura 23 <i>Existe un centro de salud</i>	108
Figura 24 <i>Establecimiento de salud</i>	109
Figura 25 <i>Vías de Acceso</i>	110
Figura 26 <i>Planta turística</i>	111
Figura 27 <i>Implementación de actividades ocio y recreación</i>	112
Figura 28 <i>Gestión comunitaria</i>	113
Figura 29 <i>Cambios sociales tras el COVID-19</i>	113
Figura 30 <i>Implementación de estrategias</i>	114
Figura 31 <i>Rango de edad</i>	115
Figura 32 <i>Características del visitante</i>	116
Figura 33 <i>Motivo de viaje</i>	117
Figura 34 <i>Duración de la estadía</i>	117
Figura 35 <i>Número de personas que realizan el viaje</i>	118
Figura 36 <i>Ha visitado otro CTC</i>	118
Figura 37 <i>Servicio de alojamiento</i>	119
Figura 38 <i>Trasporte</i>	120
Figura 39 <i>Gastos turísticos</i>	120
Figura 40 <i>Actividades turísticas</i>	121
Figura 41 <i>Expectativas turísticas</i>	122
Figura 42 <i>Promoción y propaganda</i>	153
Figura 43 <i>Priorización</i>	154

Resumen

En el presente proyecto de investigación se analizó la situación actual del turismo comunitario de Palacio Real en la provincia de Chimborazo, es así, que el trabajo consta de la problemática y marco teórico, marco metodológico, el diagnóstico del lugar y la propuesta de investigación por medio de las estrategias. El estudio radica en conocer la situación real en la comuna, para ello, se utilizó la fundamentación teórica de diferentes autores para sustentar el proyecto, además, se empleó el enfoque cualitativo y cuantitativo a través de la aplicación de diferentes instrumentos como: la observación, entrevista y la encuesta, herramientas que fueron utilizados para la recolección de datos descriptivos y estadísticos. Asimismo, en la investigación se realizó el trabajo de campo con la finalidad de recopilar aspectos de relevancia del CTC que permitieron la descripción y el análisis de la experiencia del turismo comunitario. Finalmente, se procedió a establecer estrategias y proyectos encaminados al desarrollo local en pro de fortalecimiento de las actividades turísticas de la comuna Palacio Real basado en la metodología propuesta por Maldonado (2005) en función del análisis actual por causa de la pandemia COVID – 19 que ha generado un impacto negativo en el desarrollo de las actividades turísticas.

Palabras claves: Turismo comunitario, desarrollo local, sostenibilidad, comunidad Palacio Real, actividad turística en el centro comunitario Palacio Real.

Abstract

In this research project, the current situation of community tourism in Palacio Real in the province of Chimborazo was analyzed, thus, the work consists of the problems and theoretical framework, methodological framework, diagnosis of the place and the research proposal through strategies. The study is based on knowing the real situation in the commune, for this, the theoretical foundation of different authors was used to support the project, in addition, the qualitative and quantitative approach was used through the application of different instruments such as: observation, interview and survey, tools that were used for the collection of descriptive and statistical data. Likewise, field work was carried out in order to compile relevant aspects of the CTC that allowed the description and analysis of the community tourism experience. Finally, we proceeded to establish strategies and projects aimed at local development in order to strengthen the tourism activities of the Palacio Real commune based on the methodology proposed by Maldonado (2005) according to the current analysis due to the COVID-19 pandemic, which has had a negative impact on the development of tourism activities.

Key words: Community tourism, local development, sustainability, Palacio Real community, tourism activity in the Palacio Real community center.

Capítulo I

Problema y marco teórico

Generalidades

Introducción

En el Ecuador el “turismo comunitario evidencia sus primeros pasos de forma espontánea e incipiente motivados por las propias comunidades en el año de 1980, con las iniciativas de las localidades de Agua Blanca en la Costa y Capirona en la Amazonía” (Miranda et al., 2021, pág. 84). Es decir que el turismo comunitario nace como una alternativa turística de los pueblos y nacionalidades para conservar su territorio, los saberes ancestrales, además, obtener ingresos económicos para la supervivencia de las comunidades, tal es caso de la provincia de Chimborazo que cuenta con proyectos encaminados al turismo comunitario.

En la provincia de Chimborazo, “el turismo comunitario ha sido uno de los factores más influyentes para la dinamización de la economía local, logrando así una mejora en el estilo de vida de las comunidades” (Sagba, 2017, pág. 2), tal es el caso de las comunidades de Quilla Pacari, Palacio Real, Tolte y La Moya que practican el turismo comunitario y están registrados en el catastro turístico de centros comunitarios del consolidado nacional del Ministerio del Turismo del año 2021, que tienen como propósito promover y fortalecer las actividades turísticas comunitarias y rescatar su patrimonio histórico.

La Comuna Palacio Real es una de las 16 comunidades pertenecientes jurídicamente a la parroquia Calpi, ubicada en la provincia de Chimborazo a 15 kilómetros de Riobamba, esta comuna fue registrada el 16 de septiembre del año 2014 como un centro comunitario denominado ‘Sumak Kawsay’, con el fin de promover y dar a conocer su diario vivir, sus creencias y su cultura.

De acuerdo al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, (2015) la comunidad Palacio Real está conformada por 81 familias, con un promedio de 3 a 5 personas por hogar, que se dedican a las actividades de la agricultura, ganadería, construcción, artesanía y al turismo, además, se estima que la población está formada aproximadamente de 450 personas que están dispersos a lo largo de la comunidad.

Por otra parte, la comunidad ofrece varios servicios turísticos, en lo que respecta al alojamiento, disponen de tres chozas, casas familiares que son adecuadas para satisfacer las necesidades del turista, en cuanto a la gastronomía el CTC, cuenta con un restaurante donde ofrece platos típicos y bebidas propias de la zona, su principal producto estrella es la carne de la llama, la quinua, y la chicha de jora que son autóctonos de la zona.

Además, la comunidad cuenta con el apoyo de la Corporación de Desarrollo del Turismo Comunitario, Puruhá Razarku (CORDTUCH), que es una asociación que tiene como objetivo gestionar, capacitar, promover y comercializar rutas, circuitos, excursiones y paquetes turísticos del centro comunitario Palacio Real, con el fin de mejorar la calidad de vida de los miembros de la comunidad.

Cabe mencionar que una de las actividades turísticas de la comuna, es la guianza por los senderos turísticos como: Simón Bolívar, Miraloma y Yakanapak Ñan a los turistas nacionales y extranjeros, adicional se desarrolla la actividad denominada llama Trek, que es un recorrido con una duración de 1 a 3 días, también se ofertan productos artesanales, por tal razón, la comuna se caracteriza como una de las más importantes de la provincia por su variada oferta turística.

En cuanto a la elaboración de las artesanías, está a cargo de un grupo de mujeres denominado "Nuevo Milenio" que ofrecen un sin número de artículos para los turistas y son elaborados a mano con productos de la zona (la lana de la llama), entre estas se puede mencionar: gorros, guantes, chompas, sombreros, abrigos, carteras, billeteras, etc. De esta

manera generan ingresos económicos conjuntamente con la actividad turística con el fin de brindar nuevas oportunidades para el desarrollo local.

Por otro lado, la estructura administrativa de la comuna Palacio Real está conformada por un presidente, vicepresidente, secretario, tesorero, coordinador y 4 vocales, que son elegidos por la asamblea general, y son pilar fundamental en la toma de decisiones para el beneficio de la comuna. La elección de la directiva se realiza al inicio de cada año y está conformada por nueve miembros que deben tener la mayoría de edad (Espín et al., 2018, pág. 360).

Además, es importante mencionar que el turismo comunitario genera un impacto positivo en las comunidades, tal es el caso de la comuna Palacio Real que busca el equilibrio entre los ejes económicos, sociales y naturales. Por lo tanto, es importante analizar la situación actual de la comuna, tomando en cuenta que en los últimos años se han suscitado problemas sanitarios, políticos y económicos.

En este contexto, es importante desarrollar el presente proyecto que permita conocer y analizar la situación actual del turismo comunitario en la Comuna Palacio Real en la provincia de Chimborazo, para posteriormente establecer estrategias de desarrollo local en pro del fortalecimiento turístico comunitario para el beneficio local y de la provincia.

En tal sentido, la investigación está estructurada por cuatro capítulos, el primer capítulo comprende el planteamiento del problema, la formulación del problema, la justificación y los objetivos de la investigación, así como la fundamentación teórica. El segundo capítulo está compuesto por la metodología. El tercer capítulo se enfoca en el desarrollo del diagnóstico del lugar, y el cuarto capítulo la propuesta de investigación por medio de una serie de estrategias en pro del desarrollo del turismo comunitario para la comuna Palacio Real.

Planteamiento del problema

En el Ecuador el turismo comunitario se ha visto como una “actividad estratégica que actúa como catalizador de diferentes procesos y amplía la oferta competitiva y sustentable, a la vez que se logra un equilibrio socio-económico con posibilidades para conservar y potenciar el patrimonio natural, y la diversidad cultural” (Mullo et al., 2019, pág. 179). Sin embargo, existen falencias en el manejo de la actividad turística principalmente en los centros comunitarios, debido a la falta de organización y gestión por parte de los emprendedores, y, a todo esto, se suma la crisis sanitaria que ha provocado pérdidas importantes en el ámbito económico y social.

Chimborazo es una de las provincias que cuenta con recursos naturales y culturales impresionantes que favorece al desarrollo del turismo comunitario sobre todo en las zonas rurales, no obstante, las actividades que se desarrollan en los centros comunitarios han tenido que suspenderlas por un lapso de dos años por los confinamientos, cuarentenas declaradas por las autoridades nacionales y provinciales. Es por ello, que las personas que trabajan en el sector turístico han sufrido pérdidas económicas importantes.

En este contexto, la Comuna Palacio Real es uno de los centros comunitario oficialmente reconocidos en el sector, caracterizado por la prestación de varios servicios como la guianza, alimentación, alojamiento, venta de artesanías entre otros, la misma que ha sufrido pérdidas económicas a causa de problemas sociales y sanitarios como la pandemia COVID-19, por lo que se vieron obligados a cerrar o suspender la mayor parte de emprendimientos turísticos, por lo tanto, el centro de turismo comunitario Palacio Real requiere de estrategias para tener una demanda y afluencia turística en pro de la recuperación económica.

En esta línea de ideas, la investigación tiene como fin analizar la situación actual del turismo comunitario en la Comuna Palacio Real, mediante la aplicación de las encuestas y

la investigación del campo que permita obtener la información necesaria para generar las estrategias para la reactivación de las actividades turísticas.

Formulación del problema

¿Cuál es la situación actual del centro de Turismo Comunitario Palacio Real?

Justificación e importancia

En el Ecuador el turismo comunitario se caracteriza por proporcionar y brindar beneficios a las comunidades que buscan minimizar los impactos negativos y contribuir al desarrollo sostenible para una mejor calidad de vida, razón por la cual, es importante desarrollar el análisis de la situación actual del turismo comunitario para comprender cuál es la dinámica de esta. En este sentido, el presente proyecto se centra en investigar el centro comunitario en la provincia de Chimborazo.

La provincia de Chimborazo se caracteriza por fortalecer los emprendimientos turísticos comunitarios que están enfocados en brindar un servicio de calidad a los turistas, también trabajan en el posicionamiento del mercado turístico para brindar mejores oportunidades a las personas del sector. Por tal razón, la investigación se desarrolla en la comuna Palacio Real, el cual, cuenta con los recursos necesarios para el fortalecimiento del turismo comunitario.

En la Comuna Palacio Real el turismo comunitario se ha venido desarrollando de forma paulatina para satisfacer las necesidades del turista y brindar mejores oportunidades a las familias de la localidad, por tal razón, es primordial desarrollar el presente proyecto que dé solución a las necesidades que requiere el centro comunitario, para el fortalecimiento de las actividades turísticas de manera sostenible.

Finalmente, el proyecto contribuye al desarrollo de estrategias para promover y potencializar las actividades turísticas comunitarias en Palacio Real, es decir, que el trabajo está enfocado en el análisis de la situación actual de la comuna, de manera que permita

generar estrategias con el fin de mejorar el estilo de vida de las familias y dar a conocer la riqueza histórica y cultural a nivel local, nacional e internacional.

Objetivos de la investigación

Objetivo General

Realizar un análisis de la situación actual del turismo comunitario en la Comuna Palacio Real.

Objetivos Específicos

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

Idea a defender

El análisis situacional permitirá generar estrategias de desarrollo local en el centro de turismo comunitario Palacio Real.

Variables

Variable Independiente: Análisis Situacional

Variable Dependiente: Turismo Comunitario

La investigación se sustenta en el marco teórico conceptual y en el estado de arte, en función de las variables (Análisis Situacional y Turismo Comunitario), que se fundamentan de acuerdo al área de estudio (Palacio Real).

Turismo Comunitario

Evolución del Turismo Comunitario

El turismo comunitario surge por primera vez en Asia, África y Latinoamérica en el año 1950 (Azevedo, 2007; Cañada, 2012, citado en Palomino et al., 2015, pág. 11). Es decir que nace como una alternativa económica para el desarrollo de las comunidades especialmente en los sectores rurales, indígenas y campesinas. Además, López & Sánchez (2009) mencionan que el concepto del turismo comunitario aparece en la obra de Peter Murphy en el año 1985, en base a las aspiraciones y necesidades que tenían las comunidades. Por otro lado, el autor reconoce que la noción para integrar a las comunidades en el turismo ya venía desde los años 60, cuando por primera vez se dieron las pautas para la planificación con el enfoque regional (pág. 4).

De igual manera, la obra denominada “Turismo a Community Approach” “destaca las relaciones entre la comunidad local y la actividad turística basada en los países en vías de desarrollo”. Así mismo, en el trabajo Strategic Management For Tourism Communities en el año 2004, hace referencia al concepto del turismo comunitario que tiene relación netamente con la comunidad (Murphy 1985, citado en Aomori, 2017, pág. 27). En este sentido, el primer autor que introdujo el término del Turismo de Base Comunitaria (CBT) fue Deroi (1988, citado en Fernández, 2011) quien relaciona con el turismo alternativo, mencionado lo siguiente:

El turismo alternativo- turismo de base comunitario es un conjunto de servicios y características de hospitalidad ofrecidos a los visitantes por parte de los individuos, familias y una comunidad local, con el fin de establecer una intercomunicación directa y mutuo entendimiento entre anfitriones e invitados (pág. 38).

Por lo tanto, la comunidad es un elemento fundamental que aporta con la experiencia turística para que exista una interrelación entre los anfitriones y el turista. Por otra parte, en los años noventa los investigadores se han enfocado en realizar el análisis de

esta modalidad turística, pero en su mayor parte han sido los estudios académicos que se han centrado en el turismo comunitario. A partir de ello nacen los diferentes conceptos, como se puede evidenciar en la siguiente tabla.

Tabla 1

Evolución de los conceptos del Turismo Comunitario

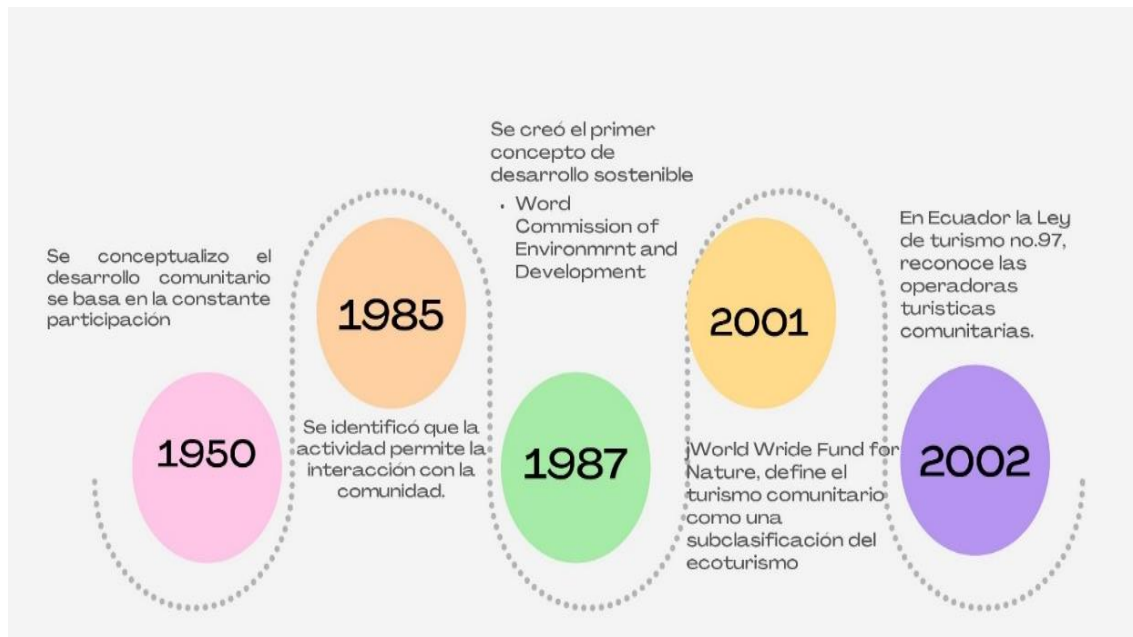
Autor	Concepto
(Swain, 1989 en Zeppel, 2006: 85)	El turismo indígena es el turismo localizado en el territorio de la comunidad, con su carga cultural, controlado por la comuna.
(ASEC, 1993 en Ruiz & Solís: 2007: 22)	El ecoturismo comunitario es una forma de hacer turismo, que constituye una oferta construida, gestionada y controlada por la misma comunidad y tiene como principal rasgo diferenciador la distribución de los beneficios.
(Butler & Hinch, 1996: 9)	El turismo indígena es una actividad en la cual la comunidad está directamente relacionada, ya sea por tener control de la operación y/o por que el principal recurso turístico está en su cultura.
(Rodríguez, 1999 en Ruiz & Solís, 2007: 68)	El ecoturismo comunitario es aquella actividad turística en donde el manejo, la toma de decisiones, y la participación accionaria de dicha actividad está en manos parcial o totalmente de las comunidades asentadas en un área natural totalidad de los beneficios generados por esta actividad.

Autor	Concepto
(ANTA, 2001 en Zeppel, 2006)	El ecoturismo comunitario es aquel que es sostenible con el entorno natural e involucra a los indígenas en la toma de decisiones y en el manejo del emprendimiento.
(FEPTCE, 2002: 1)	Turismo comunitario es toda actividad económica solidaria que relaciona a la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural, con participación consensuada de sus miembros, propendiendo al manejo adecuado de los recursos naturales y la valoración del patrimonio cultural, basados en un principio de equidad en la distribución de los beneficios generados.
(OIT, 2005a: 1)	El turismo se desarrolla en las pequeñas comunidades rurales que reciben en su seno a los turistas y permiten tener un acercamiento y conocimiento de sus costumbres, diario vivir.
(Zeppel, 2006)	El ecoturismo comunitario se define como turismo de base natural o tours implementados por los indígenas que muestran la relación cultural con la naturaleza.
(Farfán & Serrano en Ruiz & Solís: 2007: 67)	Turismo comunitario es toda forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados por la prestación de servicios turísticos, con miras a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes.

Autor	Concepto
(Ministerio de Turismo del Ecuador, 2009: 2)	Se entenderá por actividad turística comunitaria el ejercicio directo y exclusivo de los servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, en los términos señalados en el artículo 5 de la Ley de Turismo por parte de las comunidades legalmente acreditadas, organizadas y capacitadas.
(CORTUS, 2014: 1)	El turismo comunitario es un proyecto alternativo de manejo sostenible y sustentable con un profundo respeto a la herencia ecológica y cultural de los pueblos y nacionalidades, donde todos participan en la toma de decisiones para el bienestar de los miembros que conforman la comunidad.

Nota. La evolución de los conceptos del turismo comunitario (Cabanilla & Garrido , 2017, pág. 53).

En este sentido, la evolución de los conceptos del turismo comunitario se evidencia en el cambio de la gramática por los diferentes autores, sin embargo, los conceptos coinciden que el turismo comunitario es el pilar fundamental para el desarrollo económico, social y ambiental de las comunidades. Por otra parte, es necesario comprender la cronología del turismo que hace referencia a “identificar en el pasado las sucesiones y hechos en un orden lógico” (Blanco, 2017, pág. 88), permitiendo comprender de una mejor manera, tal como se muestra en la siguiente figura.

Figura 1*Cronología del turismo comunitario*

Nota. El orden cronológico del turismo comunitario (González, 2015, citado en Iturralde et al, 2015, pág.76).

De acuerdo a la cronología, el turismo comunitario se ha adaptado al tiempo y espacio en el que se desarrolla especialmente en los sectores rurales, donde a través del concepto buscan la valoración y el aprovechamiento social en las comunidades, generando beneficios económicos para la localidad. Por otra parte, es importante recalcar aspectos importantes que involucran el desarrollo de turismo comunitario.

Desarrollo del Turismo Comunitario

“El turismo comunitario es una modalidad turística que permite la conservación del medio ambiente y la participación de la comunidad local en la gestión turística del territorio” (Pastor et al., 2011, pág. 2). Por otra parte, “las comunidades que llevan a cabo el turismo local son varios grupos y personas, propietarios de pequeñas empresas, empresarios, asociaciones locales y funcionarios gubernamentales” (Robayo, 2020, pág. 16), entonces, se puede mencionar que el turismo comunitario hoy en día está en proceso de desarrollo en

varias partes del mundo, ante esto es importante recalcar los principios que conlleva esta actividad.

Tabla 2

Principios del Turismo Comunitario

Principios	Conceptos
Actitud	“Los agentes de turismo deben comprender que la actitud de las comunidades locales, frente a la participación en el turismo que permite a generar o no las actividades o servicios de turismo en el pro del desarrollo comunitario” (Early & Chaiken, 1993, citado en Iturralde et al., 2015 pág. 78).
Percepción	“La percepción es una manera que vemos e interpretamos las cosas en cuanto a la experiencia personal, valores, ideologías, costumbres y tradiciones” (Altés, 1997, citado en Cardona, 2012, pág. 42), es decir que todo esto podemos observar a través de la atención al cliente.
Participación	La participación comunitaria es importante para el desarrollo de las actividades, para de esa manera “fomentar las iniciativas de los propios individuos y también en la solución de los problemas de carácter comunitario, y eventualmente, orientar la acción hacia los objetivos previstos en los planes de desarrollo local” (Galeana & Sainz, 2003, citado en Narváez et al., 2017, pág. 108)
Calidad	Consiste en relacionar el servicio al cliente, el compromiso a trabajar, la confianza de los actores que participan en la actividad turística.

Nota. Los principios del turismo comunitario (González, 2015, citado en Iturralde et al., 2015, pág. 78).

Efectivamente, el turismo comunitario implica la cooperación y la participación de los miembros de la comunidad y otros actores para el desarrollo de la actividad turística, además, es importante que estos grupos de personas tengan en consideración los principios para el funcionamiento de la actividad de una forma eficiente. Por otro lado, es importante mencionar un elemento fundamental del turismo comunitario, como es el liderazgo.

El liderazgo está presente en todas las partes. En este sentido, Ramírez (2013, citado en Uzurriaga, 2020) menciona que su “naturaleza psicosocial lo sitúa en el punto de encuentro entre lo propositivo y operacional de la administración, y el poder, la autoridad y el mando en la dirección de organizaciones” (pág. 5). Es decir que hoy en día el liderazgo juega un papel fundamental en diferentes organizaciones, así como el liderazgo en la comunidad.

Además, el liderazgo en la comunidad es el pilar fundamental para la organización y la planificación de las actividades turísticas. En tal sentido, Torre (2010, citado en Sanmartín, 2014) establece que el “liderazgo en una comunidad naturalmente está en la figura de la persona, que lleva la delantera en las acciones que realiza la comunidad, o aquella persona que sin ser dirigente comunitario influencia en las actitudes y pensamientos de la comunidad” (pág. 38)

Desde este punto de vista, el liderazgo es un proceso en el cuál una persona toma el mando para poder liderar a la comunidad, permitiendo así el logro de los objetivos planteados, en este sentido, quien quiera integrarse a las actividades del turismo comunitario deben tener la aceptación de la comunidad, sobre todo buscar el bien común, a través del fortalecimiento de relaciones con los actores que interactúan. Por otro lado, es importante conocer los factores que contribuyen al desarrollo del turismo comunitario.

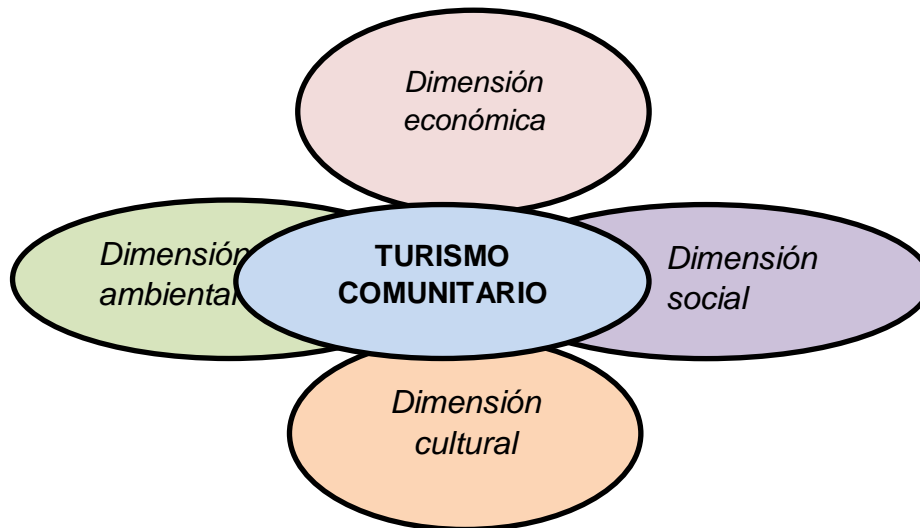
En tal sentido, “El éxito del turismo comunitario se relaciona con la viabilidad y auto sostenibilidad económica tanto a nivel individual como colectivo”, además, “el turismo comunitario es una actividad que se desarrolla con la población, que se basa en la gestión del territorio y en la participación activa de la comunidad local en las actividades de esa manera se busca obtener ingresos económicos” (Armstrong, 2012, citado en Rodas, et al, 2015, pág. 3-74).

En efecto, la participación comunitaria es fundamental para llevar a cabo las actividades turísticas de una manera eficiente, además, las personas consideran una oportunidad y responsabilidad con la comunidad local para contribuir al desarrollo exitoso de esta. En esta línea de ideas, es importante recalcar otro factor que contribuye al mismo; como es la capacitación. En este contexto, López & Finol (2007 citado en López et al., 2015) establecen lo siguiente:

La capacitación es un proceso de aprendizaje dialéctico, a través del intercambio de conocimiento y vivencias de la comunidad promovida desde el aparato estatal o desde la sociedad, que busca transformar los esquemas centralistas de gestión pública, por una cultura de participación activa en el proceso de formulación, ejecución y evaluación de las políticas públicas, en función de su bienestar y el del colectivo (pág. 189).

Efectivamente, las personas que se integran a trabajar en esta modalidad turística deben tomar en cuenta los aspectos mencionados para la gestión y planificación turística. Por otra parte, es importante desarrollar la actividad turística comunitaria a partir de la sostenibilidad (Ver figura 2). Por tal motivo, Villamizar (s.f, citado en Mura & Reyes, 2015) menciona que el “desarrollo sostenible es el término que se le da al equilibrio del manejo del planeta en cuatro ámbitos: económico, ambiental, cultural, y social del entorno comunitario” (pág. 44).

1. **Dimensión económica.** “Permite tener las condiciones laborales dignas que cubran las necesidades de las personas y empleo de calidad; y formas consensuadas y justas de valoración del intercambio en las relaciones comerciales y productivas en las comunidades” (Guridi & Mendiguren 2014, pág. 35).
2. **La dimensión ambiental.** Se refiere a las “posibilidades eco sistémicas para generar bienes y servicios ambientales y la responsabilidad cultural para proteger el medio ambiente con el fin de garantizar en tiempo y espacio una oferta y demanda adecuada de bienes y servicios ambientales” (Vega, 2013, pág. 2).
3. **Dimensión cultural.** “No puede existir un desarrollo satisfactorio y sostenible quien no reconozca y utilice la fuerza vitalizadora de la cultura y haga caso omiso de los estilos de vida, sistemas de valores, tradiciones, creencias, conocimientos y aptitudes de la comunidad” (Unesco, 1994, citado en Martínez, 2018, pág. 294).
4. **Dimensión social.** “Se propone que las generaciones futuras tengan las mismas o más oportunidades que las generaciones anteriores. Pretende sentar las bases de una mejora la economía mediante incentivos para la mejora de la educación, del conocimiento y de la innovación” (Camilo, 2013, pág. 19).

Figura 2*Dimensiones del Turismo Comunitario*

Nota. Dimensiones de la sostenibilidad (Aomari, 2017, pág. 31).

En efecto, no se puede hablar del verdadero desarrollo del turismo comunitario, si en el proceso de esta, no se respeta los valores culturales, no se cuida el medio ambiente, tampoco existe una participación activa de los actores, o los beneficios económicos generados no se distribuyen equitativamente en las comunidades. Es por ello, que es importante trabajar en el sector a partir de la sostenibilidad.

En definitiva, la sostenibilidad busca la equidad entre las cuatro dimensiones que están enfocadas para el bienestar de la población. Además, Samsom (2015) establece que la sostenibilidad ha “ganado popularidad en un mundo donde cada vez aumenta la presión del ser humano sobre los ecosistemas. Sus principios fundamentales buscan reducir los impactos sociales negativos y la huella ecológica que generan las actividades económicas para asegurar un futuro mejor” (pág.2). Por otro lado, es importante mencionar los conceptos de comunidad y el turismo comunitario.

Comunidad y el Turismo Comunitario

Para la Real Academia de la Lengua Española (RAE), el “término comunidad se refiere al conjunto de personas vinculadas por características o intereses comunes, es decir que una comunidad constituye una agrupación de personas que tienen elementos en común, como idioma, costumbres, ubicación geográfica, gustos, corrientes de pensamiento” (Padilla, s,f). Así mismo, Robertis & Pascal (2007, citado en Carvajal, 2011) afirman que el “término de la comunidad se refiere al carácter de lo que es común, similitud, identidad, reunión de personas que viven juntas, que tienen intereses comunes” (pág. 12)

Por otro lado, Arias & Violich (2003, citado en Causse, 2009) expresan que la comunidad es un “grupo de personas que viven en un área geográficamente específica y cuyos miembros comparten actividades e intereses comunes, donde pueden o no cooperar, formal e informalmente para la solución de los problemas (pág.12). En este sentido, la comunidad se refiere a un grupo de personas que desarrollan la actividad para el bienestar común.

Además, Socarrás (2004) indica que “La comunidad va más allá de una localización geográfica, es un conglomerado humano con un cierto sentido de pertenencia como: historia común, intereses compartidos, realidad espiritual y física, costumbres, hábitos, normas, símbolos, códigos” (pág. 3), en sí, la comunidad es un grupo de personas que comparten ciertas características similares y realizan las actividades para el bienestar común.

Por otro lado, es importante mencionar al turismo comunitario desde las comunidades, ya que esta modalidad turística ha impulsado al desarrollo local. En tal sentido, Blanco (2013) hace referencia al desarrollo local como la “participación de todos los actores en el territorio, a través del aprovechamiento de los recursos humanos, materiales, naturales, y de las potencialidades de la comunidad que tiene para alcanzar una

mejor calidad de vida y realización de los intereses de cada uno de los habitantes”(pág. 24), por tal motivo, se puede mencionar algunas de las comunidades ecuatorianas dedicadas al desarrollo del turismo comunitario como son:

- a) **Turismo Comunitario en la Comunidad de Agua Blanca.** Ubicada en la provincia de Manabí, esta comunidad se “identifica como descendiente del Pueblo Manta desde hace décadas se encuentra comprometida con la conservación de sus recursos naturales y su patrimonio cultural intangible a través del turismo” (Calispa & Díaz , 2018, pág. 7), además, esta comunidad vincula de “forma directa los procesos de participación, gestión y de repartos colectivos de beneficios que proporciona la estructura organizativa y garantiza el control efectivo del grupo sobre el turismo, lo cual genera un efectivo empoderamiento colectivo sobre recursos y territorios” (Ruiz et al., 2008 pág. 408), es así, que esta comunidad ha mejorado la calidad de vida a partir del desarrollo del turismo comunitario.
- b) **Turismo Comunitario en la comunidad de Yunguilla.** Ubicada en la provincia de Pichincha, esta comunidad ha “transformado su práctica económica extractivista a alternativa económica sustentable, y desarrolla desde abajo, es decir, desde la gestión comunitaria para el beneficio local que ha comenzado a desarrollarse desde los años 70”, además, esta “comunidad acoge las actividades de reforestación y emprendimientos dentro de su oferta turística, también se realizan visitas guiadas a la comunidad”(Hidalgo, 2021, págs. 39-40), esta comunidad es un claro ejemplo del desarrollo local.
- c) **Turismo Comunitario en la comunidad de Capirona.** Ubicada en la provincia de Napo, esta comunidad trabaja en la protección de expresiones culturales por medio del turismo comunitario, además gestiona e implementa el plan de salvaguardar a través de la directiva y los grupos del trabajo (Salazar et al., 2020). Así mismo, Prieto (2011 citado en Rodas et al., 2015) define que el “turismo comunitario ha mejorado las condiciones de vida de la población, ha elevado la autoestima y ha contribuido a

valorar el entorno medio ambiental y fortalecer los lazos comunitarios en esta comunidad” (pág. 69), es así, que la comunidad ha mejorado desde la práctica del turismo comunitario.

Por otro lado, el turismo comunitario es una actividad socioeconómica, que necesita la integración de los actores estratégicos (Ver tabla 3), que incentiven a promover y fortalecer la actividad turística con la finalidad de mejorar el bienestar de la población, por tal motivo, es importante mencionar los principales actores que contribuyen al desarrollo del turismo comunitario en Ecuador y el cargo que cada uno de ellos desempeñan.

Tabla 3

Actores del Turismo Comunitario en el Ecuador

Actores	Cargo
El Ministerio de Turismo	El Ministerio de Turismo, con sede en la ciudad de Quito impulsó en el año 2002 la Ley N.º 97 de Turismo, y otros puntos que promueve la iniciativa y participación indígena y campesina, con su cultura y sus tradiciones, preservando su identidad y protegiendo su ecosistema (García, 2016, pág. 598)
FEPTCE	Aparece en los años noventa, con el fin de trabajar en la “promoción y el reforzamiento de las diferentes iniciativas turísticas comunitarias a escala nacional e internacional, así como la mejora de la calidad de vida de las comunidades (García, 2016, pág. 604)

Actores	Cargo
Las ONGs	Las ONGs velan por la “protección del medio ambiente, y llevan a cabo actuaciones de ecoturismo de tipo comunitario a través de voluntariado y recaudando fondos de organismos internacionales” (Garcia, 2016, pág. 608).

Nota. Principales actores del turismo comunitario en el Ecuador (García, 2016).

Cabe destacar, que los actores son un elemento clave en la planificación y gestión del turismo comunitario, por otro lado, el turismo comunitario se ha adaptado como alternativa de desarrollo, a través de la actividad turística que genera empleos y brinda oportunidades y reduce la pobreza de la población para tener una vida digna, de esa manera evita la migración a otras ciudades en busca de mejores condiciones de vida.

Aportes del Turismo Comunitario

En la actualidad el turismo comunitario es visto como una alternativa de desarrollo, permitiendo tener un mayor contacto con la comunidad. En este sentido, para la FEPTCE (2006, citado en Ruiz et al., 2013) el turismo comunitario “es toda actividad turística que permite la participación de la comunidad desde una perspectiva intercultural y el manejo adecuado del patrimonio natural y valoración del patrimonio cultural, basados en un principio de equidad en la distribución de los beneficios locales” (pág. 23), así mismo, esta modalidad turística permite la participación activa de mayor cantidad de los pobladores locales que promuevan el desarrollo de la actividad turística.

Según Santana & Atiencia (2014) el turismo comunitario es aquel que se desarrolla en zonas rurales, que valora los saberes y patrimonios ancestrales, y permite la participación de la mayor cantidad de pobladores locales en actividades turísticas

productivas, y la obtención de beneficios culturales, naturales, económicos que promueve la permanencia de la población local en sus respectivos lugares, fomentando el orgullo y sentido de pertenencia por su tierra y tradiciones (pág. 72), es decir, que el turismo comunitario brinda oportunidades para mejorar el desarrollo socioeconómico de las comunidades.

En efecto, el turismo comunitario es una actividad donde requiere la participación de la comunidad basado en principios de equidad. Además, García (2016 citado en Yépez et al., 2021) menciona que es un “tipo de turismo, cuyo rasgo distintivo es considerado la dimensión del ser humano y fomentar encuentros interculturales con los visitantes, basándose en determinadas pautas como la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios” (pág. 917).

Por otra parte, el turismo comunitario es prometedora para constituir al desarrollo, y así mejorar los ingresos económicos, crear fuentes de empleo, reducir la pobreza entre otras, razón por la cual, para muchos esta modalidad turística es visto como una estrategia para el desarrollo local, que a través de ella buscan generar beneficios para el buen vivir.

En este sentido, Cuervo (2008) establece que las “ comunidades que practican el turismo comunitario, manifiestan que el turismo funciona como una estrategia para tener ingresos adicionales y mejorar las condiciones de vida sin trastornar drásticamente los valores y costumbres de la comunidad” (pág. 42), asimismo, el “turismo comunitario se ha convertido como una estrategia de desarrollo local desde abajo, protagonizada por las comunidades que habían sido tradicionalmente objetos de desarrollo antes que sujetos del mismo” (Ruiz et al.,2013, pág.5), es así, que el turismo comunitario funciona como una estrategia importante para el crecimiento socioeconómico, ambiental de las comunidades.

Siguiendo esta línea de ideas, el turismo comunitario es una estrategia de supervivencia de las personas que permite salvaguardar y proteger sus costumbres,

tradiciones, los recursos y el territorio, a través de ellas buscan beneficios económicos para tener una vida mejor. Por otra parte, el turismo comunitario es visto como una herramienta de desarrollo local. Por tal motivo, Richards & Hall (2000, citado en Cuervo, 2008) establecen al “turismo como herramienta para reducir la pobreza, desde sus inicios nace como una forma de inclusión para las pequeñas comunidades con las características básicas del turismo” (pág. 37).

Así mismo, Travé (s.f) menciona que el turismo comunitario se ha convertido en un producto más de los muchos que oferta la industria turística internacional, además, en un buen número de ocasiones ha demostrado que puede ser una herramienta eficaz para la mejora de la vida económica y social de las comunidades locales (pág. 4). También, Ruiz et al., (2013) mencionan que el turismo comunitario se perfila como una herramienta, no sólo de empoderamiento sobre los recursos, sino también como medio a través del cual redescubrir elementos, que, puestos en valor, revierte de manera positiva hacia la propia comunidad. Sin embargo, nada es posible sin la existencia de la comunidad, factor sin el cual no se garantiza lo comunitario (pág.80).

Según Acerenza (2013, citado en Palomino et al., 2020) el “turismo es una herramienta clave que juega un papel preponderante en el desarrollo de las comunidades en función del aprovechamiento de los recursos naturales y culturales que produce un efecto multiplicador en la región” (pág. 55), sin duda, el turismo comunitario para muchos es visto como una herramienta que aporta al desarrollo y contribución para el buen vivir de la población y no solo buscan generar el bien económico, sino también el fortalecimiento de la cohesión social, y el cuidado del medio ambiente.

Análisis Situacional

Fundamentos del Análisis Situacional

El análisis situacional se conceptualiza como un método antropológico fincado en el proceso histórico del cómo identificar el problema en una investigación, asimismo, el análisis situacional es la ejemplificación que permite conocer las circunstancias actuales entre las relaciones sociales, y el sistema cultural de los territorios que conllevan a comprender la situación actual de las mismas. (Max Gluckman, 1940, citado en Korsback, 2015, pág. 84)

De tal manera, se puede mencionar que el análisis situacional es un método que permite analizar dificultades, fallas, oportunidades y riesgos, para definirlos, clasificarlos, desglosarlos, jerarquizarlos y ponderarlos, permitiendo así actuar eficientemente en base a los criterios, planes y proyectos establecidos, así mismo, el análisis situacional permite conocer el problema que se desarrolla en el territorio, además, en los proyectos investigativos se debe determinar el por qué y cómo surgió el problema para posteriormente observar y analizar internamente las falencias que se pueden existir en el territorio. (Valle, 2004, pág. 7)

Por otro lado, es importante conocer el problema en diferentes ámbitos en los que se puede desarrollar (Matus, 1987, citado en Gutiérrez et al., 2016, pág. 607). Así mismo, la CEPAL (2019) señala que el “análisis situacional en una investigación es el proceso de planificar o describir la realidad del territorio sector o programa como puede ser la salud, educación, vivienda, servicios básicos, y otros” (pág, 11).

En este contexto, el desarrollo del análisis en una investigación se debe basar en cuatro patrones que han sido desarrollados y estudiados desde los orígenes de la raza humana que son universales y aplicables en diferentes situaciones que contribuyen al desenvolvimiento de la investigación, como son:

1. **Reconocimiento y definición del problema.** “Se redacta un enunciado que exprese de la manera más precisa posible el asunto (problema) ” (Valle & González, 2004, pág, 23), además, el “problema es el primer paso y el más importante de todo el proceso de la investigación ya que permite conocer y delimitar fallas existentes en el territorio” (Varela & Soler, 2007, pág. 1).
2. **Descripción del problema en cuatro dimensiones.** “La dimensión es cada uno de los elementos que conforman un conjunto perceptible del problema a través de la experiencia sensible” (Valle & González , 2004, pág. 24), es así, que al plantear el posible problema es necesario desarrollar o identificar los cuatro factores claves para el estudio (Ver tabla 4).
3. **Investigación de las posibles causas.** Es el proceso donde se desarrollan los factores de mayor relevancia e impacto, sintetizando la complejidad, obstáculo e inconveniente para la interconexión entre cada una de ellas para lo cual es importante trabajar con documentos, bases de datos, con el objeto de seleccionar y clasificarlos. (Hernández & Garnica, 2015, pág. 38)
4. **Verificación de la causa más probable.** “Estudios que recaban datos en diferentes puntos, a través del tiempo, para realizar inferencias acerca del cambio, sus causas y sus efectos para formular estrategias en bien del territorio” (Altair, 2011, pág. 21).

Tabla 4*Factores de la dimensión del problema*

Dimensión	Descripción
Identidad	¿Qué es lo que estamos tratando de explicar? Desarrolla la falla.
Ubicación	Donde se desarrolla geográficamente.
Tiempo	Cuando ocurre un tiempo establecido.
Magnitud	Qué tan grave o extenso es el problema.

Nota. Factores de la dimensión del problema (Valle & González, 2004, pág. 21).

De acuerdo con lo anterior, el análisis situacional se basa en conocer los problemas, causas y efectos del territorio para lo cual es importante trabajar a partir de los patrones que permitan conocer la realidad del caso, posteriormente con la recopilación de información se pueda realizar el análisis actual del territorio, por otro lado, es necesario conocer entender la elaboración del diagnóstico situacional.

Diagnóstico Situacional

La palabra diagnóstico proviene del griego “día” y “gignoskein” que significa “conocer a través de” (Vallejos, 2008, pág. 12), además, el diagnóstico situacional “tiene su origen en las ciencias médicas, donde se detalla la información sobre el paciente, a diferencia del diagnóstico de carácter social se ubican en otro nivel de conocimiento como ; geográfico, recursos socioeconómicos, creencias, capacidades de la población” (ICCA, 2012, pág. 11), por ende, es “importante utilizar diversas técnicas en el levantamiento de información cuantitativa y cualitativas, en este sentido, el diagnóstico situacional es la descripción de la realidad del territorio o en un área determinada mediante el levantamiento de información” (Ortegón et al., 2005, pág. 30).

Además, el “diagnóstico situacional es un proceso que permite la toma de decisiones, por tal razón, consiste en investigar la realidad social para determinar la magnitud de los problemas, las causas y las consecuencias que no permiten el desarrollo del territorio” (Salazar, 2007, pág. 8), por otro lado, el “diagnóstico situacional se entiende como un plan y programa que se basa en el desarrollo sostenible del territorio, sin importar donde este se encuentre” (Salazar et al, 2020, pág. 356). Por otra parte, el “diagnóstico turístico establece una diferencia entre la condición del turismo y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias dentro de la planificación turística en un destino” (Espín et al., 2018, pág. 359).

Según el ICCA (2012) establece al diagnóstico situacional como carácter inicial de la información obtenida, la cual nos presenta la situación social, económica, política y cultural que se encuentra en el ámbito de estudio, es así que, al elaborar el diseño de proyectos, el diagnóstico se convierte en una herramienta fundamental para reconocer las necesidades de la localidad y los elementos que bloquean el desarrollo y los intereses estratégicos de la población, ya sea a nivel comunal, local o regional. Todo diagnóstico debe considerar aspectos sociales, culturales, económicos, ambientales y tecnológicos, teniendo en cuenta el tema de interés del proyecto. (pág. 11), por otro lado, el diagnóstico situacional se desarrolla en base a las pautas y métodos, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 5*Desarrollo del diagnóstico situacional*

Pautas/Método	Descripción
Primera pauta / Objeto del Diagnóstico. ¿Qué queremos conocer?	Es necesario definir qué es lo que queremos conocer y definir cuáles son las razones que agudizan el problema central.
Segunda pauta /Objetivos de diagnóstico. ¿Para qué necesitamos dicha información?	La razón principal para elaborar el diagnóstico Situacional, es evidentemente el diseño del proyecto.
Tercera pauta /Determinación de los temas y aspectos a indagar.	Lo que buscamos estudiar de la realidad identificada, tiene amplias manifestaciones de carácter social (problemas, potencialidades y necesidades) intrínsecas a la temática relevada por nuestro proyecto.
Cuarta pauta/Recopilación de información de carácter secundario.	Temas priorizados en nuestro diagnóstico ya han sido trabajados con menor o mayor grado de profundidad por otras instituciones o profesionales. En ese sentido, es importante contar con tales documentos (ensayos, artículos, datos estadísticos, investigaciones, etc.) y ver si sus hallazgos nos ayudan a accionar.
Quinta pauta /Informantes y zona en la cual realiza el diagnóstico.	Se debe precisar con qué población vamos a trabajar en la etapa de recolección de información.

Pautas/Método	Descripción
Sexta pauta /Técnicas a utilizar para la recolección de información,	La utilización de técnicas de trabajo grupal para obtener información cualitativa y la realización de jornadas participativas de acuerdo a un plan previamente diseñado
Séptima pauta /Recursos con los que se cuenta para la realización del diagnóstico.	Conocer con certeza con qué recursos contamos a nivel económico, humano y de tiempo, nos permitirá saber hacia dónde podemos llegar con el diagnóstico que hemos diseñado.
Octava pauta /Cronograma de actividades para realizar el diagnóstico.	Es importante identificar las etapas del diseño y ejecución del diagnóstico situacional, es recomendable definir las, darles un tiempo determinado, asignar un responsable principal.

Nota. Pautas del desarrollo del diagnóstico situacional (ICCA, 2012, pág. 11).

En este contexto, la presente tabla muestra las pautas que se debe considerar para la elaboración del diagnóstico situacional el que está enfocado en facilitar la información al investigador para el desarrollo del diagnóstico en el territorio, por otro lado, es importante conocer las etapas del diagnóstico situacional (Ver tabla 6), ya que permite definir y conocer diferentes escenarios enfocados en la elaboración del diagnóstico actual de manera directa e indirecta como lo menciona Ortigón (2005).

Tabla 6*Etapas del diagnóstico situacional*

Etapa	Descripción
Definición del área de estudio	Permite identificar los límites de referencia donde el problema afecta directa o indirectamente. Es decir, el área de estudio es aquella zona geográfica que sirve de referencia para contextualizar el problema.
Determinación del área de influencia	Marca los límites dentro de los cuales un proyecto podría constituir una solución real para la población afectada por el problema.
Análisis y estimación de la población	Identificado un problema o percibida una necesidad social, es necesario ahondar en su análisis para conocer adecuadamente la población asociada a dicha necesidad y determinar el tipo y cantidad de producto (bienes o servicios) requerido para su satisfacción.
Determinación de la demanda actual	El análisis de la demanda tiene por objeto demostrar y cuantificar la existencia de individuos, dentro de una unidad geográfica, que consumen o tienen la necesidad de un bien o servicio.
Determinación de la oferta actual	Se entenderá como oferta actual a la capacidad de entregar servicios que serán distintos para cada proyecto, de acuerdo a las normas y estándares determinados por la autoridad que corresponda.
Cálculo y proyección del déficit	La necesidad asociada a una población debe ser cubierta mediante la entrega de los bienes o servicios. La cuantificación de una necesidad no atendida corresponde a un déficit, el que está dado por la diferencia entre la oferta existente y la demanda por el producto para satisfacer dicha necesidad.

Nota. Etapas del diagnóstico situacional (Ortigón et al., 2005, pág. 30).

En definitiva, las etapas del diagnóstico situacional son el proceso para identificar el problema, causas o efectos que impiden el desarrollo de las comunidades, es así, que una vez identificado el problema se puede trabajar en dar soluciones de una manera eficiente a través de todas las herramientas y técnicas mencionadas anteriormente.

Herramientas del diagnóstico turístico en las comunidades

Para la elaboración del diagnóstico en las comunidades, es necesario realizar la planificación turística en los territorios, en este sentido, "la planificación turística ha sido definida como el proceso ordenado para alcanzar el crecimiento económico y el desarrollo turísticos en las comunidades" (Molina et al., 2000, citado en Osorio, 2006, pág. 293), es decir, que la planificación es un proceso que está basado en la investigación y en el análisis del desarrollo turístico a través de ella se puede conocer las posibles problemas que afectan al territorio.

Además, Hall (2009, citado en Ricafuerte, 2009) plantea que el diagnóstico turístico se desarrolla a base de la planificación desde el enfoque general, que es comúnmente entendida como un proceso en que se definen las metas y los medios necesarios para alcanzar la toma de decisiones, por otro lado, el diagnóstico turístico es una guía técnica para quienes se enfrentan al reto de planificar para un futuro sostenible, a través de levantamiento de una línea base en un espacio territorial determinado (pág. 3).

En otra orden de ideas, la recolección de datos se fundamenta en la medición de las variables o conceptos contenidos a la hipótesis, es decir que la recolección lleva a cabo utilizar procedimientos estandarizados y aceptados por la comunidad, para que una investigación sea creíble y aceptada por otros investigadores, deben demostrar que siguieron tales procedimientos para conocer la realidad de las comunidades (Hernández et al., 2014, pág. 5). En este sentido, es adecuado analizar las fases de la recolección de la información como se evidencia en la siguiente tabla.

Tabla 7*Fases de recopilación de información del diagnóstico turístico*

Actividad	Descripción
Definición del tipo de planificación	Tener claro el tipo de espacio y el enfoque que permite ajustar el proceso de diagnóstico a la realidad local e incluso, adaptar los instrumentos de recolección de información a los objetivos planteados.
Delimitación del área de estudio	Es importante la identificación de los límites políticos-territoriales de la localidad con el fin de determinar un espacio físico concreto, fácilmente identificable y capaz de ser ubicado en mapas o coordenadas.
Revisión de documentos	La información documental incluye libros, videos, archivos, periódicos, elementos multimedia e internet. El tipo de información que se va a buscar depende del tipo de planificación que se esté realizando.
Planificación del trabajo de campo	Es la idea clara de los estudios que hacen falta. Este paso consiste en definir: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Metodología. Si las fichas se van a aplicar a través de observación, encuestas, entrevistas, talleres participativos. ✓ Recursos humanos. Cuántas personas va a recoger la información en el destino. ✓ Tiempo. Cuánto tiempo se va asignar para la recolección de datos

Nota. Fases del diseño del diagnóstico turístico (Ricafuerte, 2009, pág. 20)

En efecto, las fases del diagnóstico turístico permiten la recolección y registro de información del territorio de una manera clara, dentro de esta es importante tener claro las herramientas que se puede utilizar para el desarrollo del diagnóstico turístico. Para lo cual, Benítez (2007) menciona lo importante que es conocer las diferentes “herramientas que son utilizadas en la recolección de información que se elabora en el territorio como el registro, incidentes críticos, cuestionario, informes y entrevistas” (pág. 337).

Por otra parte, la fase del análisis del “diagnóstico turístico es la búsqueda y sistematización de información relativa de la oferta y demanda de un destino determinado, además, indica que el diagnóstico consiste en el análisis de componentes básicos y la estructura del territorio” (Campoverde & Quijano, 2012, citado en Planchano et al., 2022, pág. 1731). Además, Bernal (2010) menciona que el “diagnóstico turístico se desarrolla en contacto con los miembros del territorio, grupo o comunidad donde se pretende llevar a cabo el estudio” (pág. 63), es decir, que la participación de los miembros de la comunidad es necesaria para el desarrollo del análisis del diagnóstico turístico.

También, Ricafuerte (2009), establece que la fase del análisis es la sistematización de los resultados obtenidos que permita conocer las diferentes herramientas para el análisis de forma integrada con la finalidad de determinar la potencialidad turística de la comunidad, calcular las limitaciones de crecimiento, segmentar el mercado objetivo, identificar los productos potenciales y obtener resultados que permitan el direccionamiento del plan y la toma de decisiones, además, se identifican las principales oportunidades para el desarrollo de la comunidad (pág. 26), en este sentido, las fases del diagnóstico turístico ayuda conocer la realidad de los centros comunitarios.

Diagnóstico del turismo en los centros comunitarios

El análisis turístico comunitario permite conocer la realidad de los territorios, donde se ha implementado el turismo comunitario en diferentes posturas; una que destaca los

beneficios del turismo, especialmente para el desarrollo socioeconómico, y otra que cuestiona sus efectos perversos en términos de mercantilización cultural, conflictividad social y dominación política (Mantecón 2008, citado en Unkuch & Rodríguez, 2017, pág. 62).

Por otra parte, en Ecuador el turismo comunitario enfrenta varios desafíos relacionados con la calidad, escasa conectividad, falta de servicios básicos, necesidad de diversificación de los productos ofertados, limitada gestión profesional de los pequeños negocios turísticos tanto en la esfera operativa como en la gerencial, e insuficiente acceso a conocimientos y mercados, además, se presenta dificultades de orden territorial y ambiental que actualmente están surgiendo, por otro lado, es importante mencionar que los espacios de socio-ambientales se encuentran en conflictos a nivel nacional (Rous, 2013, pág. 19).

Además, Cortez (2016, citado en Pérez & Contreras, 2017) menciona que el desafío que más impacta a los centros comunitarios es la problemática ambiental, que se caracteriza por la contaminación de los recursos naturales, la deforestación, el cambio de uso de suelo, la pérdida de especies de flora y fauna, el cambio climático, entre otros, de tal manera, esto ha generado más problemas en el ámbito social, cultural y por último el déficit en el crecimiento económico de las localidades (pág. 1).

Por otra parte, la práctica social en los últimos años con el desarrollo de nuevas tendencias ha generado impactos negativos en los centros comunitarios ya que es distinta las tradiciones que constituye a una transformación social que aportan ideas para el intercambio de costumbres y aspectos de la consolidación de nuevas formas de vida en la comunidad (Cammarata, 2016, pág. 354).

En otra línea de ideas, “las políticas turísticas son consideradas como una norma que debe ser estudiada y aplicada en los centros comunitarios, es decir, que juega un papel importante en el desarrollo de las comunidades” (Unkuch & Rodríguez, 2017, pág. 64),

asimismo, la Organización Mundial del Turismo define a la “política turística como la acción que desarrolla el sector público desde el conjunto de administraciones e instituciones para el bienestar de las comunidades que practican el turismo comunitario” (Arcoracig, 2009, pág. 1).

Según Velasco (2011) el “turismo y las políticas turísticas son asuntos que han surgido hace poco tiempo, además, el turismo comunitario debe regirse a las normas y leyes que están encaminadas a la gestión de destinos turísticos comunitarios, y la sostenibilidad” (pág. 955), por otra parte, es importante comprender el desarrollo de los modos de gobernanza que pueden ser aplicados en los centros comunitarios de acuerdo a las políticas de cada sector en el que se desarrolle el turismo comunitario, tal como se evidencia en la siguiente tabla.

Tabla 8

Modos de gobernanza; objetivos generales y preferencias en los centros comunitarios

Modo de gobernanza	Propósito general de gobernanza	Preferencia de implementación
Gobernanza legal	Legitimidad y cumplimiento a través de la promoción de la ley y el orden en las relaciones sociales	Sistema legal: legislación, ley y reglas, regulaciones
Gobernanza Corporativa	Tasas controladas y equilibradas de desarrollo socioeconómico a través de la gestión de los principales actores sociales organizados	Sistema estatal: planes y negociaciones de nivel macro

Modo de gobernanza	Propósito general de gobernanza	Preferencia de implementación
Gobernanza de mercado o mercantil	Eficiencia costo/beneficio y control a través de la promoción de empresas pequeñas y medianas y la competencia	Sistema de mercado o mercantil: subastas, contratos, subsidios e incentivos y penalidades fiscales
Gobernanza en red	Cooptación de actores sociales disidentes y auto organizados a través de la promoción de la actividad organizacional Inter actores	Sistema de red: colaboración y actividad y prestación de servicios asociativa voluntaria

Nota. Modos de gobernanza: objetivos generales y preferencias en los centros comunitarios (Unkuch & Rodríguez, 2017, pág. 65)

En esta línea de ideas, se puede mencionar que la gobernanza turística en los centros comunitarios es necesaria para el desarrollo, crecimiento y el bienestar de la comunidad. De acuerdo con lo analizado de las variables, el turismo comunitario en la actualidad busca el buen vivir de la población en general, es decir el equilibrio entre lo económico, social y ambiental. Por otro lado, el análisis situacional debe basarse en las herramientas y técnicas para la elaboración del diagnóstico del territorio, porque permite obtener una información verídica y posteriormente dar soluciones acordes a los problemas, causas y efectos identificados.

Capítulo II

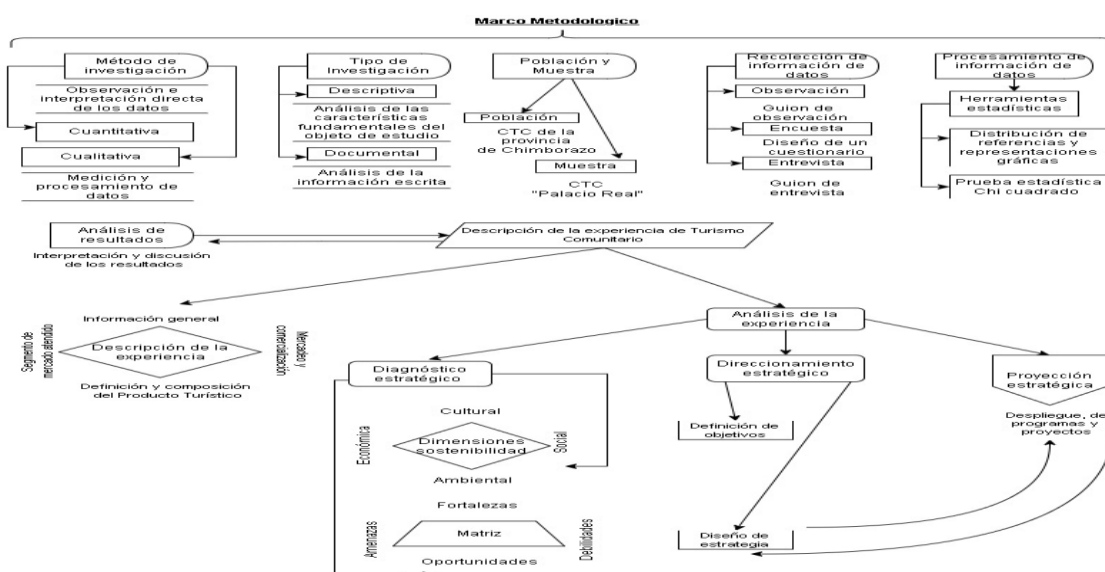
Marco Metodológico

Introducción

De acuerdo con Bernal (2016) la “metodología de investigación es uno de los problemas más agudos y complejos que debe enfrentar cualquier investigador debido a que existe una gran cantidad de métodos, técnicas e instrumentos existentes para aplicar en el estudio y solución del problema” (pág. 70). Por otro lado, Hernández et al., (2014) establecen que la investigación “es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema” (pág. 4). Es así, que el presente proyecto dada la necesidad de establecer los diferentes procesos de investigación, adicionalmente se conjuga con la metodología para la descripción de las experiencias del turismo comunitario basado en la metodología de Maldonado (2005), en este sentido, se plantea el siguiente esquema que se ajusta al proyecto para dar solución a la problemática del estudio.

Figura 3

Estructura metodológica de investigación



Nota. Estructura metodológica a seguir en el proyecto de investigación tomado de Bernal (2016) & Maldonado (2005).

Método de investigación

Cualitativa

La investigación cualitativa “describe e interpreta el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, según sean percibidos por los elementos que están dentro de la situación estudiada” (Bonilla et al., citado en Bernal, 2016, pág. 72), además, la investigación cualitativa hace “referencia a la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (Hernández et al., 2014, pág. 7).

Bajo esta concepción, se aplicó el método cualitativo para el análisis de carácter descriptivo de la investigación, es así, que se desarrolló la observación y la entrevista con la finalidad de recopilar información en cuanto a los rasgos que posee la comunidad, así también, conocer los diferentes puntos de vista de los actores locales y los turistas para realizar el análisis de la situación actual del CTC, además, se describió las experiencias del turismo comunitario en relación a la información general, mercadeo y comercialización, composición del producto turístico y el segmento de mercado, factores claves para la contribución del proyecto.

Cuantitativa

La investigación cuantitativa “permite recoger datos a través de la aplicación de técnicas e instrumentos a fin de obtener información en forma de narraciones, grabaciones, notas de campo, registros escritos entre otros” (Vasilachis, 2006, citado en Alan et al., 2018, pág. 75), asimismo, la investigación cuantitativa “se refiere a la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (Hernández et al., 2014, pág. 4)

En este sentido, en el proyecto de investigación se empleó el método cuantitativo, es así, que se aplicó las encuestas para la comunidad y los turistas con el fin de valorar las experiencias del centro comunitario Palacio Real y conocer los diferentes puntos de vista y perspectivas de los participantes en función a las variables de estudio, además, una vez recolectada los datos se procedió a realizar el análisis estadístico para luego dar respuesta a la problemática establecida en el estudio que contribuyen al direccionamiento y proyección estratégica del CTC.

Tipo de investigación

Descriptiva

La descripción descriptiva “reseña las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio” (Salkind, 1998, citado en Bernal, 2016, pág. 143), asimismo, tiene como “objetivo central lograr la descripción o caracterización del evento de estudio de un contexto en particular” (Hurtado, 2000, pág. 223)

Bajo este contexto, el proyecto se basó en la investigación descriptiva, una vez aplicadas las encuestas, entrevistas y observación se procedió a la descripción de las herramientas, además, a través de la revisión documental de las principales fuentes primarias y secundarias proporcionadas por el centro de turismo comunitario Palacio Real, se desarrolló la caracterización del CTC con el fin de conocer la situación actual de la comunidad.

Documental

Según Bernal (2016) la “investigación documental consiste en el análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas, o estado actual del conocimiento respecto al tema objeto de estudio” (pág. 146). Asimismo, Guerrero et al. (2014) definen que la investigación documental se encarga de recolectar, recopilar y seleccionar información de las lecturas de

documentos, revistas, libros, grabaciones, filmaciones, periódicos, artículos resultados de investigaciones, memorias de eventos, entre otros” (pág. 9).

En este contexto, la investigación documental contribuyó al desarrollo del proyecto a través de fuentes bibliográficas consultadas como: libros, casos de estudio, artículos científicos, proyectos de grado, posgrado, doctorado entre otros, que permitieron fundamentar el problema y las variables de investigación, además, la información recolectada del centro de turismo comunitario Palacio Real permitió tener una visión clara del estado actual del CTC con el fin de desarrollar tanto del direccionamiento como la proyección estratégica comunitaria.

Población y muestra

Población

De acuerdo con Bernal (2016) la población “es un conjunto de los sujetos o elementos que tienen ciertas características similares y sobre las cuales se desea hacer la inferencia” (pág. 214). Por otro lado, Arias et al., (2016) mencionan que la población es un conjunto de casos, definido, limitado, y accesible que forma el referente para seleccionar la muestra, y que cumple con una serie de criterios predeterminados, de esa manera, para generalizar o extrapolar los resultados obtenidos del estudio hacia el resto de la población o universo.

Desde este punto de vista, la población es un conjunto de elementos dentro del universo sobre cual se requiere realizar la investigación, además, para este estudio se tomó en cuenta la población finita, que de acuerdo con Aguilar (2005) “es cuando se conoce el total de unidades de observación que integran” (pág. 5). En este sentido, la población representa al total de los centros comunitarios de la provincia de Chimborazo (Ver tabla), registrados en el catastro turístico del consolidado nacional del Ministerio del Turismo del año 2021, de los cuales se trabajó específicamente en la comuna Palacio Real.

Tabla 9*Centros de turismo comunitario de la provincia de Chimborazo*

Establecimiento	Actividad	Clasificación	Cantón	Parroquia
Comuna Palacio Real	Turismo Comunitario	Única	Riobamba	Calpi
Quilla Pacari	Turismo Comunitario	Única	Riobamba	Calpi
La Moya	Turismo Comunitario	Única	Alausí	Calpi
Comuna Tolte	Turismo Comunitario	Única	Alausí	Pistishi

Nota. Adaptado de los centros de turismo comunitario del catastro turísticos del Ministerio de Turismo (2021)

En este contexto, para el desarrollo de la encuesta se tomó en consideración la población finita de 450 habitantes de acuerdo con el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia de Santiago de Calpi del año 2015, con el objetivo de conocer los beneficios que ha generado la práctica del turismo comunitario, la viabilidad, los recursos que poseen, planta turística, servicios que ofrecen, actividades que desarrollan y el apoyo

que reciben por parte de las entidades públicas y privadas para la potencialización de las actividades turísticas.

Así mismo, se aplicó una encuesta para los turistas, cabe mencionar que antes de la pandemia la entrada de los visitantes ha sido 10, durante la pandemia una cantidad de 5 y en la actualidad al mes ingresan al CTC aproximadamente de 20 a 30 turistas, por lo tanto, se aplicó 30 encuestas, con la finalidad de conocer las opiniones y perspectivas que tienen los turistas en cuanto a las actividades turísticas, servicios, conocimientos ancestrales, gastronomía entre otros, que permitieron conocer la situación actual por la cual atraviesa el CTC, de esta manera desarrollar estrategias que permitan el incremento de los visitantes.

De igual manera, se desarrolló las entrevistas a tres expertos y conocedores en la materia del turismo comunitario (Ver tabla 10) para lo cual se entrevistó a dos expertos de la prefectura de Chimborazo y un representante del centro comunitario Palacio Real, quienes aportaron una información significativa de cómo se está desarrollando el turismo comunitario en la comuna Palacio Real.

Tabla 10

Expertos y conocedores para la entrevista

Nombre	Cargo	Descripción
Ing. Juan Carlos Plaza	Analista del departamento de turismo de la prefectura de Chimborazo	Analista de las actividades turísticas, planes y proyectos que se desarrollan en los centros.

Nombre	Cargo	Descripción
Ing. Juan Valverde	Desarrollo Comunitario y competitividad turística	Experto en la dinámica de las actividades turísticas, promueve el desarrollo mancomunado de los centros comunitarios de la provincia de Chimborazo, además, brinda capacitaciones en guianza, marketing, y servicio al cliente.
Srta. Jennifer Pagalo	Administradora del centro comunitario Palacio Real	Encargada del manejo del centro comunitario Palacio Real, es quien examina y aprueba los planes, proyectos, normas que se aplican en el CTC.

Muestra

Según Bernal (2016) la muestra es la “parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo de la investigación y sobre la cual se efectuará la medición y la observación de las variables objeto de estudio” (pág. 211). En este sentido, Hernández et al., (2014) expresan que la muestra es un subgrupo del universo o población del cual recolectan los datos y que debe ser representativo de esta (pág. 173)

Bajo este contexto, la muestra ayuda a entender la dinámica de la investigación que es representada por un grupo específico de la población, además, se tomó en consideración el muestreo de tipo probabilístico, que de acuerdo con Lastra (2000) se puede inferir sobre el total de la población, de tal manera, que se aplicó el cálculo de la muestra mediante la fórmula de la población finita con el número de habitantes, así como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 11

Cálculo de la población de la comuna Palacio Real

Fórmula	Descripción
Fórmula	$n = \frac{S^2}{\frac{E^2 + S^2}{Z^2 N}}$
	<p>n= Tamaño de la muestra</p>
	<p>N= Número total de personas</p>
	<p>Z= Nivel de confianza</p>
	<p>S= Desviación estándar de la población</p>
	<p>E= Error de estimación</p>

Fórmula	Descripción
Descripción	N = Número de la población (450) Z= 1.96 S= 0,5 E= (5%) 0,05
Cálculo	$n = \frac{(0,5)^2}{\frac{(0,05)^2}{1.96^2} + (0,5)^2} \cdot 450$ $n = \frac{0,25}{0,0025 + 0,25} \cdot 450$ $n = 209$

Nota. Fórmula de la población finita adaptado de Bernal (2016)

En esta línea de ideas, se aplicó 100 encuestas a la población con la finalidad de conocer la percepción que tienen cada uno de ellos, para poder realizar el análisis de la situación actual del turismo comunitario, en base a ello realizar las estrategias que permitan el pro de fortalecimiento de la actividad turística, así también se empleó 30 encuestas a los turistas con el dato actual, con el objetivo de tener claro las experiencias adquiridas mediante la práctica de una serie de actividades.

Recolección de información de datos

En la investigación “existe gran variedad de técnicas o instrumentos para la recolección de información en el trabajo del campo de una determinada investigación” (Bernal, 2016, pág. 258), es así, que la “recolección de información es una etapa donde se

inspecciona y se transforma los datos con el objetivo de resaltar la información útil, lo que sugiere conclusiones y la toma de decisiones” (Hernández & Duana, 2020, pág. 51).

En este sentido, la recolección de información y datos es un proceso en el cual se recopila la información sobre las variables de la investigación de una forma sistemática, en este sentido, en la investigación se trabajó con la técnica de la observación, entrevista y la encuesta que permitieron recolectar datos relevantes de las experiencias del centro del turismo comunitario Palacio Real para el análisis y posterior proyección estratégica de la localidad.

Observación

La observación es una “técnica de investigación científica de proceso riguroso que permite conocer de forma directa, el objeto de estudio para luego describir y analizar la situación sobre la realidad estudiada” (Bernal, 2016, pág. 254). Por otro lado, la “observación es un elemento fundamental de todo proceso de investigación; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos” (Díaz, 2011, pág. 5)

En tal sentido, para el estudio se aplicó la técnica de la observación (Ver anexo 1) que tiene como finalidad conocer de forma directa los datos y aspectos importantes como la infraestructura, planta turística, recursos naturales y culturales, actividades y servicios con los que cuenta el centro de turismo Palacio Real, aspectos que son de vital importancia para el desarrollo del direccionamiento y proyección estratégica.

Entrevista

La entrevista es una “técnica que consiste en recoger información mediante el proceso directo de comunicación entre el entrevistador y entrevistado donde responde a las cuestiones diseñado en función a las dimensiones que se requiere estudiar” (Buendía et al., 2011, citado en Bernal, 2016, pág. 252), asimismo, “es un instrumento técnico de gran utilidad en la investigación cualitativa, para recabar datos” (García et al., 2013, pág. 160).

En este sentido, la entrevista es un instrumento de gran ayuda para el investigador, es así, que para el proyecto se utilizó la técnica entrevista (Ver anexo 2) con el fin de conocer la percepción y postura de los expertos y conocedores de la materia del turismo comunitario por medio de la elaboración de un guion de preguntas que fueron desarrolladas en función a las variables de estudio, que permitieron posteriormente a realizar el análisis de información de forma organizada y sistemática.

Encuesta

Para Bernal (2016) la encuesta es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios, con el propósito de alcanzar los objetivos de un proyecto de investigación, pues se trata de un plan formal para recabar información de la unidad de análisis de objeto de estudio y centro del problema de investigación. (pág. 245), asimismo, Casas et al., (2002) establecen que la “encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de forma eficiente” (pág. 527)

Bajo este contexto, en el presente proyecto de investigación se desarrolló las encuestas (Ver anexo 3) con el objetivo de obtener información relevante de la población acerca del centro del turismo comunitario Palacio Real y los turistas que ingresan a la comunidad; con los datos obtenidos se procedió a realizar el análisis y sistematización de los resultados para la toma de decisiones que ayudaron al cumplimiento de objetivos planteados en la investigación.

Procesamiento de información de datos

De acuerdo con Bernal (2016) el procesamiento de información “consiste en procesar los datos (dispersos, desordenados, individuales) obtenidos de la población objeto de estudio durante el trabajo de campo” (pág. 295). Del mismo modo, para González et al.,

(2001, citado en Figueredo, 2019). El procesamiento de información consiste en analizar, delimitar los hechos o datos recogidos en el territorio.

En sí, el procesamiento de información de datos permitió sistematizar la información obtenida en el trabajo de campo mediante la aplicación de las encuestas realizadas a la población y a los turistas, entrevistas a expertos y conocedores en la materia de turismo comunitario y la observación a través del guion correspondiente del centro comunitario Palacio Real de la provincia de Chimborazo, de esta manera, la observación y la entrevista fueron procesados de manera ordenada y sistematizada, asimismo, las encuestas a través de las herramientas estadísticas, distribución de frecuencia y representaciones gráficas para finalmente fundamentar la idea a defender.

Además, para el análisis de los datos obtenidos en las encuestas se empleó la estadística descriptiva, que de acuerdo con Rendón et al., (2016) permite resumir de forma clara y sencilla los datos de la investigación, así mismo, para Bernal (2016) la distribución de frecuencias es un conjunto de puntuaciones representadas en un cuadro de una manera ordenada, mediante las representaciones gráficas, como barras, gráficos de pastel e histogramas, razón por el cual es de vital importancia el análisis estadístico.

Además, en la investigación se estableció la idea a defender que de acuerdo con Lanuez et al. (2004, citado en Alcibíades et al., 2020, pág. 11) es un “juicio hipotético que plantea la solución anticipada del problema”. En este sentido, se fundamentó este juicio de valor desde diferentes casos de estudio y posturas de autores reconocidos que permitieron defender la idea de la investigación, además, se desarrolló en función de los resultados de las diferentes herramientas aplicadas como la observación, entrevista y encuesta.

Análisis de Resultados

Una vez “procesado los datos por medios estadísticos se obtienen los resultados que deben ser analizados e interpretados o discutidos” (Bernal, 2016, pág. 314), además, el

análisis de resultados contesta las preguntas de investigación y prueba la hipótesis establecida previamente en la investigación, confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población. (Hernández et al., 2004, pág. 10)

En este sentido, el análisis de resultados es el pilar fundamental en el desarrollo del proyecto investigativo, para lo cual, se trabajó con los datos obtenidos de las encuestas realizadas a la población y a los turistas para el análisis e interpretación a través de los gráficos correspondientes, además, la observación y la entrevista fueron procesados de forma sistemática, por otra parte, es importante generar un informe técnico con el objetivo de resolver la problemática del estudio. En este sentido, para el dicho informe se trabajó con la metodología de Maldonado (2005) para la descripción y el análisis de la experiencia del centro de turismo comunitario Palacio Real, con el fin de desarrollar estrategias, planes, proyectos en pro del fortalecimiento de las actividades turísticas del CTC.

Descripción de la experiencia

La experiencia comunitaria se desarrolla en un triple contexto: para tener claro el entorno natural y el sistema ecológico y las relaciones institucionales que condicionan el desarrollo comunitario (Maldonado, 2005). Desde otro punto de vista, la descripción de la experiencia es el espacio dentro del territorio comunitario en relación a los servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, basados en una organización comunitaria que promueve un desarrollo local justo, equitativo, responsable y sostenible; basado en el rescate de su identidad, costumbres, tradiciones a través de un intercambio de experiencias con visitantes con la finalidad de ofrecer servicios de buena calidad. (Mintur 2009, citado en Hernández et al., 2019, pág. 97)

Bajo este contexto, el estudio se basó en la metodología de Maldonado (2005), el cual está enfocada en interpretar y analizar las experiencias desarrolladas en los centros de

turismo comunitario, en este caso de estudio, se analiza el centro comunitario Palacio Real, para lo cual, en la metodología existe dos elementos importantes: el primero es la descripción de las experiencias que están basados en la información general, definición y la composición del producto turístico, segmento de mercado, y la comercialización (Ver tabla 12).; el segundo es el análisis de las experiencias en función al diagnóstico estratégico, direccionamiento estratégico y la proyección estratégica (Ver tabla 13), tal como se muestran a continuación.

Tabla 12

Descripción de la experiencia del Turismo comunitario

Elementos	Concepto	Descripción
Información general	Principales parámetros que permiten localizar la operación, experiencia, o destino turístico comunitario.	En este punto se describió la ubicación, geográfica, altitud, formas de acceso, descripción de experiencias, atractivos naturales y culturales, reseña histórica, origen de la operación turística, apoyo y medios de sostén recibidos de dichos agentes para la promoción, la gestión del centro comunitario y estatutos del CTC, que son elementos importantes para la elaboración del producto investigación.

Elementos	Concepto	Descripción
Definición y composición del producto turístico	El producto turístico son elementos que posee territorio, que pueden ser materiales e inmateriales.	En esta parte, se analizó la composición del producto turístico del centro comunitario que está basado en siete elementos claves como: la naturaleza, elementos innovadores, servicios que ofrecen al turista, servicios de telecomunicación, circuitos turísticos, conexión con otros destinos, cumplimientos de las metas los que se ha tomado en consideración para el presente estudio.
Segmento de mercado atendido	Se refiere a identificar a quién está dirigido el producto turístico.	En este apartado, se logró definir el segmento de mercado al que está dirigido el producto turístico, capacidad de carga, y la estimación del mercado potencial.
Mercadeo y comercialización	Se entiende, que son canales de comercialización de manera directa o indirecta por los cuales	En este punto, se pudo identificar las principales formas de comercialización y las herramientas que se utilizan para la publicidad.

ofertan el producto
turístico.

Nota. Descripción de la experiencia del Turismo Comunitario (Maldonado, 2005)

Análisis de experiencia

Según Maldonado (2005) menciona que el “análisis de experiencia se debe desarrollar en tres instrumentos como es el caso del diagnóstico estratégico, direccionamiento estratégico y por último la proyección estratégica” (pág. 11). Por otro lado, Tung & Ritchie (2009, citado en Carballo, 2014) mencionan que el análisis de experiencia del turística comunitario es “una evaluación subjetiva del individuo y sus expectativas afectiva, cognitiva y de comportamiento de los acontecimientos relacionados con sus actividades turísticas que se inicia antes planificación y durante el destino, y después del viaje. (pág. 9)

En este sentido, el análisis de la experiencia radica en las vivencias de los turistas que son adquiridas mediante la práctica de las diferentes actividades turísticas del centro comunitario Palacio Real, por otra parte, una vez obtenido los resultados se planteó objetivos y estrategias que fueron desarrollados en función a los elementos del análisis de la experiencia.

Tabla 13*Análisis de la experiencia del turismo comunitario*

Elementos	Concepto	Descripción
Diagnóstico estratégico	El diagnóstico estratégico comporta un análisis de la situación actual de la comunidad en relación con la experiencia analizada, tanto internamente como frente a su entorno natural, económico, cultural e institucional	En este apartado, se desarrolló el análisis de la situación actual del turismo comunitario con los resultados obtenidos de las herramientas aplicadas y la fundamentación teórica. De igual manera, se elaboró el análisis FODA en el cual se describió la dinámica interna que son las fortalezas y las debilidades, así como la dinámica externa que son oportunidades y amenazas del centro comunitario Palacio Real.
Direccionamiento estratégico	El direccionamiento estratégico se basa en conocer la situación actual del turística comunitaria que nos permite comprender a dónde quiere llegar la comunidad en un tiempo definido	En este punto, se conoce el estado actual del centro comunitario Palacio Real en función a ello se procedió a establecer las estrategias para la comunidad que permitan al cumplimiento de metas en un tiempo determinado.

Proyección estratégica	La proyección estratégica permite concretar los objetivos y metas programados para la comunidad en el período considerado y están sustentados en el potencial y competitividad de las actividades turísticas o que se propone valorar	En esta parte, una vez elaborado las estrategias se establece el objetivo general, objetivos específicos y proyectos, que permita alcanzar metas propuestas con la investigación, cabe mencionar que las estrategias y los objetivos tienen como fin potencializar las actividades turísticas, conservar la identidad cultural y el patrimonio natural, de esta manera se puedan generar beneficios económicos.
---------------------------	--	--

Nota. Análisis de la experiencia del Turismo Comunitario (Maldonado, 2005).

Además, es importante mencionar que el proyecto de investigación se desarrolló en base a las dos metodologías como es de Bernal (2016) & Maldonado (2005), cabe recalcar que ambos autores concuerdan que el turismo comunitario se debe desarrollar mediante estrategias, planes o proyectos turísticos que estén encaminados a la competitividad turística, sostenibilidad, innovación y la calidad en los servicios.

Capítulo III

Análisis de la Experiencia de turismo comunitario

Introducción

En la investigación, se describió las experiencias comunitarias de la comuna Palacio Real, cuando hablamos de una comunidad entendemos que están arraigados por la historia, cultura, la práctica de las tradiciones y costumbres, la comunidad ha mantenido su estructura y sobre esa base han formado una organización comunitaria para la toma de decisiones, en la actualidad los desafíos que promueve la comunidad es la solidaridad, la reciprocidad, y fortalecimiento de la identidad cultural sobre todo el desarrollo económico para la población, en busca de mejores condiciones de vida para las familias de la localidad.

Bajo este contexto, entendemos que el análisis de la experiencia comunitaria se debe realizar en base al entorno natural, cultural, aspectos históricos, y las relaciones que están involucrados en el desarrollo del turismo comunitario. En este sentido, para el estudio se realizó el trabajo de campo con el fin de recopilar información del centro comunitario Palacio Real.

Posteriormente, se realizó la descripción de las experiencias comunitarias de acuerdo con la metodología de Maldonado (2005), en función a los cuatro componentes. El primero que hace alusión a la información general dentro del cual, se logró describir la ubicación, altitud, reseña histórica, operación del centro comunitario; el segundo conlleva la definición y composición del producto turístico tales como; atractivos turísticos, alojamiento, restauración, transporte, comunicación y las actividades; el tercero hace referencia al segmento de mercado y por último el mercadeo y comercialización que define los canales de distribución y comunicación elementos han sido importantes para comprender la situación actual del turismo comunitario Palacio Real.

Descripción de la experiencia

Información general

La ubicación geográfica hace referencia a la localización de un área o zona con diferentes características. En este sentido, el Ecuador se localiza en el extremo occidental de América del Sur limita al norte con Colombia, al sur y este con Perú y al oeste con el Océano Pacífico, es un país mega diverso que promueve el desarrollo sostenible. (Paspuel, 2002)

Además, el país está situado de manera estratégica en Sudamérica, pues goza de una privilegiada situación en la que convergen los Andes, la Amazonía y la Cuenca del Pacífico. También, cuenta con el ecosistema único, patrimonio natural de la humanidad que representan las Islas Galápagos, es un territorio pequeño que facilita a la población el acceso a los recursos existentes y dota de incontables oportunidades para impulsar el desarrollo sostenible. (Paspuel, 2002)

En este sentido, la provincia de Chimborazo se encuentra ubicada en el centro del Ecuador entre la Cordillera Occidental y la Cordillera Oriental, siendo la última la más antigua (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial , 2015), esta provincia cuenta con 10 cantones y 61 parroquias que promueve el desarrollo descentralizado. Es así que, el estudio se realizó en el centro de turismo comunitario de la comuna Palacio Real.

La comuna Palacio Real pertenece a la parroquia Calpi, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo. Su clima puede llegar a 16^o o 20^o grados centígrados durante el día con vientos fríos y huracanados y baja a -2^o C en la noche con una altitud de 3.235 m.s.n.m (Espín et al., 2018, pág. 360). Además, esta comunidad es de “origen étnico de la sierra centro y son para del pueblo Puruhá, son reconocidos por su cultura, tradiciones y actividades de agrícola, artesanal, trabajo fabril y del turismo” (Ricaurte, 2009, citado en Espín et al., 2018).

El centro de turismo comunitario Palacio Real está dentro de la parroquia Calpi a 12 km de Riobamba en la vía a Guaranda (Ver figura 4), el CTC brinda servicios turísticos, así, permite el desarrollo de la actividad en la comuna y es considerado un miembro activo para fortalecer la estructura del producto del turismo comunitario.

Figura 4

Centro comunitario Palacio Real



Nota. Ubicación del centro comunitario. Tomado de Cazorla (2020).

El centro comunitario Palacio Real es un producto turístico que cuenta con atractivos naturales y culturales acompañado del valor ancestral e histórico a través de sus tradiciones y costumbres que agrada mucho a los turistas que permiten que lleve una experiencia única, con el inicio de esta modalidad turística ha mejorado la calidad de vida de la comunidad receptora y permite el crecimiento de la actividad a nivel local y nacional.

Palacio Real empezó en la época de Simón Bolívar, la historia menciona que el libertador se refugió en la comunidad y al día siguiente su expresión fue “he descansado como en un palacio”, por el cual lleva el nombre de Palacio Real, este centro comunitario se inició con la introducción de llamas que ha generado fuentes de trabajo para la localidad, en el año 2004 el sacerdote Pierric Van Dorpe realizó un proyecto para 17 comunidades rurales de Calpi, que consistía en entregar a las llamas a los pobladores que iniciaron con la

reproducción y aumento, con el pasar del tiempo han tenido problemas como; el escases de los alimentos para las llamas. (Murillo, 2020)

A raíz de esto, nace otro proyecto como es la apertura de un restaurante para que ofrezca platos típicos en base a la carne de llama, para lo cual sacrificaron a las llamas en especial a los machos para la preparación, con estos proyectos nace la asociación de Sumak Kawsay que en español significa el Buen Vivir, al principio ha sido la idea de formar solo una asociación de mujeres, pero con el pasar del tiempo hay personas que se siguen sumando a los proyectos que se desarrollan actualmente en el CTC. (Murillo, 2020).

Palacio Real inició desde el año 2006 con el apoyo del sacerdote Pierric Van Dorpe, quien fue el promotor importante del emprendimiento y dio la oportunidad a las mujeres de poder trabajar, gestionar, de esa manera, aportar económicamente a sus hogares, en la actualidad este centro ofrece su producto estrella la carne de llama que es su valor agregado que ha permitido posicionar en el mercado turístico a nivel local y nacional. (Murillo, 2020)

El centro comunitario recibe el apoyo de la CORDTUCH / Operadora de turismo Puruhá Razarku. La Corporación para el Desarrollo del Turismo Comunitario de Chimborazo, es una asociación privada que está encargado de gestionar, comercializar rutas o circuitos, excursiones y paquetes turísticos con el objetivo impulsar la actividad turística, además buscan promocionar y comercializar productos referentes al turismo comunitario, asimismo, cuenta con el apoyo de la prefectura de Chimborazo en cuanto a las capacitaciones en diferentes aspectos y la promoción de la actividad.

Según Miranda et al. (2021) mencionan que la actividad de turismo comunitario fue adoptada por las comunidades como una alternativa de ingreso económico adicional que permitiera la puesta en valor de su patrimonio cultural y la conservación de sus recursos naturales, a la vez que genere gracias a dichos ingresos los beneficios de una redistribución equitativa y participativa en sus localidades. (pág. 88). Por otro lado, la directiva es

comunitaria que está conformado por un presidente, vicepresidente, secretario, tesorero, sindico o coordinador y cuatro vocales que participan en la toma de decisiones.

Además, Palacio Real fue constituido como centro comunitario Sumak Kawsay el 14 de septiembre del 2014, así mismo, está legalmente registrado en el catastro turístico del consolidado nacional del Ministerio de Turismo del año 2021, el CTC se basa en promover una cooperación efectiva entre los habitantes de la comunidad y la distribución igualitaria de oportunidades y beneficios que genera el turismo comunitario.

Definición y composición del producto turístico

De acuerdo con Boullón (2003, citado en Morillo, 2012) el producto turístico está conformado por toda la oferta turística, integrada, a su vez, por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes que no son turísticos. En otras palabras, el producto turístico se caracteriza por ser un conjunto de elementos tangibles e intangibles, que permiten el desarrollo de actividades específicas en determinados destinos (Nasimba & Cejas , 2015, pág. 25).

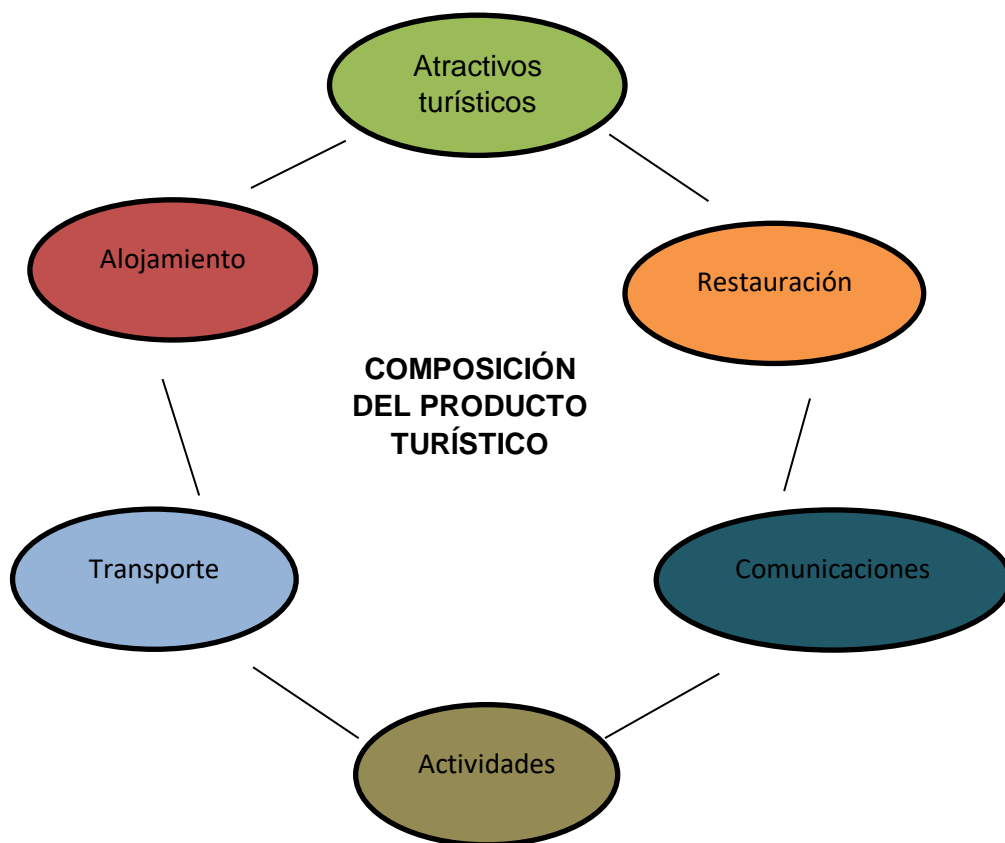
Por otro lado, González (2013, citado en Nasimba & Cejas , 2015) expresa que el producto turístico está integrado por tres componentes: atractivos, facilidades que permiten su uso y los accesos que garantizan el ingreso adecuado para el consumo, estos tres componentes son muy importantes porque los turistas suelen percibirlos de forma integrada. Es decir, que el producto turístico es un bien que distingue de otros productos en virtud de múltiples dimensiones. (Guzmán et al., 2012)

En este sentido, el producto turístico es un conjunto de bienes y servicios que resulta de una mezcla o combinación de los elementos de la industria, resultado de un proceso en el que se ajustan servicios y equipamientos que son ofrecidos para satisfacer las necesidades y deseos de los turistas, a cambio de un precio. Por tal razón, se desarrolló la

estructura de la composición del producto turístico (Ver figura 5) y la descripción de los seis elementos que integran en el CTC como es de los atractivos (Ver tabla 15).

Figura 5

Composición del producto turístico del centro comunitario Palacio Real



Nota. Composición del producto turístico, adaptado en función de varios autores.

Tabla 14*Atractivos turísticos de la comuna Palacio Real*

Atractivos	Descripción
Centro comunitario Palacio Real	En este lugar se puede gozar de un clima agradable que fluctúa entre los 10 y 15° C. En este centro muestran un estilo de vida comunitaria, ofrecen varios servicios y actividades turísticas.
Museo de la llama	A través de la observación se pudo conocer las características de los camélidos andinos, en el museo existe información sobre su origen, evolución, así mismo muestra la importante relación dentro de la cosmovisión y cultura andina.
Artesanías	Se pudo observar una variedad de productos hechos con la fibra de las llamas entre ellas: sacos, bufandas, abrigos, guantes, gorros, bolsos de diferentes colores y modelos, ponchos, llaveros entre otros, de este oficio se ocupan una asociación de mujeres llamado Nuevo Milenio de alguna u otra manera buscan beneficios económicos para subsistir.
Camino Simón Bolívar	Mientras se hace el recorrido se puede encontrar fauna y la flora nativa, asimismo, conocer el lugar donde se encontraba la hacienda Simón Bolívar antiguamente.

Atractivos	Descripción
Mirador Miraloma	Tiene aproximadamente 45 minutos de caminata, se puede hacer el recorrido por el sendero interpretativo, dónde se puede encontrar plantas curativas y desde el mirador se puede observar a los volcanes Chimborazo, Tungurahua, Carihuarazo y el Altar en los días despejados.

Por otra parte, en lo que respecta al alojamiento, mediante la ficha técnica de observación se pudo evidenciar que en el centro comunitario existen tres cabañas, pero actualmente se encuentra cerrado porque las cabañas no están en buen estado, además, en la comunidad los habitantes disponen de chozas (Ver figura 6), mismos que son adecuadas para dar alojamiento a los turistas que llegan a la comuna, el costo por habitación está entre los 15 a 20 \$.

Figura 6

Choza Kundur Purina

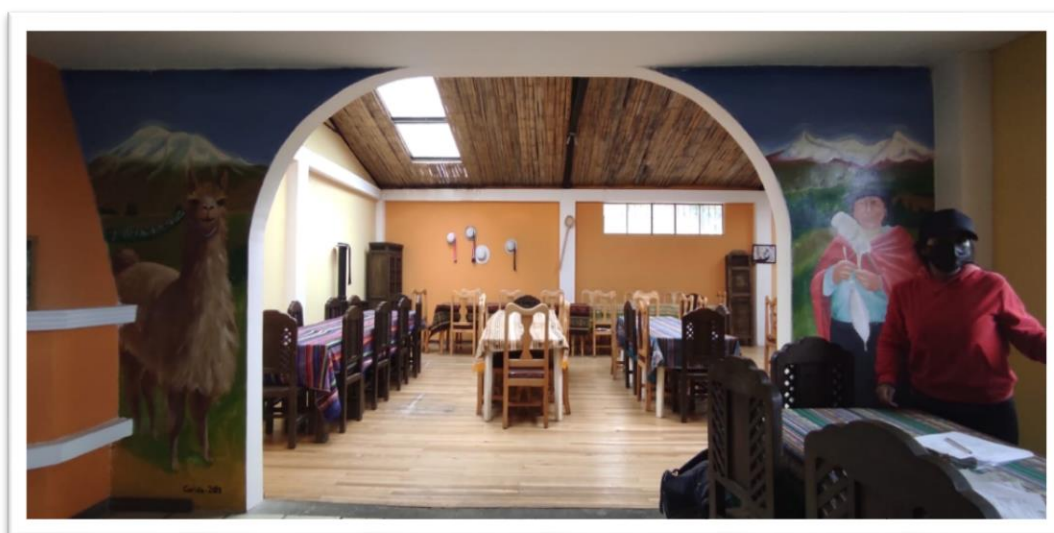


Nota. Choza Kundur Purina. Tomado de Espín & Flores (2016).

De igual manera, en el centro comunitario existe un restaurante (Ver figura 7), cuenta con nueve mesas y 72 sillas que ofrece platos y bebidas típicas principalmente preparadas con quinua y en distintas preparaciones con carne de llama, ofrecen platos desde \$ 3 en adelante, asimismo, trabajan bajo reservaciones, el restaurante está a cargo de las mujeres que día a día se esmeran por hacer un trabajo mejor, y así, mantener y dar fuentes de trabajo a la comunidad local.

Figura 7

Palacio de la Llama



Nota. Fotografía Palacio de la Llama

Por otro lado, el servicio de transporte público tiene el recorrido cada 30 minutos desde Riobamba las unidades se dirigen hasta la parroquia Santiago de Calpi, el pasaje está a 0,50 ctvs, de ahí se puede llegar caminando a la comunidad que está aproximadamente de 20 a 30 minutos, o a su vez, existen vehículos particulares que realizan carreras hacia la comunidad, desde la parroquia que está a un costo de \$ 2, pero es importante reclacar que existen familias que cuentan con su propio medio de transporte para llegar al CTC.

Asimismo, de acuerdo con Espín et al. (2018) mencionan que en la comunidad existe el 62.3% de los hogares tiene como principales medios de comunicación la radio; el 8.6% no cuenta con medios de comunicación. Con relación al servicio telefónico, el 33.3% de la población cuenta con servicio telefónico fijo por parte de CNT, el 74.4% de los habitantes tiene teléfono móvil y el 25.6% no cuenta con sistema telefónico. (pág. 363), del mismo modo, la comunidad y CTC cuentan el servicio de internet que han sido implementado recientemente.

En cuanto a las actividades, en base a la salida de campo se pudo determinar que existen dos senderos interpretativos llamados Simón Bolívar y Miraloma, a pesar de que en CTC no existe información detallada de los mismos, se logró recopilar datos, en cuanto al primer sendero tiene un recorrido de 40 minutos aproximadamente, en el camino se puede encontrar una variedad de flora y fauna nativa , además, cuenta con la piedra llamada “Endiablada” a la cual los visitantes realizan sus peticiones y oraciones sobre todo los creyentes, asimismo, se puede evidenciar a la hacienda antigua (Ver figura 8), que según cuenta la historia en el lugar se hospedaba el libertador Simón Bolívar.

Figura 8

Hacienda Simón Bolívar



Nota. Hacienda Simón Bolívar tomado de Espín & Flores (2016).

El segundo sendero es Miraloma (Ver figura 9), el recorrido dura 45 minutos aproximadamente al igual que el primer sendero se encuentra señalizado lo que facilita el acceso a los visitantes, durante el recorrido se puede disfrutar de la flora y fauna del lugar, además, desde el mirador se puede observar al majestuoso Volcán Chimborazo, Tungurahua, Carihuarazo, y Altair, pero, actualmente está cerrado temporalmente debido a que están realizando el mantenimiento de las señaléticas turísticas y vías de acceso.

Figura 9

Señalización del sendero



Nota. Fotografía de la señalización del sendero Miraloma

Palacio Real permite la participación comunitaria son auténticos en lo que realizan, así, ofrecen producto turístico diferente, es por ello, que los esfuerzos son mayores para la internalización, de igual manera, las prácticas que realizan las comunidades encierran la cosmovisión relacionada al Sumak Kawsay, y, están enfocados en ofrecer servicios y productos de calidad, y únicos que permita la diferenciación en el mercado turístico.

De acuerdo a la ficha de observación, se pudo determinar que los productos y servicios que ofrece el centro comunitario está básicamente bajo los principios de la

sostenibilidad e inclusión, además, los habitantes de la localidad aportan de manera directa o indirecta en las vivencias culturales y el cuidado del medio ambiente en la comuna.

Segmento de mercado atendido

La segmentación de mercado se define como el proceso de ofertar el producto turístico en segmentos o grupos relativamente homogéneos que son quienes consumen los servicios turísticos. (Jaramillo et al., 2018.). En este punto, se analizó las características del segmento de mercado (Ver tabla 16), para luego describir la segmentación de mercado del CTC.

Tabla 15

Características del segmento turístico

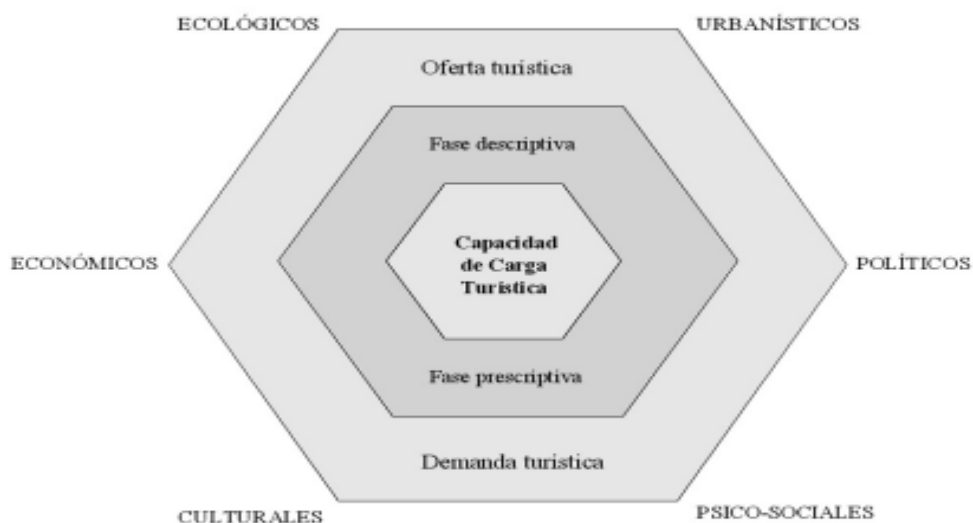
Características	Descripción
Intangibilidad	Los productos turísticos tienen componentes tangibles e intangibles.
Caducidad	Los productos turísticos no se pueden almacenar.
Agradabilidad y sustituibilidad	El producto turístico se forma a partir de la agregación de varios componentes, alguno de los cuales se puede sustituir por otro de forma inmediata.
Heterogeneidad	El producto turístico está formado por muchas partes, y condicionado por muchos factores.
Subjetividad, individualidad, inmediatez y simultaneidad	Es subjetivo porque depende de las condiciones de los clientes y prestatario en el momento del consumo.

Nota. Características del segmento turístico (Colina, 2009, pág. 10)

En este sentido, el producto turístico de Palacio Real está dirigido para el segmento niños, jóvenes, adolescentes y adultos, ya que, las actividades turísticas que se llevan a cabo en el CTC son de baja dificultad, como es el senderismo, tracking, además, en el centro comunitario se puede conocer la cultura y la tradición que genera experiencias vivenciales en los turistas, adicionalmente los servicios que ofertan en el CTC son accesibles en cuanto al precio.

Además, es importante mencionar que el 40% de los turistas que visitan el CTC son extranjeros provenientes de Europa, Estados Unidos y Francia, los cuales aportan al desarrollo económico, social en el centro comunitario, y así, genera un impacto positivo en la vida de los miembros de la comuna, es decir, que los visitantes extranjeros son quienes incentivan al desarrollo de nuevas actividades turísticas y a la innovación en la oferta. (Cazorla, 2020, pág. 55)

Por otro lado, la capacidad de carga de acuerdo con Mathieson & Wall (1986 citado en Aragón, 2015) “es el número máximo de visitantes que usa un espacio sin alterar el medio físico y ni disminuir la calidad de la experiencia de los visitantes “(pág. 4), en tal sentido, la capacidad de carga en el CTC es de 30 personas, asimismo, se toma en cuenta esta cantidad para realizar el senderismo con el fin de no dañar el entorno natural y las instalaciones existentes en el centro comunitario. Por otro lado, es importante comprender los elementos de la capacidad de carga, así como, se muestra en la siguiente figura.

Figura 10*Enfoque de la carga turística*

Nota. Enfoque de la carga turística (López & López, 2008, pág. 135)

En este sentido, la carga turística de la comuna se desarrollo en base de la demanda de los turistas, aspectos ambientales, economicos, politicos, y culturales que influyen en el desarrollo turístico del CTC, una vez definido la carga máxima de visitantes, se prosigue a la capacitacion y consientizacion en temas referentes a la conservación de los recursos con el apoyo de la prefectura de Chimborazo se busca potencializar un turismo sostenible en todos los centros comunitarios de la provincia.

Por otra parte, la oferta turística es un conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural, que tienen por objetivo permitir, facilitar y propiciar el aprovechamiento de los atractivos turísticos de ese lugar, y cuyos oferentes o vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado, para ser usado o consumido por los turistas. (Socatelli, 2013, pág. 1). Por tal razón, en Palacio Real ofertan productos y servicios turísticos (Ver tabla 17), para los visitantes nacionales y extranjeros que buscan nuevas experiencias.

Tabla 16*Oferta turística del centro comunitario Palacio Real*

Producto	Descripción
Servicio de guianza	Interpretación por los senderos de la comuna.
Hospedaje	Alquiler de cabañas por miembros de la comuna.
Alimentación	Degustación de platos típicos en el restaurante Palacio de la llama del CTC.
Visita al Museo casa de la llama	Conocer y aprender el arte de hilandería con la principal materia prima (lana de la llama).
Otros	Alquiler de caballos. Actividades de agrícolas. Observación de flora y fauna.

Bajo este contexto, la oferta turística de Palacio Real se enfoca en dar a conocer una perspectiva diferente sobre el turismo comunitario que permiten tener experiencias en base a lo vivencial, de esa manera, generan ingresos mayores de turistas para la potencialización de la oferta de productos y servicios en el mercado turístico.

Mercadeo y comercialización

Según Socatelli (2013) define al mercado turístico como la confluencia de la oferta de los productos, servicios turísticos y la demanda, por lo tanto, el mercadeo turístico es el sector económico que engloba a todas las empresas que conciben, producen y comercializan productos y servicios vinculados a los viajes turísticos, o cualquier otro motivo.(pág. 1), en este sentido, el centro comunitario Palacio Real oferta productos

turísticos por medio de paquetes que son elaborados por diferentes agencias de viajes de la provincia de Chimborazo como es; la CORDTHUCH y la Kayak Tour.

Además, la comercialización turística es el conjunto de acciones y procedimientos para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución, que permita la planeación y organización de las actividades necesarias para posicionar un producto turístico o servicio y de esa manera lograr que los consumidores lo conozcan y lo consuman (Economía, 2012, citado en Hernández, 2019, pág. 10), en este sentido, es importante conocer las características del producto turístico (Ver tabla 18), que deben ser analizados antes de ser lanzado al mercado.

Tabla 17

Características de la comercialización de productos turísticos

Aspectos	Descripción
Mejorar su imagen	Este punto, se refiere a los elementos como: la infraestructura turística, planta turística y servicios turísticos que satisfacen las necesidades del turista, también, es importante trabajar en la imagen administrativa del CTC.
Mejorar la moral de trabajo	Se refiere a la realización de capacitaciones a los miembros del CTC que mejoren las relaciones laborales.
Obtener mayores ingresos.	El ingreso se puede obtener de manera directa e indirecta que aportan al desarrollo del centro comunitario.

Nota. Características de la comercialización de productos turísticos (Hernández, 2019).

En otra línea de ideas, se logró conocer los canales de distribución, que de acuerdo con Acosta (2017) permite satisfacer una necesidad del cliente mediante la disponibilidad de un producto o servicio, acortando las distancias y disminuyendo los tiempos de respuesta, además, promueven las economías de escala, y brinda mejores oportunidades al mejoramiento emprendimientos, proyectos, entre otros.(pág. 10), además, es importante conocer las funciones de los canales de distribución, como se muestra a continuación.

Tabla 18

Funciones de los canales de distribución

Datos	Descripción
Información	Recopilar y divulgar información relacionada con el entorno de mercadeo, que pueda aportar nuevas formas de planificar y realizar el intercambio de mercancías.
Promoción	Crear y publicitar información atractiva y persuasiva relacionada con las ofertas.
Contacto	Detectar posibles clientes y establecer comunicación con ellos.
Adecuación	Ajustar la oferta de acuerdo con las necesidades del comprador, lo cual abarca todo el proceso desde la fabricación hasta el empaque del producto.
Negociación	Efectuar los acuerdos necesarios con respecto al precio de venta y otras características, que permiten realizar el intercambio de la mercancía.

Nota. Funciones de los canales de distribución (Acosta, 2017).

Es así, que los centros de turismo comunitario ofertan y comercializan el producto turístico mediante diferentes canales de distribución, alianzas estratégicas, proyectos,

ferias, planes de marketing, que se desarrollan con el aval de la Prefectura de Chimborazo los que están encaminados al fortalecimiento de la actividad turística de las comunidades.

En esta línea de ideas, el centro comunitario Palacio Real oferta el producto turístico mediante los canales de distribución como son; página web oficial, redes sociales, Facebook, Instagram que tiene como objetivo captar la atención de los turistas a nivel nacional e internacional, además, el CTC cuenta con el apoyo de tours operadoras, agencias de viajes que aportan a la promoción y difusión del centro comunitario y asimismo, están encargados de elaborar paquetes turísticos y brindar capacitaciones en diferentes aspectos y establecen estrategias para el fortalecimiento turístico comunitario, por otro lado, el Ministerio de Turismo es la entidad que está a cargo de promocionar, fortalecer y trabajar en la comercialización de las actividades turísticas de la comuna Palacio Real.

Por otro lado, la comercialización de la oferta turística se desarrolla en función los proyectos elaborados por la academia, instituciones públicas y privadas, quienes proporcionan información necesaria para determinar la misma, además, la prefectura de Chimborazo es una entidad que está a cargo de la realización de proyectos turísticos que están encaminados a potencializar y rescatar la cultura de las comunidades dentro de la provincia.

Asimismo, esta entidad desarrolla planes estratégicos de comercialización turística, que tiene como objetivo dar conocer el turismo comunitario a nivel internacional, por otro lado, es importante mencionar los principales actores (Ver tabla 20) que están implicados en la comercialización del turismo comunitario de la comuna Palacio Real.

Tabla 19*Principales actores en la comercialización del producto turístico*

Actores	Aporte
Ministerio de Turismo	El Ministerio de Turismo ha realizado proyectos de capacitación a guías nativos de turismo, implementación y adecuación de museos temáticos en la comuna Palacio Real
CORDTUCH	Se ha constituido en una organización clave en el desarrollo de los CTC de Calpi, su acción de coordinación ha permitido el posicionamiento de los productos turísticos, debido a la capacitación operativa y gestión comercial de los productos.
Pastoral indígena de Calpi.	El párroco Pierrick Van Dorpe fue quien motivó a los pobladores de las comunidades la ejecución de actividades que ayuden a mejorar la economía de las familias de Calpi, así también en varias comunidades realizó la implementación de unidades productivas tales como: 76 talleres de artesanías, talleres de textiles, procesamiento de productos agrícolas (quinua, zanahoria), y logística para el turismo
GAD parroquial Calpi	Gestionan acuerdos y convenios con los organismos competentes sobre la dotación de infraestructura y colaboración técnica.

Nota. Principales actores en la comercialización del producto turístico (Centeno, 2015, págs. 74-76).

Por otra parte, el centro comunitario está asociado a la Corporación para el Desarrollo del Turismo Comunitario de Chimborazo (CORDTUCH), que está enfocado en trabajar en el bienestar de los pueblos y rescatar su patrimonio cultural y natural, así también, brinda capacitaciones a los centros comunitarios de la provincia en diferentes temáticas, esta asociación realiza los proyectos en base al objetivo del desarrollo sostenible de la agenda 2030 específicamente el número 12, que menciona la producción y consumo responsable.

Es así, que el Centro Comunitario Palacio Real con el apoyo de las entidades públicas y privadas promueve su oferta turística a mercados locales, nacionales e internacionales, con el fin, de rescatar su patrimonio cultural y natural mediante la promoción de su oferta turística que se lo realiza por medio de videos promocionales, afiches, entre otros. Además, es fundamental mencionar el trabajo desarrollado por la administración del CTC en la reactivación turística de las actividades.

También, los representantes del centro comunitario Palacio Real han sido participes de capacitaciones, talleres, proyectos desarrollados con el Gad Calpi y la prefectura de Chimborazo los que están encaminados al desarrollo del turismo comunitario con el objetivo de innovar las actividades de ocio y recreación, productos y servicios que ofertan en el CTC. Finalmente, la comuna Palacio Real es uno de los centros comunitarios pioneros en el desarrollo de la actividad turística y la práctica de un turismo sostenible, esto ha conllevado a la participación en ferias y workshops, que han sido desarrolladas por la prefectura de Chimborazo y ha permitido dar a conocer las actividades turística del CTC.

Capítulo IV

Análisis de la experiencia de turismo comunitario

Introducción

El turismo comunitario en la comuna Palacio Real se ha ido consolidando poco a poco, su estructura organizacional, apoyo de la comunidad y las instituciones públicas y privadas han trabajado mancomunadamente en los proyectos bajo los principios de la sostenibilidad, por otro lado, se realizó el análisis de la situación actual del turismo comunitario en función a la metodología del Maldonado (2005) quien nos proporciona tres elementos básicos como es el diagnóstico, direccionamiento y la proyección estratégica.

En este sentido, en el primer punto se realizó el análisis de la situación actual en tres ámbitos económico, social y turístico, así también, los resultados de las encuestas aplicadas para la comunidad y los turistas, del mismo modo las entrevistas realizadas a los expertos y conocedores de la materia, el análisis FODA en cual permitió examinar las principales fortalezas, debilidades elementos internos; oportunidades y amenazas como factores externos del CTC a través de la matriz de resumen o síntesis FODA y por último la idea a defender en el cual se fundamentó a través de diferentes autores.

En segunda instancia, el direccionamiento estratégico permitió seguir el proceso correspondiente para realizar las matrices de ponderación de impactos, matrices de evaluación de factores internos y externos, las matrices de la acción estratégica y finalmente la síntesis estratégica en el cual se estableció las estrategias en función a los resultados obtenidos en la investigación.

Y, por último, el direccionamiento estratégico es la fase fin del proyecto en el cual se estableció los objetivos estratégicos y los proyectos correspondientes que permitan el cumplimiento de metas establecidas en el estudio.

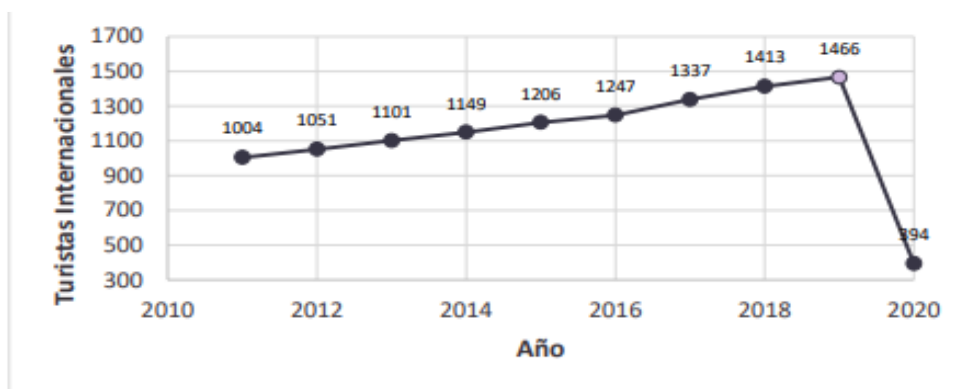
Diagnóstico estratégico

De acuerdo con Toctaguano (2019) el “turismo comunitario hasta la actualidad ha estado precedido por distintos parámetros, los cuales han incidido de forma directa e indirecta para la generación de nuevas bases para la mejora del desarrollo local comunitario” (pág. 15). En este sentido, el análisis de la situación actual del turismo comunitario Palacio Real se realizó en función al ámbito económico, social y turísticos.

Dimensión económica

El turismo genera ingresos importantes en la economía a muchos países, en especial en Ecuador. Por otro lado, el turismo comunitario representa un paso importante en el concepto de la economía turística, las comunidades locales se han beneficiado mayoritariamente con esta actividad, además, esta actividad fomenta a la conservación de los recursos naturales y culturales

Sin embargo, con la pandemia las empresas que están relacionado al turismo han sido afectadas gravemente, en muchos de los casos han cerrado sus operaciones definitivamente, el problema del COVID-19 viene tratado desde los impactos generados de la salud y como consecuencia déficit económica, cabe mencionar que el sector turístico se ha visto muy afectado con lo que respecta a los periodos anteriores, como, se muestra en la siguiente figura

Figura 11*Llegada de turistas internacionales*

Nota. Llegada de turistas internacionales (millones USD) 2011-2020 tomado de Organización Mundial del Turismo (2020).

Además, las actividades por componentes han sufrido varias pérdidas, es decir, la actividad económica de alimentos y bebidas que han alcanzado 211,09 millones ocupando el 36% de la afectación producidas por ventas netas del sector turístico, al igual que la actividad de alojamiento ha perdido 51, 54 millones, es decir, que varios empleados que laboraban en este sector han sido despedidos por falta de ingresos económicos. (Camino, et al., 2021)

El servicio de agencias de viajes y operadoras, es la tercera actividad económica que ha sido perjudicada con una pérdida de 122,59 millones de dólares, por otro lado, el servicio de transporte ha llegado a sufrir una pérdida de 199, 76 millones ocupando el 34%, es decir, que este virus ha afectado gravemente al sector económico, sin embargo, los establecimientos y emprendimientos turísticos se encuentra en el proceso de reactivación. (Camino et al., 2021)

En la provincia de Chimborazo las principales actividades que se desarrolla son la agricultura, ganadera, industria y minería, presentando un porcentaje menor el sector textil y turismo, en la parte del ámbito industrial está las actividades como: cemento, lácteos, cerámica, alfombras. El comercio es una de las actividades que contribuye al desarrollo

económico principalmente los artículos de artesanías de cuero, productos agrícolas, así también, las artesanías basado en fuentes culturales los cuales son; calzado de cuero, tejidos, madera, alfarería entre otras. (Murillo, 2020)

Dentro de la comunidad Palacio Real, existen emprendimientos en las que se desarrolla las mujeres, como; la realización de artesanías, que haceres domésticos, agricultura, ganadería, alfarería entre otras, por otro lado, los hombres se dedican a la construcción, obrero, agricultura y otras actividades productivas, de esa manera, generan los ingresos económicos, pero con la llegada de pandemia todas estas actividades se vieron suspendidas debido a los confinamientos declarados por las autoridades nacionales y provinciales.

Bajo este contexto, el ámbito económico conlleva tener una idea clara de la actividad turística en proponer estrategias de sensibilización para el centro comunitario Palacio Real, que ayuden a recuperar el sector en función a formalizar los procesos y que estén enfocadas a diferentes segmentos de mercado, asimismo, el centro comunitario para el proceso de recuperación se necesita crear nuevos productos, innovación para recuperar a los clientes.

Dimensión social

En los últimos años Ecuador ha sufrido varios cambios sociales, tomando en consideración el paro nacional sucedido en el año 2019, el cual provocó varias consecuencias, que de acuerdo con (Izurieta, 2019) los resultados de la protesta fueron la violencia, terrorismo, vandalismo, robos, represión, heridos y muertes, es decir que las personas experimentaron conductas rebeldes, mostraron sentimientos de racistas frente a eso, además, esto va de la mano con el ámbito económico, debido a que causan cierre de emprendimientos turísticos, vías acceso, cierre de ingresos para visitar lugares entre otros, esto producido por las personas que están cansados de los golpes de estado.

Por otro lado, otro de los problemas sociales es la pandemia suscitada recientemente que de acuerdo con Enríquez & Saézn (2021) la pandemia ha provocado

efectos negativos, socioeconómica en las personas, las familias y las sociedades. Es decir, el aumento de muertes, migración, violencia entre familias, adaptación a nuevo estilo de vida, los confinamientos entre otros, además, el COVID - 19 ha causado a que millones de familias que quede sin empleo, por ende, surge el desempleo y la pobreza en todas las partes.

Es así, que en la provincia de Chimborazo la situación no es ajena a la realidad nacional y el sector comercial y empresarial han sido los más afectados, varios negocios se han cerrado sus puertas durante los últimos años, pero, mantienen como firmes luchadores al borde de la quiebra debido a las bajas ventas que aún están en proceso de reactivación de las actividades, por otro lado, en 2021 más de 2000 negocios y comercios se han visto esfumarse a las proyecciones comerciales, estas cifras no arrojan datos del desempleo, que en la actualidad los trabajos aún empieza recuperarse en el mismo nivel, pero que a finales del año se han logrado recuperarse e 23% de los empleos perdidos. (Parra et al., 2021)

Así mismo, las comunidades han sufrido problemas similares, en cuanto a la salud, económico e incluso político en muchos de los casos estos sectores dependen mucho de terceros para mantener, es decir, las medidas higiénicas, fuentes de trabajo, asistencia médica para sobrevivir. Con la pandemia, ha aumentado la muerte, migración, problemas entre familias. En el caso de la comuna Palacio Real estos problemas ha sido el desafío más grande en la han tenido que superarse, sumado el paro nacional que hubo recientemente iniciado por Confederación de Nacionalidades Indígenas de Ecuador (Conaie), razón por el cual, el sector turístico se ha visto afectado como sistema productivo en la localidad y la provincia.

Dimensión turística

Ecuador es caracterizado por una gran variedad étnica, ancestral y cultural, además, de contar con varios atractivos naturales y culturales para los turistas que son reconocidos internacionalmente. Durante el periodo de gobierno Galo Plazo se estableció la construcción de algunos hoteles en la ciudad de Quito con la finalidad de cubrir la demanda en el sector

turístico y hotelero (Prieto, 2011), y así, se ha ampliado el sector, es por ello, que el país se venía representado como la tercera fuente de ingresos económicos no petroleros al producto Interno Bruto.

En este sentido, de acuerdo con Brazales (2021) para el año del 2019 la contribución directa del sector turismo al PIB del Ecuador ha sido de 2,2%. 4.02% del impuesto neto, 2.287.5 millones de dólares para el ingreso turismo, con una inversión del 12% y 1,61 puntos en su efecto multiplicador, adicional cabe mencionar que el 95% de las empresas turísticas en Ecuador son micro, pequeñas, y medianas empresas que prestan servicios turísticos.

El crecimiento del sector turístico antes de la pandemia era estable, sin embargo, la crisis sanitaria provocada por el COVID -19 se ha visto afectada, debido, al bloqueo de las fronteras que disminuyó la demanda de los turistas. Por tal razón, (Camino et al., 2021) mencionan que ha afectado el 69,2% en el ingreso de divisas en el año 2020 con respecto a 2019. Así mismo, la apertura turística representa la importancia del gasto del turismo internacional en el país que fue de 1,3% mientras que para el año 2019 ha sido el 3,7% y la participación directa al PIB fue de 2,2% mientras que para el año 2020 ha reducido a 1,2% de la misma manera, para el 2019 era la tercera fuente de ingresos no petroleros mientras que para el 2020 ha descendido al sexto puesto en los ingresos no petroleros.

Por otro lado, la provincia de Chimborazo es caracterizado por su relieve con elevaciones del nevado Chimborazo, esto lo convierte en un lugar ideal para la práctica de andinismo, no obstante, la provincia también ofrece historia, tradiciones, cultura y artesanías, pero, la crisis sanitaria ha provocado la paralización de las actividades turísticas, y el consecuente ausencia de los turistas, si bien es cierto, la comercialización de los productos y servicios están reactivando parcialmente, al igual que en los centros comunitarios, se necesita de estrategias, planes y proyectos para la recuperación de las actividades turísticas.

Dentro de la comuna Palacio Real, el turismo comunitario es un proyecto, que cuenta con instalaciones como es el restaurante, el museo de la llama, así mismo, con rutas señaladas para realizar senderismo, que gracias al apoyo de las instituciones privadas y públicas han podido tener una posición en el mercado, que, en la actualidad, están en procesos de reactivación después de enfrentar a todos los problemas mencionados.

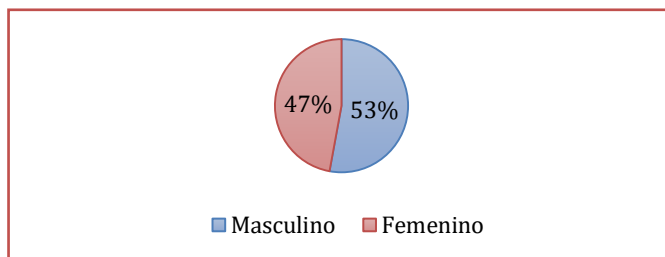
En este sentido, el turismo en sí, representa un factor clave de desarrollo en la comuna y la provincia, por ser una actividad que involucra a la dimensión, económica, social, cultural y ambiental, además, de generar el bienestar de la población local, por otra parte, el turismo comunitario promueve la participación de los actores públicos y privados, así también, la conservación del medio ambiente y la identidad cultural, y así, para garantizar el éxito de la actividad a nivel nacional.

Análisis de la encuesta: Comunidad

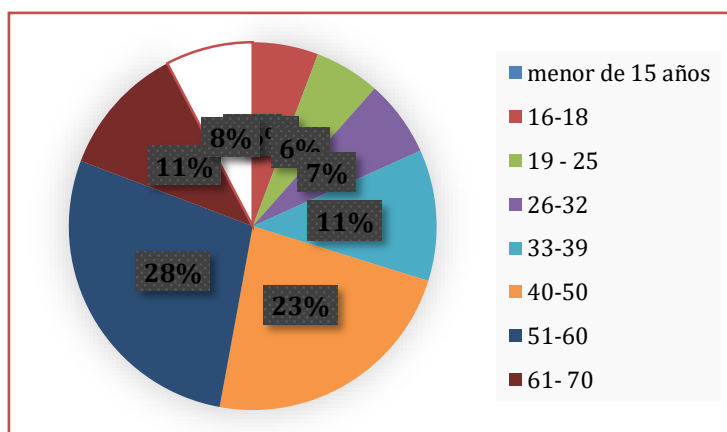
La encuesta aplicada a la comunidad fue con el objetivo de recopilar información relevante para la descripción de las experiencias turísticas, además, se aplicó las entrevistas correspondientes a los expertos y conocedores de la materia del turismo comunitario que son los actores que participan en el desarrollo de las actividades.

En este sentido, las encuestas para la comunidad se dividen en dos partes, que la primera contiene datos informativos y la segunda es el desarrollo de las herramientas, que tienen como objetivo conocer la realidad del turismo comunitario de Palacio Real, tal como se describe seguidamente.

- a) Datos generales:** En este punto, se especifica la información más relevante como es la edad, género, nivel de instrucción académica, ocupación de los miembros de la comuna para realizar el análisis correspondiente en las siguientes figuras.

Figura 12*Género de personas encuestadas*

Análisis e interpretación: Del 100% de las personas encuestadas prevalece el género masculino con el 53%, es decir con una participación de un total de 55 personas, mientras, que el 47% representa al género femenino con 49 personas, es decir que, se observa mayor participación de los hombres.

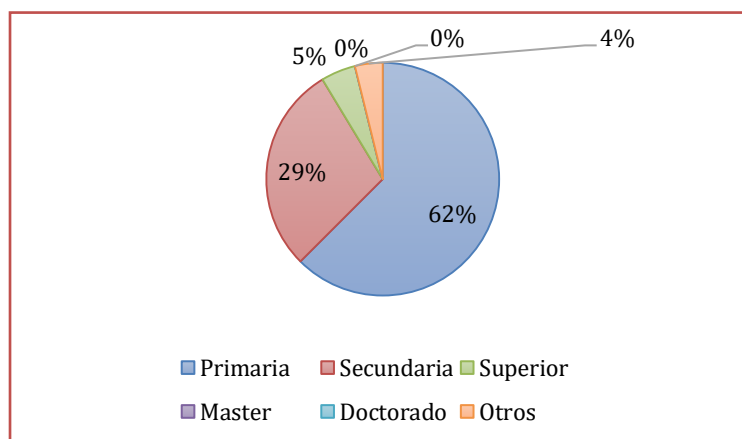
Figura 13*Rango de edad de personas encuestadas*

Análisis e Interpretación: De las 104 encuestas aplicadas se ha definido 9 rangos; donde 28% corresponde a 29 personas que se encuentran en el rango de 51-60 años, y con el 23% representa a 24 personas que tienen entre 40 – 50 años de edad, así también con el 11% representa a 24 personas con el rango de 61-70 años, seguido con el 11% pertenece a los 33-39 años. Al igual, que el 8% corresponde a 9 personas de un rango 70 años en adelante, el 7% corresponde a 8 personas en el rango de 26-30, el 6% corresponde a dos grupos de personas en el rango de 19-25 y de 16-18 años, tomando en

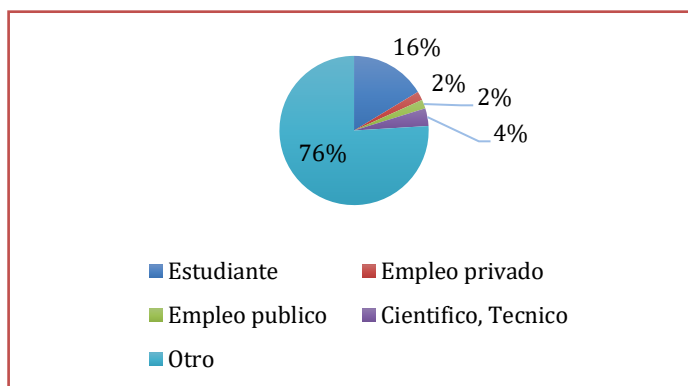
cuenta que el 0% corresponde en el rango menor de 15 años que no hubo participación. Es así que existe un mayor porcentaje de personas adultas dentro de la comunidad que aporta al desarrollo de la actividad turística.

Figura 14

Nivel de instrucción académica

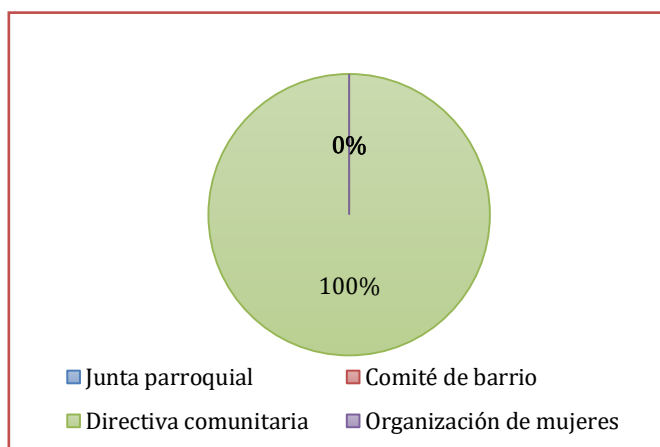


Análisis e Interpretación: De las 104 encuestas se determinó que el nivel académico de los miembros de la comuna el 62% representa a 65 personas que terminaron el nivel académico primario, al igual, el 29% han cursado la secundaria y el 5% cuenta con un nivel académico superior, así también, se pudo observar que el 4% de personas no recibieron el nivel educativo, es decir, que la mayor parte de los miembros de la comuna no cuentan con una educación superior por diferentes problemas.

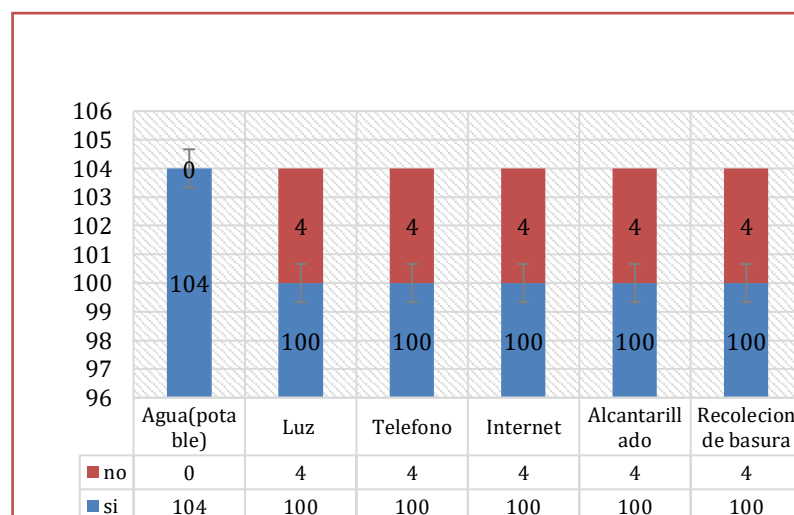
Figura 15*Ocupación del encuestado*

Análisis e Interpretación: De las 104 encuestas aplicadas el 76% es el porcentaje más alto se observa que el miembros de la comunidad se dedica a la actividad de la agricultura, ganadería, amas de casa, artesanos, seguido por el 16% que vienen a ser estudiantes y el 4% son personas que cuentan con un trabajo estable y finalmente con el 2% son miembros prestan sus servicios en instituciones públicas, es así, que en la comunidad existe más del 50% que se dedican a la agricultura por la herencia familiar.

b) Desarrollo de la encuesta: Se elaboró 15 preguntas para la comunidad que tienen como fin conocer datos específicos en el entorno económico, social, cultural y turístico, seguidamente se desarrolló el análisis e interpretación de los resultados que permitan trabajar en las estrategias para el CTC, como, se presentan en las siguientes figuras.

Figura 16*Tipo de Organización*

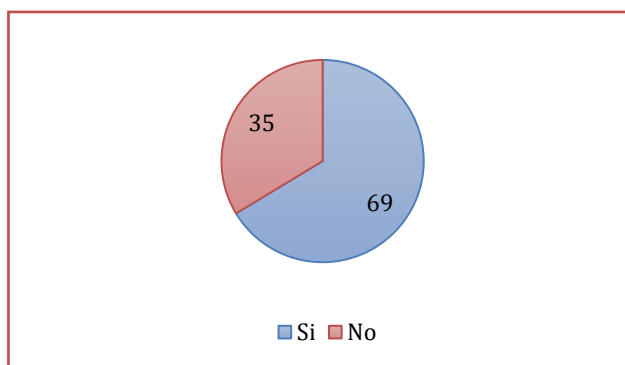
Análisis e Interpretación: De las 104 personas encuestadas el 100% afirma que la organización del centro de turismo comunitario Palacio Real es comunitaria, que participan en el desarrollo de las actividades y la toma de decisiones para el buen funcionamiento del CTC.

Figura 17*Servicios básicos de la comunidad*

Análisis e Interpretación: De las 104 encuestas se determinó que el 97% mencionan que cuentan con todos los servicios básicos como: con la luz, teléfono, internet, alcantarillado, recolector de basura a diferencia del 3% que corresponde a 4 encuestas quienes expresan que no cuenta con los servicios básico, es decir, que la mayor parte de la comunidad de la comunidad disponen de servicios básicos es un punto a favor de Palacio Real.

Figura 18

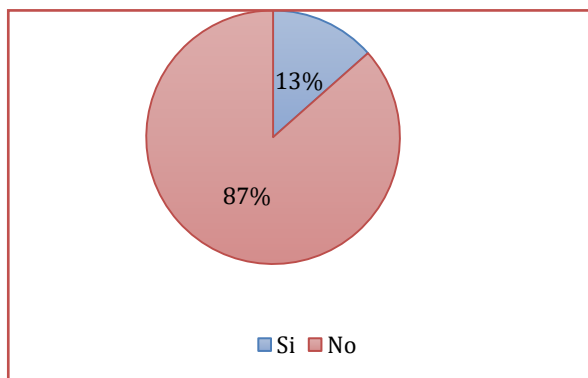
Centro comunitario cuenta con centros de educación



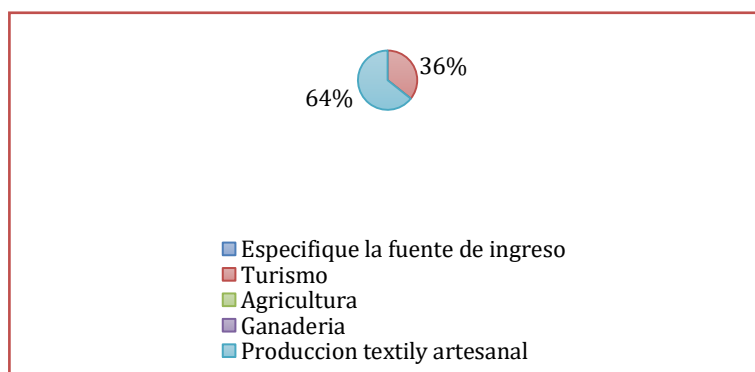
Análisis e Interpretación: Del total de las 104 encuestas aplicadas el 69% concuerda que la comunidad cuenta con un establecimiento educativo y el 35% afirma no tener un centro educativo, es decir, que la comunidad posee la infraestructura del centro educativo, pero, por problemas económicos, políticos, conflictos interinstitucionales tuvieron que cerrar sus puertas y en la actualidad los niños de la comuna se dirigen a las escuelas aledañas.

Figura 19

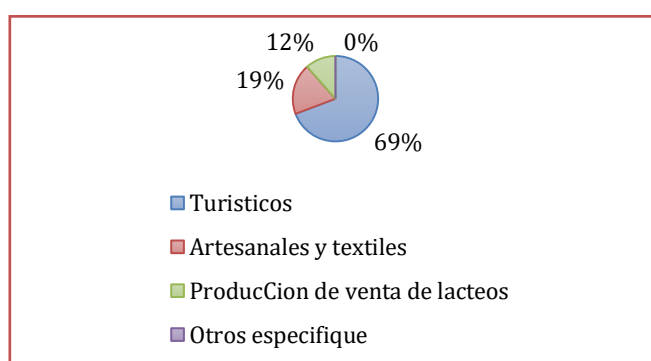
Cuenta con una fuente de ingreso



*Si su respuesta es **SI** especifique su principal ingreso económico*



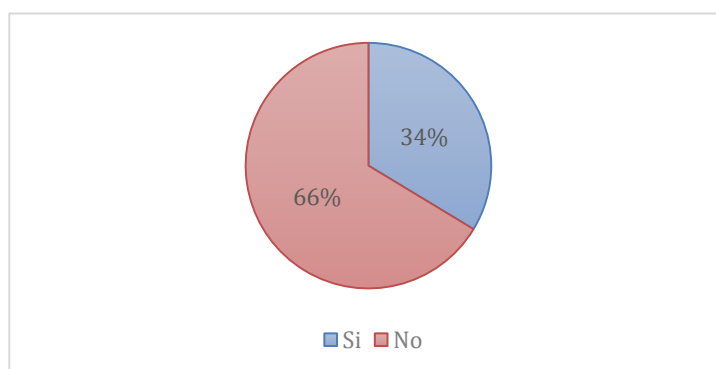
Análisis e Interpretación: Del total de las encuestadas aplicadas el 87% corresponde a 90 personas encuestadas que afirman no contar con un empleo fijo a diferencia del 13% que representa a 14 personas que cuentan un empleo fijo, además, el 64% no tienen ingresos mensuales por lo que se dedican a la agricultura, ganadería, los que manifiestan que la actividad no genera ingresos económicos todo el año porque la actividad es por temporadas a diferencia del 36% que son personas que trabajan en el turismo.

Figura 20*Emprendimientos turísticos en la comunidad**Tipo de emprendimiento*

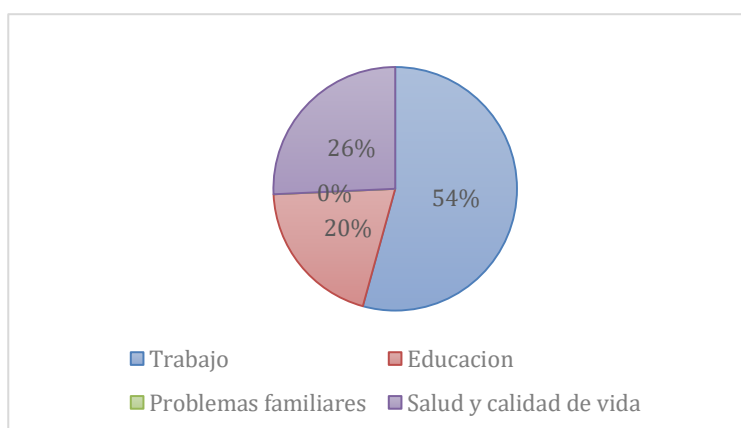
Análisis e Interpretación: De acuerdo con la figura 20 de las 104 encuestas se determinó que el 100% concuerdan que existen los emprendimientos turísticos, en cuanto, al tipo de emprendimiento el 69% establece que el centro turístico es una actividad mediana, seguidamente el 19% representa a actividad de elaboración de artesanías y textiles, por último, el 12% corresponde a la producción lácteos, son actividades que se desarrollan en busca de varios beneficios

Figura 21

Dentro de la comunidad existe migración



Causas de la migración de la comuna

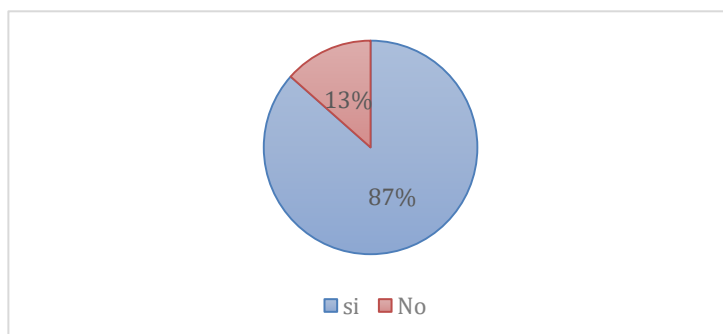


Análisis e Interpretación: De acuerdo a las 104 encuestas el 66% representa a 69 personas que aseguran que no existe migración y el 34% corresponde a 35 personas, por otro lado, las causas de la migración es la falta de oportunidades laborales que conculca al 54%, seguidamente el 20% emigra por la educación de sus hijos y finalmente el 26% mencionan que emigran por una mejor calidad de vida para la familia.

Figura 12

Figura 22

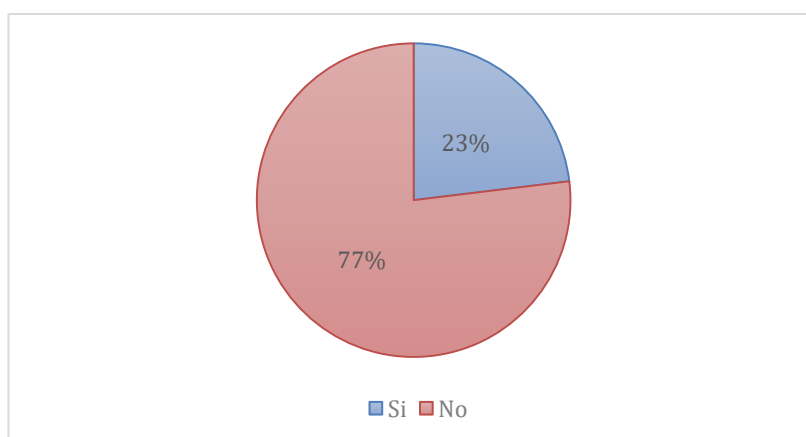
Acceso a la tecnología



Análisis e Interpretación: De las 104 encuestas aplicadas el 87% corresponde a 90 personas que tienen acceso a la tecnología, el 13% representa a 14 encuestados que mencionan no poseer el servicio de internet, es así, que la mayor parte de la comunidad se vio en la necesidad de instalar redes de internet en sus viviendas tras la pandemia del COVID-19, por motivos como la educación.

Figura 23

Existe un centro de salud

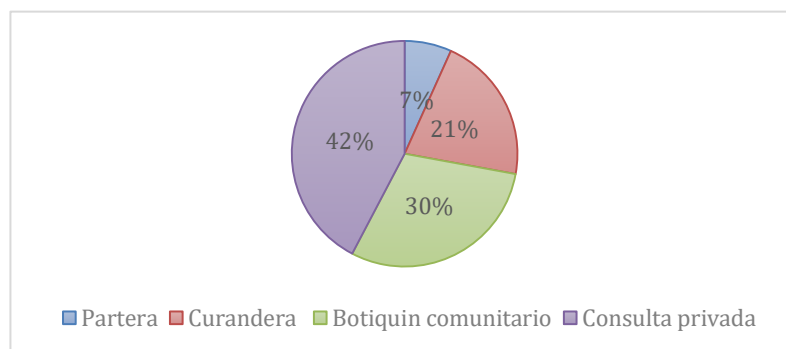


Análisis e Interpretación: Del total de las encuestas aplicadas el 77% mencionan que la comunidad no cuenta con un centro de salud a diferencia del 23% que establece que, si existe un centro de salud, pero, cabe recalcar que el ministerio de salud con el apoyo

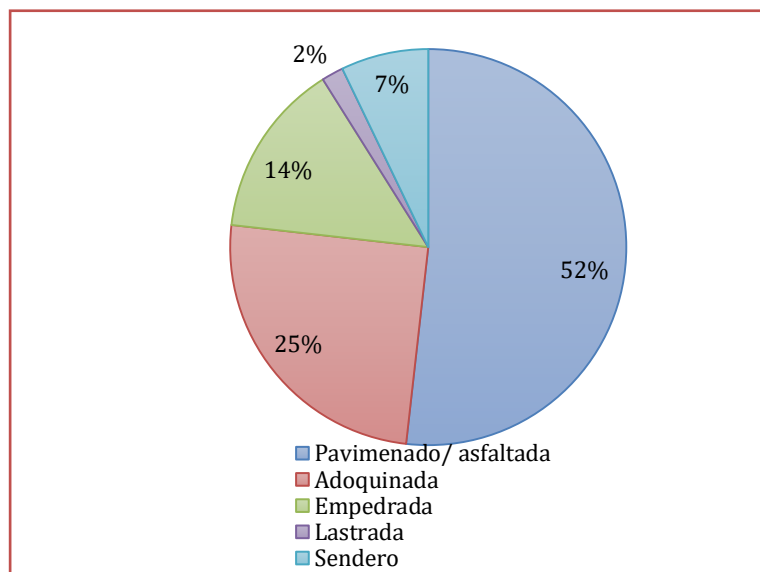
de Gad de Calpi se realiza la visita mensual para el respectivo chequeo médico en el Palacio Real.

Figura 24

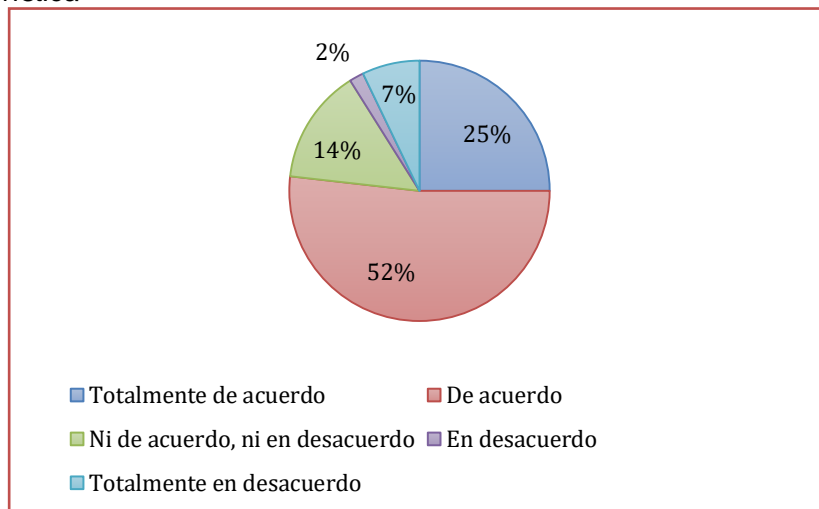
Establecimiento de salud



Análisis e Interpretación: En cuanto al establecimiento de salud el 42% corresponde a 44 personas que optan por acudir al consultorio privado, el 30% representa 31 encuestados, trasladan al botequín comunitario, seguidamente el 21% pertenece a 22 personas que prefieren dónde los saberes ancestrales(curanderos), y finalmente el 7% retribuye a 7 encuestados eligen las parteras dentro de la comuna.

Figura 25*Vías de Acceso*

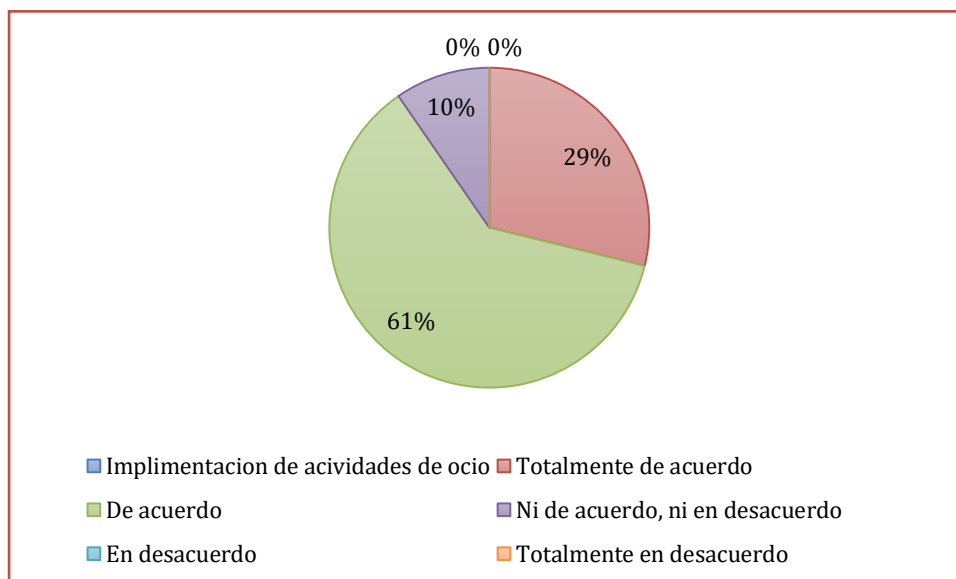
Análisis e Interpretación: Del total de las encuestas aplicadas en la comunidad el 52% representa a la vía de acceso de segundo orden (pavimentado), el 25% retribuye a la vía adoquinada y el 14% expresan que cuenta a la vía empedrada, asimismo, el 7% pertenece a los senderos y por último el 2% es de vía lastrada, en este sentido, las vías de acceso para llegar a la comunidad se encuentran en buen estado, incluso los senderos que conectan a las comunidades aledañas.

Figura 26*Planta turística*

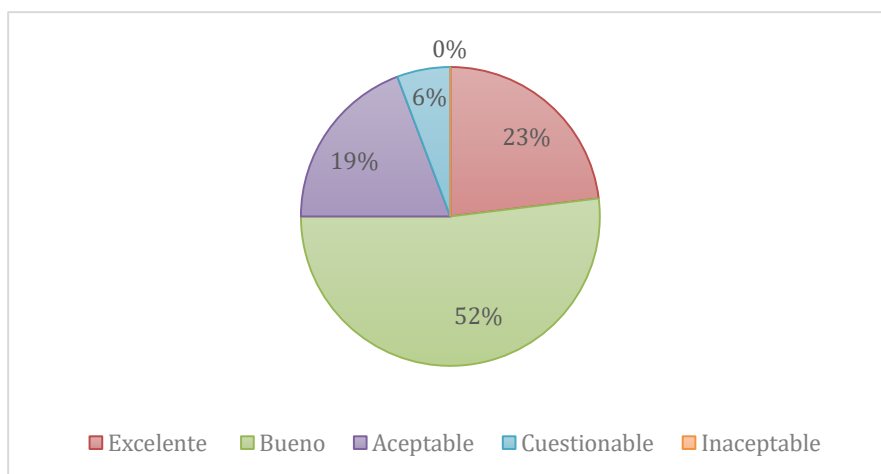
Análisis e Interpretación: Del total de los encuestados el 52% menciona que está de acuerdo con la infraestructura del CTC Palacio Real y cumple con las expectativas del turista, el 25% están totalmente de acuerdo con la planta turística del centro comunitario, el 14% representa a las personas que no están ni de acuerdo ni desacuerdo, el 7% están en totalmente en desacuerdo expresan que la infraestructura debe estar en constante mantenimiento y finalmente el 2% manifiestan su desacuerdo por la falta de gestión en el cuidado de la infraestructura.

Figura 27

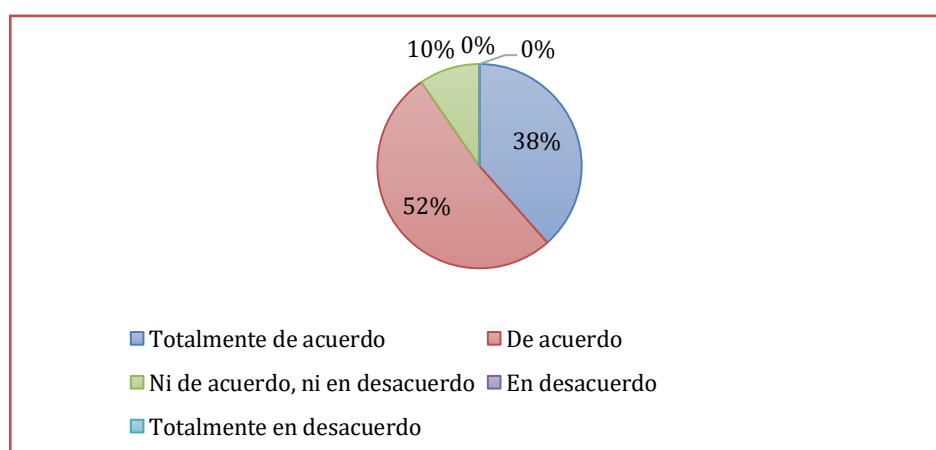
Implementación de actividades ocio y recreación



Análisis e Interpretación: Del 100% de las encuestas realizadas el 62% considera que está de acuerdo con la importancia de generar nuevas actividades turísticas, el 29% corresponde a las personas que manifiestan que están totalmente de acuerdo en la implementación de nuevas actividades de ocio y recreación, el 10% expresan que están ni de acuerdo ni desacuerdo en la implementación de las actividades, por lo tanto, la mayor parte consideran la idea de la implementación de actividades para de esa manera satisfacer las necesidades.

Figura 28*Gestión comunitaria*

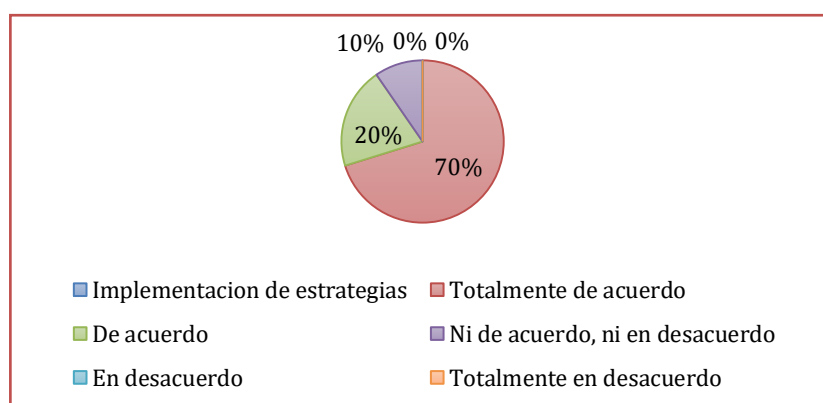
Análisis e Interpretación: De las 104 personas encuestadas, el 52% el porcentaje más alto que representa a una buena gestión comunitario por parte de la directiva comunitaria, el 23% expresan una gestión excelente, el 19% consideran que las acciones tomadas por los representantes en bien de la comunidad son aceptables y el 6% comentan que es cuestionable la gestión realizada por las autoridades, es decir, no existe una respuesta que diga lo contrario por lo tanto se concluye que el trabajo en equipo es importante.

Figura 29*Cambios sociales tras el COVID-19*

Análisis e Interpretación: De las 104 encuestas empleadas para la comunidad, el 52% corresponde a 54 personas que están de acuerdo que la actividad turística tuvo un cambio tras la pandemia, el 38% correspondiente a 40 encuestados manifiestan estar totalmente de acuerdo sobre los cambios que el sector turístico sufrió debido a COVID-19 y el 10% pertenece 10 personas que no están ni en acuerdo, ni desacuerdo de los cambios sociales que vive en la actualidad, por lo tanto, es necesario establecer las estrategias.

Figura 30

Implementación de estrategias



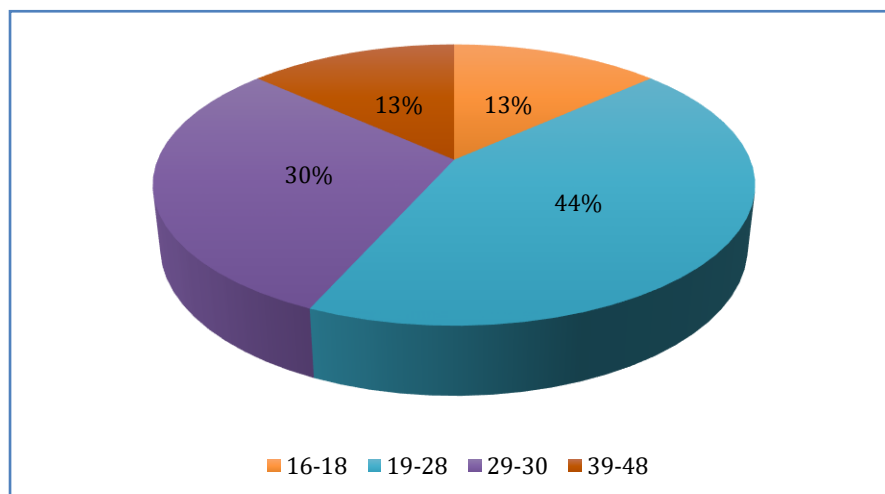
Análisis e Interpretación: Del total de las encuestas aplicadas en el centro comunitario Palacio Real, el 70% corresponde a 74 encuestados que manifiestan estar totalmente de acuerdo con la implementación de estrategias por parte de la academia y diferentes autores que contribuyan al desarrollo del CTC, el 20% representa a 21 personas expresan estar de acuerdo en la creación de nuevas estrategias y el 10% corresponden a 10 encuestados que están ni de acuerdo, ni desacuerdo, en este sentido, es un punto favor para establecer las estrategias.

Análisis de la encuesta: Turista

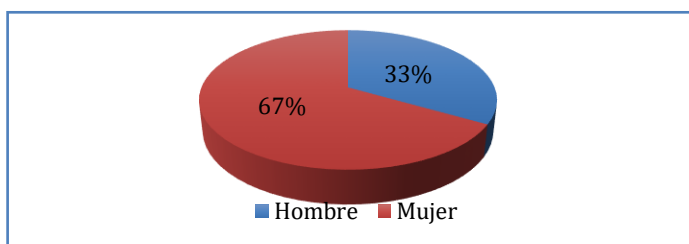
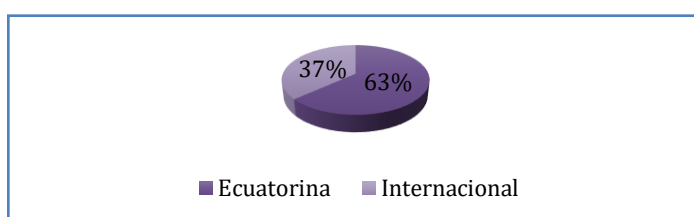
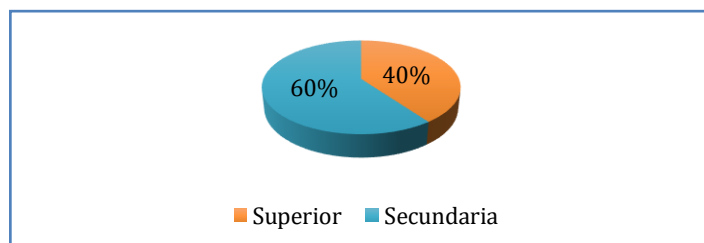
De igual manera, se desarrolló el cuestionario para 30 turistas, tomando en consideración los datos actuales, ya que según las investigaciones se determinó que al CTC no ingresan muchos turistas debido a diferentes problemas existentes, la encuesta 11 preguntas y contiene dos elementos: el primero hace alusión a los datos informativos, el segundo conlleva el desarrollo de la herramienta, es así, que se realizó el análisis correspondiente, como se detalla en las siguientes figuras.

Figura 31

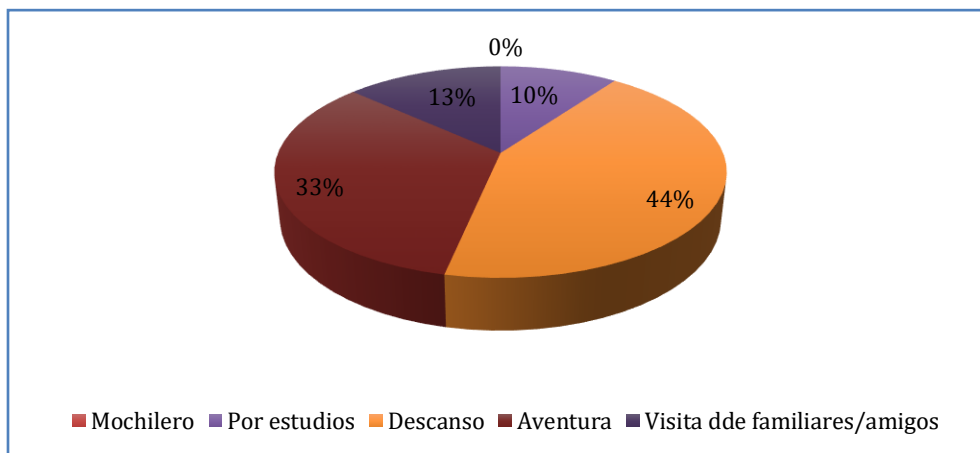
Rango de edad



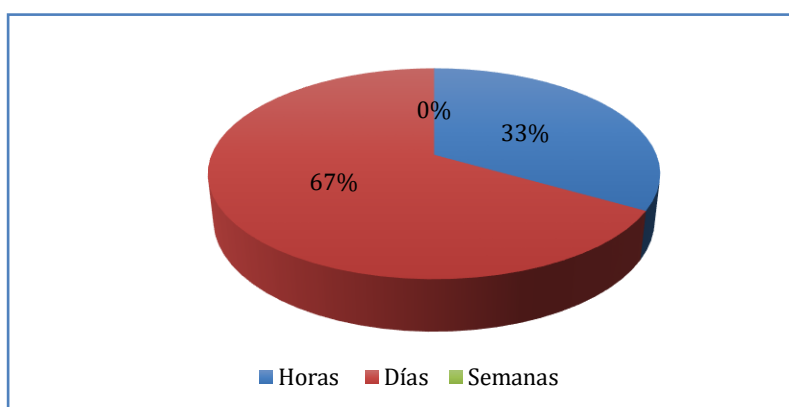
Análisis e Interpretación: De acuerdo a las 30 encuestas aplicadas a los turistas el 44% representa a un rango de edad de 19-28 años, el 30% representa al rango de 29-38, al igual que el 39-48 y 16-18 años representan al 13%, dando como resultado que el centro comunitario recibe visitantes de 19-28 que buscan el descanso y aventura.

Figura 32*Características del visitante**Tipo de nacionalidad**Nivel de estudios*

Análisis e Interpretación: Del total de las encuestas aplicadas sexo femenino con un 67% pertenece al sexo femenino, el 33% alude al sexo masculino, además, el lugar de procedencia de los turistas que visitan la comuna Palacio Real es de nacionalidad ecuatoriana que corresponde al 63%, mientras, que el 37% atribuye a los turistas internacionales, es decir que es importante para el desarrollo de las actividades, en cuanto, al nivel de estudio el 60% tienen la preparación secundaria y el 40% pertenece al nivel académico superior, de esa manera, se pudo identificar que las personas que ingresan al centro comunitario tienen el nivel de estudio académico alto.

Figura 33*Motivo de viaje*

Análisis e Interpretación: De acuerdo a las encuestas aplicadas se detallan 5 variables importantes que conlleva al momento de viajar, es así, que el 44% indica que el motivo de viaje es el descanso, seguido el 33% corresponde a la actividad de aventura, de igual manera los motivos de un viaje se deben a una visita de familiares o amigos que representa el 13% y un 10% por estudios. De tal manera, que el resultado obtenido con mayor porcentaje muestra que es por descanso es un punto a favor para el CTC.

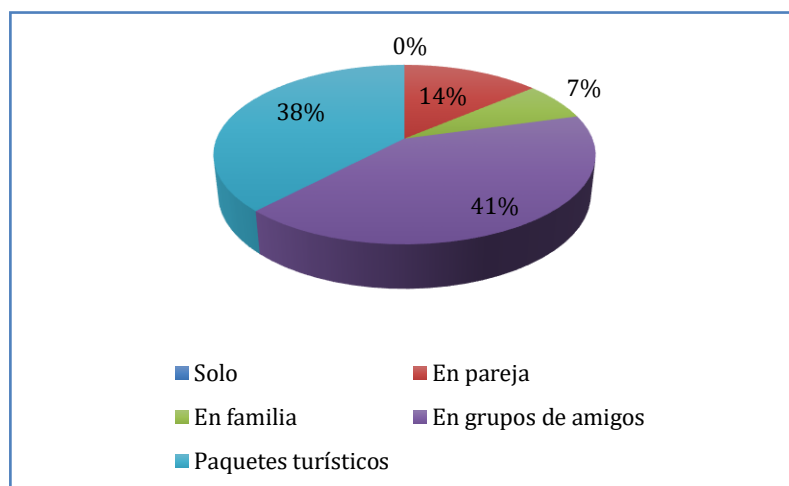
Figura 34*Duración de la estadía*

Análisis e Interpretación: De acuerdo a las 30 encuestas aplicadas se puede observar que la estadía es mayor un día con el 67%, además, el 33% corresponde a los

visitantes que quedan por horas en el lugar, es decir, que es importante porque así consumen un mayor producto turístico.

Figura 35

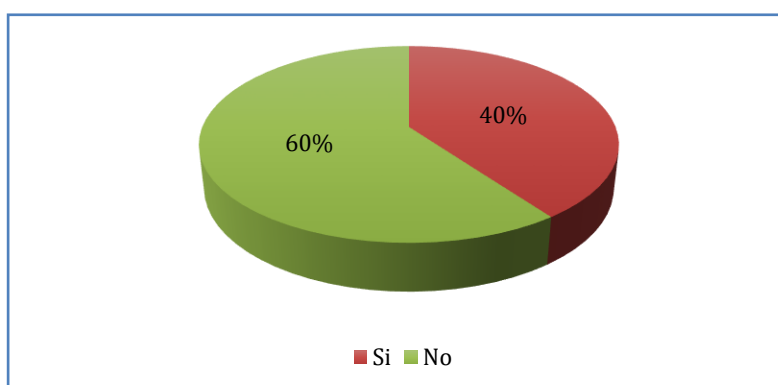
Número de personas que realizan el viaje



Análisis e Interpretación: En la figura 34 se puede observar que los visitantes prefieren viajar con un grupo de amigos que corresponde el 41%, seguido el 38% representa a los visitantes que prefieren contratar un paquete turístico, el 14% en pareja y el 7% en familia, es decir, que las personas prefieren ir al CTC en un grupo de amigos.

Figura 36

Ha visitado otro CTC

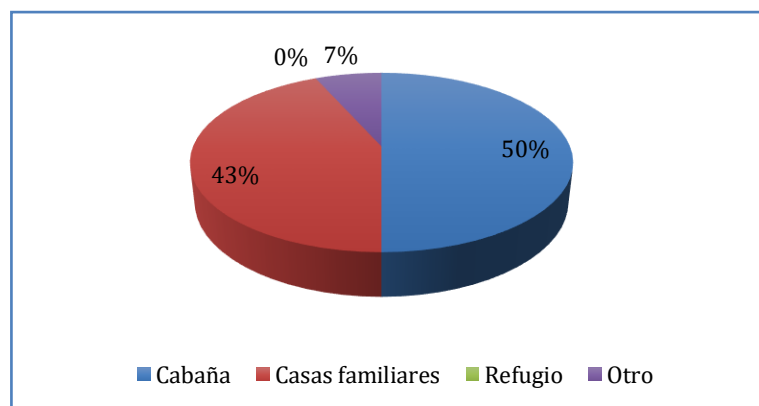


Análisis e Interpretación: De acuerdo al 100% de las encuestas aplicadas a los turistas el 60% corresponde a 12 personas que ha visitado otros centros comunitarios entre

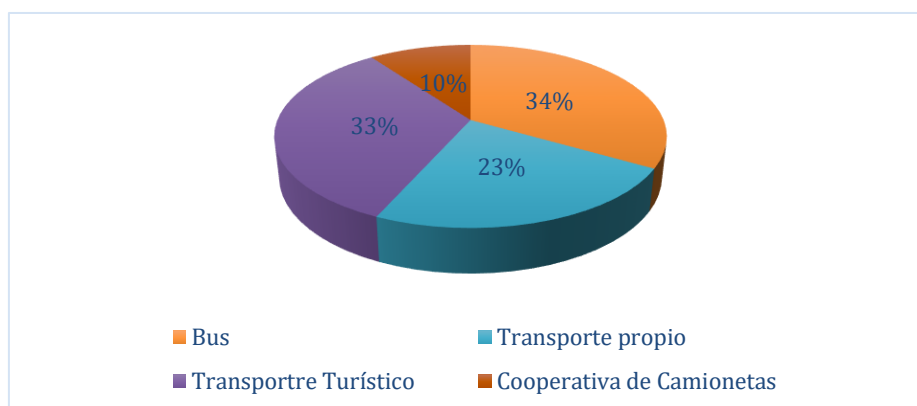
ellos podemos mencionar al emprendimiento turístico Pucara tambo, el centro comunitario Tolte, el 40% corresponde a 18 turistas que mencionan que no han visitado otros centros turísticos, por ende, es bueno establecer nuevas actividades turísticas en el CTC.

Figura 37

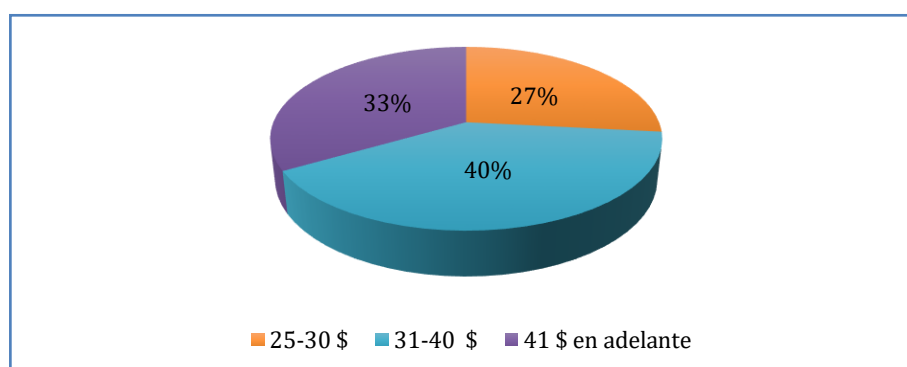
Servicio de alojamiento



Análisis e Interpretación: De acuerdo a las 30 encuestas empleadas a los turistas el 50% corresponde a 15 personas quienes optan por pernoctar en cabañas, al igual que el 43% representa a 13 turistas que prefieren hospedarse en casas familiares y el 7% prefieren acampar en el CTC, pero, que en la actualidad el hospedaje del centro comunitario está cerradas debido a que necesita mantenimiento por problemas económicos no se han realizado la reparación.

Figura 38*Trasporte*

Análisis e Interpretación: De las 30 encuestas aplicadas se pudo identificar que el 34% opta por trasladarse en bus, el 33% mencionan que prefiere el transporte turístico por la seguridad, comodidad y ahorro de tiempo, el 23% se traslada en el transporte propio, al igual que el 10% que prefiere utilizar las cooperativas de camionetas de Calpi, cabe destacar que la carretera para llegar al centro comunitario se encuentra en buen estado.

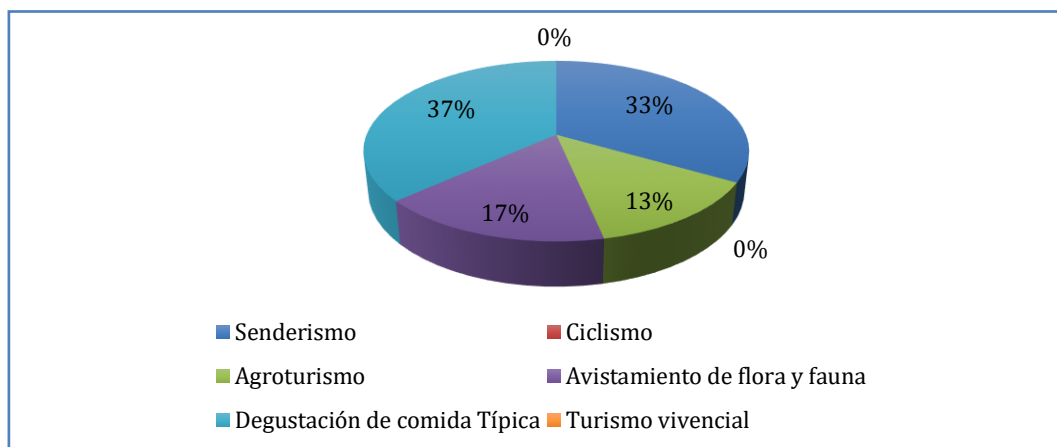
Figura 39*Gastos turísticos*

Análisis e Interpretación: De acuerdo con las 30 encuestas aplicadas a los turistas el gastos promedios que se genera por la actividad turística del 100% , el 40% corresponde a 12 personas con un gasto promedio desde los \$31- 40 dólares americanos, al igual que el 33% de los encuestados mencionan que su gasto va desde los \$ 41 dólares en adelante, y,

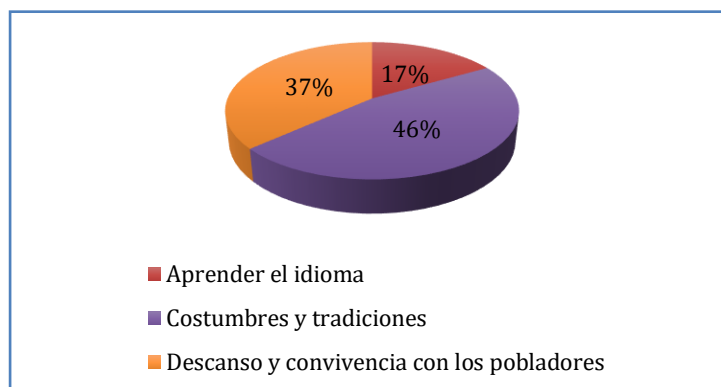
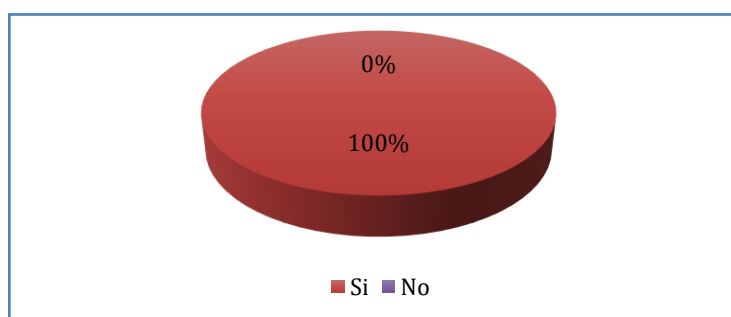
el 27 % representa a 8 turistas con un consumo de \$25-30 dólares, cabe destacar que el dinero generado por las actividades son equitativamente repartidas a los miembros de la comunidad.

Figura 40

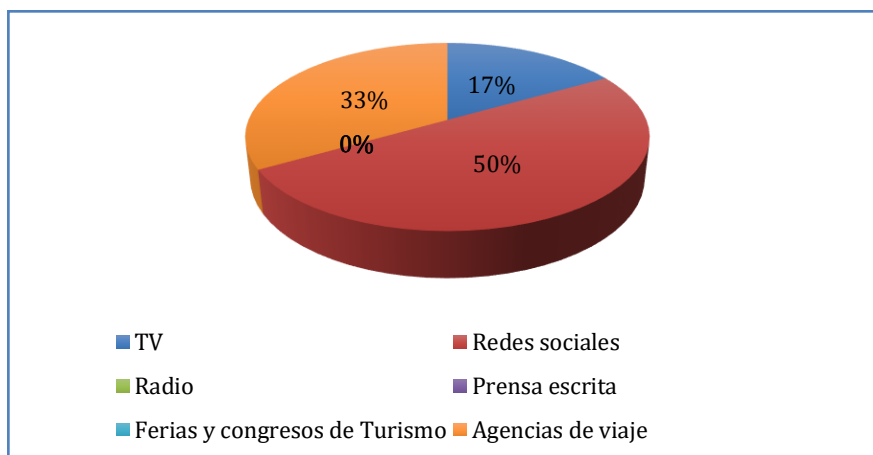
Actividades turísticas



Análisis e Interpretación: De las 30 encuestas aplicadas a los turistas el 37% concuerda que visita en centro comunitario para practicar el senderismo, al igual que el 33% mencionan que llegan al lugar por la gastronomía, el 17% disfruta de la actividad de avistamiento de flora y fauna y finalmente el 13% prefiere practicar el agroturismo con el apoyo de miembros de la comunidad, en cuanto a la actividad de ciclismo los turistas optan por no practicarlo por lo que el resultado es una de 0%.

Figura 41*Expectativas turísticas**El CTC cubrió sus expectativas*

Análisis e Interpretación: De acuerdo a las 30 encuestas aplicadas la principal motivación de viaje por parte de los turistas es conocer las costumbre y tradiciones que representa 46%, seguido el 37% viajan al CTC por descanso y convivencia con los pobladores, el 17% corresponde a los visitantes que prefieren aprender el idioma originaria de la comuna que es el kichwa, y finalmente con el 100% de los turistas expresan que el centro comunitario cumple con las expectativas y necesidades de los turistas.

Figura 42*Promoción y propaganda*

Análisis e Interpretación: En la figura 41 se establece los canales de difusión que dio relevancia al producto turístico de Palacio Real, en este sentido, el 50% mencionan que se informaron mediante las redes sociales, el 33% expresan por las agencias de viajes, el 17% corresponde a turistas que escucharon sobre el CTC por medio de la TV, por lo tanto, es importante trabajar con las plataformas para la comercialización de las actividades turísticas de Palacio Real.

Análisis de la entrevista: Expertos

En este sentido, se desarrolló las entrevistas bajo la metodología de Bernal (2015), por lo tanto, se ejecutó las entrevistas a expertos y conocedores de la materia de turismo comunitario de la provincia de Chimborazo y del centro de turismo comunitario Palacio Real, en este sentido, el cuestionario consta de 7 preguntas y se divide en dos elementos como son datos informativos y el desarrollo de la herramienta, como se detalla a continuación.

- a) Desarrollo de la entrevista:** Se especifica los datos importantes como la profesión, edad y cargo, por lo tanto, se empleó a los expertos de la prefectura de Chimborazo y la administradora del CTC y se realizó el análisis correspondiente en función a las respuestas obtenidas, tal y como, se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 20*Datos Generales*

Edad	Profesión	Cargo
24 años	Cursando la carrera de Contabilidad	Administradora del Centro comunitario Palacio Real
34 años	Ing. Producción Audiovisual	Encargado del departamento de Desarrollo comunitario y competitividad turística de Chimborazo
36 años	Ing. Ecoturismo	Analista del Turismo de la Prefectura de Chimborazo

b) Desarrollo de la entrevista: Se trabajó con la técnica establecida con las 7 preguntas para los expertos, donde se pudo conocer diferentes puntos de vista, planes, proyectos y actividades que se han desarrollado para la reactivación turística del CTC, así como, se detalla en las siguientes tablas.

Tabla 21*Entrevista a la administradora Jennifer Pagalo*

Preguntas	Respuestas
<p>¿Cómo fue el proceso de desarrollo del centro de turismo comunitario del sector?</p> <p>¿Cuáles han sido las principales instituciones públicas y privadas, en contribuir la formación del CTC?</p>	<p>El centro comunitario Palacio Real fue conformado por el Padre Pedro en el año 2003, conjuntamente con la asociación de mujeres de la comunidad.</p> <p>La comuna Palacio Real trabaja conjuntamente con entidades públicas y privadas como es el caso del Ministerio de Turismo, la CORDTUCH y la prefectura de Chimborazo.</p>
<p>¿Cree usted que las actividades turísticas desarrolladas por parte del CTC son de beneficio la comunidad?</p>	<p>El turismo es una fuente económica importante para el desarrollo de la comunidad, por ende, las actividades turísticas que se desarrollan en el CTC, son de gran beneficio para el ingreso económico de las familias dentro de la comuna.</p>
<p>¿El Centro de turismo comunitario tiene una gestión administrativa adecuada que impulsa el desarrollo turístico?</p>	<p>La administración y organización del CTC está a cargo de la directiva de la comuna y son quienes gestionan actividades para promocionar el turismo.</p>

Preguntas	Respuestas
¿Existen políticas o lineamientos de reactivación turística post COVID-19 que han generado un impacto positiva o negativa al territorio y al desarrollo turístico del CTC?	Existe el manual de protocolos de bioseguridad y para el ingreso a la comuna se lo realiza presentando el carnet de vacunación.
¿Qué proyectos o iniciativas se están generando actualmente en el CTC en pro de la reactivación turística?	Se está trabajando conjuntamente con el presidente de la parroquia Calpi en la elaboración de un proyecto turístico para el beneficios dl centro comunitario.
¿Existe una planificación adecuada para impulsar el desarrollo local en base a la práctica del turismo comunitario?	Si, los miembros del CTC trabajamos por el bien de la comunidad, por lo cual, antes de realizar alguna actividad se debe primero consultar con la comuna de esta manera se llega a un consenso para la toma de decisión.

Análisis e Interpretación: De acuerdo a la entrevista en el CTC, en la actualidad se encuentra trabajando en la reactivación turística con el apoyo de entidades públicas y privadas que aportan al desarrollo del turismo, sin embargo, con la investigación realizada en el campo se pudo evidenciar diferentes falencias, en cuanto a la pregunta 3 la gestión administrativa del centro comunitario está a cargo de personas que no cuentan con un nivel académico, es necesario mencionar la capacidad que tienen los representantes, además, en la pregunta 4, se habla de beneficios que genera la práctica del turismo comunitario, en este punto, es importante mencionar, que se debe establecer más actividades de ocio y recreación, asimismo, los proyectos que se han desarrollado no han sido aplicados debido a los recursos económicos y el periodo de los gobernantes dando como resultado proyectos inconcluso, obras a medias, esto ha permitido el deterioro de las actividades turísticas.

Tabla 22

Entrevista Ing. Juan Velarde

Preguntas	Respuestas
<p>¿Cómo fue el proceso de desarrollo del centro de turismo comunitario del sector?</p>	<p>Las comunidades que buscan desarrollar el turismo deben contar felicidades turísticas, actividades, oferta turística y servicios alojamiento.</p>
<p>¿Cuáles han sido las principales instituciones públicas y privadas, en contribuir la formación del CTC?</p>	<p>Las entidades que aportan al desarrolló del CTC de Riobamba es el Ministerio de Turismo, la Academia, Prefectura de Chimborazo, ONG, entre otras.</p>
<p>¿Cree usted que las actividades turísticas desarrolladas por parte del CTC son de beneficio la comunidad?</p>	<p>Los centros comunitarios de la provincia de Chimborazo al practicar el turismo comunitario están generando ingresos económicos y aportan a mantener viva la identidad cultural como lo viene desarrollando las comunas de Palacio Real, Tolte, Moya y Nizag.</p>
<p>¿El Centro de turismo comunitario tiene una gestión administrativa adecuada que impulsa el desarrollo turístico?</p>	<p>Los centros comunitarios cuentan con su organización y la entidad pública es el apoyo para potencializar y aprovechar sus recursos adicionales a esto se realiza capacitaciones cada 3 meses para el fortalecimiento y potencialidad de la actividad turística .</p>

Preguntas	Respuestas
<p>¿Cree usted que el centro de turismo comunitario ha aportado al desarrollo local de la misma?</p>	<p>El CTC oficialmente registrado en el catastro de Turismo 2021 de la provincia aportan significativamente al rescate de la identidad cultural, genera ingresos económicos, genera empleo para los miembros de las mismas comunidades.</p>
<p>¿Existen políticas o lineamientos de reactivación turística post COVID-19 que han generado un impacto positiva o negativa al territorio y al desarrollo turístico del CTC?</p>	<p>La prefectura de Chimborazo trabaja en plan de normas de bioseguridad tanto para el turista y la comunidad.</p>
<p>¿Qué proyectos o iniciativas se están generando actualmente en el CTC en pro de la reactivación turística?</p>	<p>El departamento de competitividad turística se encuentra a cargo del desarrollo del proyecto piloto denominado Reactivación turística con el enfoque a la sostenible, el que ser aplicado en el CTC de Nizag.</p>
<p>¿Existe una planificación adecuada para impulsar el desarrollo local en base a la práctica del turismo comunitario?</p>	<p>Como entidad pública uno de los ejes importantes es la planificación y organización con el departamento de turismo donde se coordina diferentes actividades en los CTC.</p>

Análisis e Interpretación: De acuerdo con la entrevista realizada al Ing. Juan Velarde menciona que la prefectura de Chimborazo es una institución que apoya al desarrollo de proyectos en el área de turismo comunitario, además, es quien, organiza,

gestiona, planifica y capacita a los centros comunitarios, también, menciona que los centros comunitarios reciben apoyo de otras instituciones públicas y privadas, en sí, el departamento de la competitividad turística está enfocada en conocer la realidad del turismo comunitario de los CTC, por lo cual el 75% del trabajo se lo realizan salidas de campo de esta manera se brinda mejores oportunidades para la comuna.

Tabla 23

Entrevista Ing. Juan Carlos Plaza

Preguntas	Respuestas
<p>¿Cómo fue el proceso de desarrollo del centro de turismo comunitario del sector?</p>	<p>Los centros comunitarios de la provincia de Chimborazo deben ser evaluadas desde una perspectiva a futuro en relación a esto se procede al acompañamiento del CTC.</p>
<p>¿Cuáles han sido las principales instituciones públicas y privadas, en contribuir la formación del CTC?</p>	<p>Las principales entidades que participa son el Ministerio de Turismo, Gad de Calpi, ONGs, GTS, CORDTUCH y la prefectura de Chimborazo.</p>
<p>¿Cree usted que las actividades turísticas desarrolladas por parte del CTC son de beneficio la comunidad?</p>	<p>Efectivamente las actividades turísticas de los CTC aportan de la manera directa e indirectamente al desarrollo económico.</p>
<p>¿El Centro de turismo comunitario tiene una gestión administrativa adecuada que impulsa el desarrollo turístico?</p>	<p>En los últimos años los centros comunitarios han presentado una problemática en cuanto a la administración al no contar con profesionales en el ámbito turístico, falencias en el modelo de gestión turística.</p>

Preguntas	Respuestas
¿Cree usted que el centro de turismo comunitario ha aportado al desarrollo local de la misma?	En efecto, el CTC aporta al fortalecimiento en el ámbito económico, social, cultural y ambiental, evitando la migración a otros destinos.
¿Existen políticas o lineamientos de reactivación turística post COVID-19 que han generado un impacto positiva o negativa al territorio y al desarrollo turístico del CTC?	La prefectura de Chimborazo trabaja en la creación de mecanismos de articulación denominada organización de gestión, que aporta a la optimización de los recursos y esfuerzos de los CTC, además, trabaja por la institucionalidad, es decir, las entidades públicas, privadas, universidades y la sociedad civil para la igualdad de oportunidades.
¿Qué proyectos o iniciativas se están generando actualmente en el CTC en pro de la reactivación turística?	En la actualidad la prefectura está desarrollando proyectos turísticos enfocados en rutas turísticas, también, se desarrolla la promoción turística y la dotación de facilidades turísticas (señaléticas turísticas) y finalmente los PDOT de las diferentes parroquias de la provincia aportan al desarrollo del turismo comunitario.
¿Existe una planificación adecuada para impulsar el desarrollo local en base a la práctica del turismo comunitario?	La planificación se lo realiza en base a las necesidades de los CTC, el objetivo principal es promover el turismo en los centros.

Análisis e Interpretación: De acuerdo a la entrevista, el turismo comunitario en la provincia de Chimborazo se viene desarrollando de forma paulatina es considerado como una de las actividades que genera un aporte económico importante para las comunidades, además, con la participación directa de la prefectura se ha desarrolla proyectos, normas y lineamientos para la reactivación del turismo enfocándose en la sostenibilidad, dentro de esta, es importante la participación de la academia, que aporta al desarrollo de planes, proyectos y artículos que propongan estrategias para el desarrollo de la misma. En este sentido, de las tres entrevistas realizadas, los actores que están involucrados aportan significativamente al desarrollado e involucramiento de la comunidad.

Análisis FODA

De acuerdo con Ponce (2007) el análisis FODA “consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles también diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir, las oportunidades y amenazas” (pág. 114). Es por ello, que en la investigación se utilizó la herramienta FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, y Amenazas), en función al objeto de estudio establecida en el proyecto.

Bajo este contexto, se realizó la matriz de resumen o síntesis FODA (Ver tabla 25) detectadas en el análisis de la situación actual del turismo comunitario donde se muestra las Fortalezas y Debilidades como elementos internos, los cuales tienen el control sobre ellos y se puede cambiar para cumplir los objetivos, por otra parte, las Oportunidades y Amenazas elementos externos, siendo estos los factores que no se puede cambiar o tener control sobre ellos.

Tabla 24

Matriz de resumen – Síntesis FODA

No.	OPORTUNIDADES
O1	Nuevos canales comercialización del producto turístico
O2	Desarrollo de planes y proyectos para consolidar el sector turístico
O3	Apoyo de instituciones públicas y privadas
O4	Adaptación de las personas a un nuevo estilo de vida
O5	Capacitaciones
O6	Campañas publicitarias
O7	Producto turístico para diferente segmento de mercado
No.	AMENAZAS
A1	Ausencia de profesionales en el sector turístico
A2	Riesgo país
A3	Competitividad turística por otros centros comunitarios
A4	Emergencia sanitaria por la pandemia
A5	Falta de financiamiento en proyectos turísticos
A6	Migración en busca de mejores oportunidades
A7	El desempleo
A8	Protestas nacionales
A9	Problemas interinstitucionales
No.	FORTALEZAS
F1	Protocolos de bioseguridad
F2	Recursos naturales y culturales en la comunidad
F3	Innovación en las actividades turísticas
F4	Valoración de la oferta turística
F5	Variedad de actividades dentro de la comunidad

F6	Vías de acceso en un buen estado
F7	Personas dispuestas apoyar los emprendimientos turísticos
No.	DEBILIDADES
D1	Infraestructura deficiente
D2	Bajo ingreso de turistas
D3	Gestión turística ineficiente
D4	Falta de presupuesto
D5	Ingresos económicos bajos
D6	Falta de información turística
D7	Ineficiencia en la administración

En esta línea de ideas, la matriz FODA representa todas las características encontradas en el análisis de la situación actual del turismo comunitario, clasificados en fortalezas y debilidades en el ámbito interno, del mismo modo, las oportunidades y amenazas en el ámbito externo suscitados en la actualidad.

Idea a defender

De acuerdo a los datos obtenidos y la información primaria y secundaria analizados hasta el momento, es evidente que la situación actual admite establecer las estrategias del desarrollo que permitirá el mejoramiento del centro comunitario Palacio Real, en función a las dimensiones económico, social y turístico, y, por lo tanto, se requiere hacer el direccionamiento estratégico. Además, Gadway (2019) en su investigación "*Diseño de un plan estratégico para el desarrollo de la comunidad Palacio Real en la parroquia Santiago de Calpi del cantón Riobamba*" menciona lo siguiente:

Que las estrategias en la comunidad Palacio Real permitirá conocer las fortalezas en cuanto a cultura, gastronomía, artesanías que son los principales atractivos por los que visitan el destino, además de ser un camino a seguir pasar alcanzar los

objetivos mediante estrategias objetivas que permitan potencializar la economía del sector e incrementar la afluencia de turistas incrementando los ingresos y fuentes de empleo para los moradores del sector que buscan evitar la migración. (pág. 33)

Por otro lado, Moreno et al. (2017) en la investigación *“Propuesta estratégica de desarrollo turístico sostenible comunitario rural para el Ecuador”*. Caso de estudio, establecen que las estrategias determinan metas y objetivos básicos en un tiempo determinado, es decir que la estrategia contiene un plan, un curso de acción conscientemente concluyente, es una guía, para abordar la situación actual dentro de la comunidad.

Bajo este contexto, es importante establecer las estrategias en la comunidad, teniendo en cuenta todos los aspectos positivos y negativos encontrados de la investigación. Por tal motivo, Murillo (2020) menciona que al desarrollar las estrategias abre diferentes caminos para cumplir los objetivos establecidos, generan oportunidades para las familias o al mercado que estos prestan, razón, por el cual trabajar en las estrategias para el centro comunitario Palacio Real.

Por lo tanto, las estrategias representan un patrón para el cumplimiento de objetivos, metas y propósitos, además, permiten llevar a cabo las actividades a las que se dedica la organización, en el caso específico, los centros comunitarios, para evitar las disfunciones sociales, conservar los recursos naturales y culturales u otros aspectos que se encuentre dentro de la comunidad.

En este sentido, según Pachuca (2011) en su estudio *“Fortalecimiento comunitario como estrategia de participación ciudadana ante los nuevos contextos sociales”*, expresa que las estrategias han posibilitado el impulso de acciones en los aspectos económicos, sociales, técnicos, culturales y políticos desde la organización de los sujetos, para construir respuestas a las diversas insuficiencias y dar con ello pie, a la gestión de servicios y bienes públicos desde sus propias formas de cooperación.

En sí, las estrategias permiten mejorar la calidad de vida de los comuneros, y a cumplir las expectativas de los turistas, razón primordial desarrollar las estrategias aprovechando las fortalezas y debilidades considerando como las potencialidades del lugar y las amenazas y debilidades supuestas problemas y limitaciones, por ello, es fundamental emplear para el fortalecimiento de las actividades dentro del CTC.

En esta línea de ideas, el análisis correspondiente se realizó en función a los aspectos económicos, social y turístico, se llegó a la conclusión que el centro del turismo comunitario Palacio Real cuenta con varias potencialidades, sin embargo, con la llegada del COVID 19, ha provocado pérdidas importantes en diferentes campos, es por ello, que se estableció las estrategias teniendo como objetivo priorizar el turismo comunitario, además, el CTC cuenta con el apoyo de las instituciones públicas y privadas que intervienen directamente en el equilibrio de la comunidad y la provincia, y el desarrollo de actividades productivas con el fin de mejorar el estilo de vida de la población.

Direccionamiento estratégico

Según Ronda & Marcané (2004, citado en Aguilera, 2009) establecen que para el “direccionamiento estratégico se debe realizar un análisis estratégico con el objetivo de definir la posición estratégica e interna, es decir, las amenazas u oportunidades en el aspecto externo y fortalezas o debilidades en el plano interno” (pág. 90).

En este sentido, se utilizó la herramienta FODA para el análisis correspondiente a través de las matrices de ponderación de impactos, matrices de evaluación de factores internos y externos, matrices de acción estratégica, matriz de síntesis estratégica, donde se toma en consideración la información obtenida para la descripción y resultados recogidos en base a las herramientas aplicadas en función a los aspectos económico, social y turístico, como se analiza seguidamente:

a) **Matriz de ponderación de impactos.** Se realizó la ponderación a cada una de las fortalezas, debilidades en el ámbito interno y amenazas, oportunidades en el factor externo, con una escala de 1 al 3, lo que significa que el 3 es el nivel alto, 2 en el nivel medio y el 1 en el nivel bajo, para conocer las particularidades en función a ello se estableció las estrategias para el CTC, así como, se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 25

Matrices de impacto

MATRIZ "F"				
No.	FORTALEZAS	IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO
F1	Protocolos de bioseguridad	3		
F2	Recursos naturales y culturales en la comunidad		2	
F3	Innovación en las actividades turísticas			1
F4	Valoración de la oferta turística			1
F5	Variedad de actividades dentro de la comunidad		2	
F6	Vías de acceso en un buen estado	3		
F7	Personas dispuestas apoyar en los proyectos turísticos		2	

MATRIZ "O"				
No.	OPORTUNIDADES	ALTO	MEDIO	BAJO
O1	Nuevos canales comercialización del producto turístico		2	
O2	Desarrollo planes y proyectos para consolidar el sector turístico			1
O3	Apoyo de instituciones públicas y privadas		2	

O4	Adaptación de las personas a un nuevo estilo de vida	2
O5	Capacitaciones	2
O6	Campañas publicitarias	2
O7	Producto turístico para diferente segmento de mercado	3

MATRIZ "D"

No.	DEBILIDADES	ALTO	MEDIO	BAJO
D1	Infraestructura deficiente		2	
D2	Bajo ingreso de turistas	3		
D3	Gestión turística ineficiente	3		
D4	Falta de presupuesto	3		
D5	Ingresos económicos bajos		2	
D6	Falta de información turística			1
D7	Ineficiencia en la administración		2	

MATRIZ "A"

No.	AMENAZAS	ALTO	MEDIO	BAJO
A1	Ausencia de profesionales en el sector turístico	3		
A2	Riesgo país	3		
A3	Competitividad turística por otros centros comunitarios		2	
A4	Emergencia sanitaria por la pandemia		2	
A5	Falta de financiamiento en proyectos turísticos	3		
A6	Migración en busca de mejores oportunidades			1
A7	El desempleo		2	
A8	Protestas nacionales		2	
A9	Problemas interinstitucionales		2	

b) Matrices de evaluación de factores internos y externos. Se realizó la evaluación de factores internos y externos los que permitieron identificar y evaluar diferentes aspectos para la toma de decisiones y establecer las estrategias, para ello, se empleó la calificación correspondiente para cada ámbito, cómo, se detalla en las siguientes tablas.

Tabla 26

Matriz de evaluación interna

MATRIZ EFI				
No.	FORTALEZAS	PESO RELATIVO	CALIFICACIÓN	TOTAL, PONDERADO
F1	Protocolos de bioseguridad	0,11	4	0,46
F2	Recursos naturales y culturales en la comunidad	0,09	3	0,26
F3	Innovación en las actividades turísticas	0,11	4	0,46
F4	Valoración de la oferta turística	0,09	3	0,26
F5	Variedad de actividades dentro de la comunidad	0,11	4	0,46
F6	Vías de acceso en un buen estado	0,11	4	0,46
F7	Personas dispuestas apoyar los emprendimientos turísticos	0,09	3	0,26

No.	DEBILIDADES	PESO RELATIVO	CALIFICACIÓN	TOTAL, PONDERADO
D1	Infraestructura deficiente	0,03	1	0,03
D2	Bajo ingreso de turistas	0,03	1	0,03
D3	Gestión turística ineficiente	0,06	2	0,11
D4	Falta de presupuesto	0,03	1	0,03
D5	Ingresos económicos bajos	0,06	2	0,11
D6	Falta de información turística	0,03	1	0,03
D7	Ineficiencia en la administración	0,06	2	0,11
	TOTAL	1,00	35	3,06

CALIFICACIÓN

1 si representa una Debilidad Importante.

2 si representa una Debilidad Menor.

3 si representa una Fortaleza Menor.

4 si representa una Fortaleza Importante.

Tabla 27

Matriz de evaluación externa

MATRIZ EFE				
No.	OPORTUNIDADES	PESO RELATIVO	CALIFICACIÓN	TOTAL, PONDERADO
O1	Nuevos canales de comercialización del producto turístico	0,08	3	0,23
O2	Desarrollo de planes y proyectos para consolidar el sector turístico	0,08	3	0,23
O3	Apoyo de instituciones públicas y privadas	0,10	4	0,41
O4	Adaptación de las personas a un nuevo estilo de vida	0,08	3	0,23
O5	Capacitaciones	0,10	4	0,41
O6	Campañas publicitarias	0,10	4	0,41
O7	Producto turístico para diferente segmento de mercado	0,08	3	0,23
No.	AMENAZAS	PESO RELATIVO	CALIFICACIÓN	TOTAL, PONDERADO
A1	Ausencia de profesionales en el sector turístico	0,08	1	0,03
A2	Riesgo país	0,08	1	0,03

A3	Competitividad turística por otros centros comunitarios	0,10	2	0,10
A4	Emergencia sanitaria por la pandemia	0,08	2	0,10
A5	Falta de financiamiento en proyectos turísticos	0,10	1	0,03
A6	Migración en busca de mejores oportunidades	0,10	2	0,10
A7	El desempleo	0,08	2	0,10
A8	Protestas nacionales		2	0,10
A9	Problemas interinstitucionales	0,03	2	0,10
	TOTAL	1,00	39	2,85

CALIFICACIÓN

1 si representa una Amenaza Importante.

2 si representa una Amenaza Menor.

3 si representa una Oportunidad Menor.

4 si representa una Oportunidad Importante.

Bajo este contexto, se realizó la Matriz de Evaluación de aspectos internos (EFI), con la finalidad de evaluar el entorno de la comuna Palacio Real, así, identificar los puntos fuertes y débiles, donde el resultado de las fortalezas y debilidades tienen un peso relativo 1, 35 de calificación y 3,06 de peso relativo. Asimismo, la Matriz de Evaluación de factores externos (EFE) fue utilizada para analizar los factores externos de la comuna, acorde a las

oportunidades y amenazas se obtuvo 1 en peso relativo, 39 de calificación y 2,85 de peso relativo. Mismos, que permitieron obtener un resumen de los factores externos e internos.

c) Matrices de acción estratégica. Luego de haber analizado la síntesis FODA, ponderación de impactos, evaluación de factores internos y externos sobre la situación de la realidad del turismo comunitario Palacio Real se prosigue a la combinación de elementos, para verificar las fortalezas y aprovechar las oportunidades existentes, además , las debilidades frente a las amenazas son reveladas para buscar oportunidades, en este sentido, se realizó el ejercicio de la ponderación en una escala de 3 a 1, donde el 3 es el punto más alto, 2 como punto medio y el 1 como la puntuación más baja, tal como, se detalla a continuación.

Tabla 28

Matriz de acción FO

Ponderación	O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7	TOTAL
Alta: 3								
Media: 2								
Baja: 1								
F1	1	2	2	2	2	2	1	12
F2	2	1	1	1	1	1	2	9
F3	1	3	1	2	1	1	3	12
F4	2	3	2	2	2	2	2	15
F5	1	2	1	1	1	1	2	9
F6	2	2	2	2	2	2	2	14
F7	1	3	1	1	1	1	1	9
TOTAL	10	16	10	11	10	10	13	80

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

$$\text{RBF (FO)} = 80 / (7 \cdot 7 \cdot 3) = 54,42\%$$

En efecto, la matriz de acción FO (Fortalezas, Oportunidades) alude las ventajas para aprovechar las oportunidades hallados en la situación actual, para lo cual, se realizó la ponderación de los elementos del FO a través de niveles de calificación, 3 en punto alto, 2 en la puntuación medio, y 1 en el punto baja, por consiguiente, se efectuó el análisis para sacar los puntajes más relevantes y el RBF con el resultado de 54,42% de credibilidad.

Tabla 29

Matriz de acción DA

Ponderación	A1	A	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	TOTAL
Alta: 3										
Media: 2										
Baja: 1										
D1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	13
D2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	11
D3	1	1	2	1	1	2	2	1	1	12
D4	1	1	2	2	1	3	3	2	2	17
D5	2	2	1	1	1	2	2	2	2	15
D6	2	1	1	1	1	2	1	3	2	14
D7	1	1	1	1	2	2	1	1	1	11
TOTAL	11	8	10	8	8	16	11	11	10	93

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

$$\text{RBF (DA)} = 93 / (7 \cdot 9 \cdot 3) = 49,21\%$$

Por consiguiente, la matriz de acción DA (Debilidades, Amenazas) representa las debilidades frente a las amenazas del entorno encontradas en el análisis situacional, para

ello, se realizó una ponderación de los elementos del DA a través tres niveles de calificación, alto representado de 3 puntos, el medio de 2 y la ponderación más baja de 1 punto. Es decir, que se efectuó el análisis correspondiente para sacar los puntajes más relevantes y el RBF con el resultado del 49,21% con puntos débiles.

Tabla 30

Matriz de acción FA

Ponderación	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	TOTAL
Alta: 3										
Media: 2										
Baja: 1										
F1	2	3	2	2	1	3	2	2	2	19
F2	2	2	1	1	2	3	1	1	1	14
F3	2	2	3	3	2	1	2	2	1	18
F4	2	2	2	2	2	1	1	1	2	15
F5	2	2	1	1	3	2	1	1	1	14
F6	2	3	2	2	1	2	3	3	2	20
F7	2	2	1	1	2	2	2	2	2	16
TOTAL	14	16	12	12	13	14	12	12	11	116

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

$$\text{RBF (FA)} = 116 / (7 \cdot 9 \cdot 3) = 61,38\%$$

Asimismo, la matriz de acción FA (Fortalezas, Amenazas) representa las fortalezas que se tiene para enfrentar a las amenazas encontradas en el análisis situacional, para ello, se desarrolló una ponderación de los elementos del FA a través tres niveles de calificación, alto representado de 3 puntos, el medio de 2 y la puntuación más baja de 1 punto. En este sentido, se realizó el análisis correspondiente para sacar los puntajes más relevantes y el RBF con el resultado del 61,38%, dónde evidencia más fortalezas que amenazas.

Tabla 31*Matriz de acción DO*

Ponderación	O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7	TOTAL
Alta: 3								
Media: 2								
Baja: 1								
D1	3	3	1	1	1	2	3	14
D2	2	2	2	2	2	2	1	13
D3	1	2	2	2	2	2	1	12
D4	3	3	2	3	3	3	2	19
D5	1	2	1	1	1	1	2	9
D6	1	2	1	1	1	3	2	11
D7	1	2	1	1	1	1	3	10
TOTAL	12	16	10	11	11	14	14	88

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

$$\text{RBF (DO)} = 88 / (7 \cdot 7 \cdot 3) = 59,86\%$$

Por último, la matriz de acción DO (Debilidades, Oportunidades) representa debilidades halladas para buscar oportunidades, para este caso, se realizó una ponderación de los elementos del DO a través tres niveles de calificación, alto representado de 3 puntos, el medio de 2 y la puntuación más baja de 1 punto. Por ello, se generó el análisis correspondiente para sacar los puntajes más relevantes y el RBF con el resultado del 59,86%.

En esta línea de ideas, de acuerdo a lo analizado en los puntos anteriores sobre FO, DA, FA y DO, como resultado da una ponderación a cada uno de los elementos detectadas en el análisis de la situación actual del turismo comunitario de la comuna Palacio Real, los cuales, permitieron encontrar acciones importantes para generar las estrategias. Por tal motivo, se estableció el Ratio Balance Fuerza (RBF) de cada una de las matrices para medir

los puntos más relevantes en el desarrollo de las estrategias a corto, mediano, y a largo plazo, el cual, presenta en la siguiente tabla.

Tabla 32

Ratio de balance de fuerza

RATIO DE BALANCE DE FUERZA		
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FORTALEZAS	FO	FA
	54,42%	61,38%
DEBILIDADES	DO	DA
	59,86%	49,21%

Luego de haber analizado los resultados de las matrices de FO, FA, DO, DA sobre las acciones detectadas en el análisis de la situación actual del turismo comunitario Palacio Real, es así, que se presenta los resultados de la siguiente manera:

- El resultado de la matriz FO es de 54,42% donde muestra que existen posibilidades de fortalecer el entorno interno mediante las oportunidades que se presentan.
- La matriz FA muestra un resultado de 61,38% con la probabilidad alta en fortalezas que se imponen a las amenazas frente al entorno.
- La matriz DO con el resultado 59,86% dónde las debilidades afectan a la situación externa positiva frente a las oportunidades.
- Finalmente, la acción de matriz DA, da como resultado 49,21% dónde las debilidades superan a las amenazas.

Además, la matriz de Ratio de balance de fuerza, muestran porcentajes que son recíprocos, el mismo, que hace entender las acciones de FO, FA, DO y DA, que permitieron

generar las estrategias en pro de fortalecimiento de las actividades turísticas en turismo comunitario Palacio Real, por otro lado, se trabajó en función a las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas más relevantes. (Ver tabla 33)

Tabla 33

Fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relevantes

No.	FORTALEZAS RELEVANTES
F2	Recursos naturales y culturales de la comunidad
F4	Valoración de la oferta turística
F6	Vías de acceso en un buen estado
F7	Apoyo a los emprendimientos turísticos
No.	DEBILIDADES RELEVANTES
D1	Infraestructura deficiente
D4	Falta de presupuesto
D5	Ingresos económicos bajos
D6	Falta de información turística
No.	OPORTUNIDADES RELEVANTES
O1	Nuevos canales comercialización del producto turístico
O2	Desarrollo de planes y proyectos para consolidar el sector turístico
O4	Adaptación de las personas a un nuevo estilo de vida
O6	Campañas publicitarias
O7	Producto turístico para diferentes segmentos de mercado
No.	AMENAZAS RELEVANTES
A1	Ausencia de profesionales en el sector turístico
A2	Riesgo país
A3	Competitividad turística por otros centros comunitarios

No.	AMENAZAS RELEVANTES
A4	Emergencia sanitaria por la pandemia
A7	El desempleo

Bajo este contexto, la tabla muestra de manera sintetizada los factores más relevantes encontradas en el análisis de FO, FA, DO, DA, que determina la situación actual del turismo comunitario Palacio Real, para lo cual, se establecieron las estrategias en función a las potencialidades, debilidades y desafíos y las acciones estratégicas del FODA.

d) Matriz de síntesis estratégica. Es una herramienta que es utilizada para desarrollar la información de una forma reflexiva, en el caso específico, determinar la función del FO, FA, DO y DA, y así, para dar a conocer la situación actual del turismo comunitario de la comuna Palacio Real de la provincia de Chimborazo como se despliega en la siguiente tabla.

Tabla 34

Matriz de síntesis estratégica

	OPORTUNIDADES		AMENAZAS
O1	Nuevos canales de comercialización del producto turístico	A1	Ausencia de profesionales en el sector turístico
O2	Desarrollo de planes y proyectos para consolidar el sector turístico	A2	Riesgo país

		O4	Adaptación de las personas	A3	Competitividad turística por otros centros comunitarios
			OPORTUNIDADES	AMENAZAS	
		O6	Campañas publicitarias	A4	Emergencia sanitaria por la pandemia
		O7	Producto turístico para diferente segmento de mercado	A7	El desempleo
FORTALEZAS		FO		FA	
F2	Recursos naturales y culturales en la comunidad	E1	F2, O1 Elaborar paquetes turísticos para diferentes segmentos de mercado.	E9	F2, A1 Trabajar con profesionales en el turismo.
F4	Valoración de la oferta turística	E2	F4, O2 Desarrollar proyectos turísticos enfocadas a la ampliación de la oferta turística.	E10	F4, A2 Potencializar las actividades turísticas.
F6	Vías de acceso en un buen estado	E3	F6, O4 Crear una ruta turística con las señaléticas correspondientes.	E11	F6, A3 Innovar los productos y servicios turísticos.
F7	Personas dispuestas apoyar los	E4	F7, O6, O7 Desarrollar ferias turísticas para la apertura de nuevos	E12	F7, A4, A7 Impulsar el desarrollo de proyectos enfocados en la publicidad y venta de

emprendimientos turísticos		mercados nacionales e internacionales		productos y servicios turísticos	
DEBILIDADES		DO		DA	
D1	Infraestructura inadecuada	E5	D1, O1 Impulsar la gestión turística.	E13	D1, A1 Trabajar en procesos del desarrollo económico que permita realizar las actividades de una manera eficiente.
D4	Falta de presupuesto	E6	D4, O2 Generar alianzas con las entidades privadas.	E14	D4, A2 Gestionar el apoyo económico para la implementación de nuevas actividades turísticas.
D5	Ingresos económicos bajos	E7	D5, O4 Fomentar diferentes actividades de ocio y recreación.	E15	D5, A3 Desarrollar mesas de trabajo en pro del fortalecimiento del turismo comunitario.
D6	Falta de información turística	E8	D6, O6,07 Gestionar un área específica que brinde la información necesaria de los CTC.	E16	D6, A4, A7 Generar planes de contingencia en desastres naturales, sociales.

Proyección estratégica

La proyección estratégica es una herramienta fundamental que permite orientar las actividades, en este sentido, una vez analizado las fortalezas, debilidades en el ámbito

interno y amenazas, oportunidades en la parte externa, así también, las estrategias establecidas en pro del fortalecimiento del turismo comunitario se procedieron a realizar los proyectos que permita el cumplimiento de las estrategias a través de los siguientes puntos:

- a) Planificación de proyectos:** Es una herramienta que permite organizar de una manera sistematizada las tareas para cumplir un objetivo, en este sentido, se estableció los proyectos necesarios para cada uno de los objetivos estratégicos con el fin de satisfacer las necesidades del centro del turismo Palacio Real, como, se evidencia en la siguiente tabla.

Tabla 35

Planificación de proyectos

Centro Comunitario Palacio Real		
Dimensión	Objetivo estratégico	Proyectos
Económico	Impulsar el desarrollo de proyectos enfocados en la publicidad y venta de productos y servicios turísticos	Plan de publicidad
	Trabajar en procesos del desarrollo económico que permita realizar las actividades de una manera eficiente.	Programa que incentive al desarrollo de las actividades turísticas.
	Buscar apoyo económico	Plan de selección a las entidades públicas y privadas.

Dimensión	Objetivo estratégico	Proyectos
Social	Generar alianzas con las entidades privadas.	Plan de organización con los involucrados del sector turístico.
	Gestionar un área específica que brinde la información necesaria de los CTC.	Plan de gestión para la oficina turística en la parroquia de Calpi. Programa de planificación en el marco legal Plan para la adquisición suministros y materiales. Plan de ejecución del área de trabajo.
	Desarrollar mesas de trabajo en pro del fortalecimiento del turismo comunitario.	Desarrollo de las mesas de trabajo en pro del fortalecimiento del turismo comunitario.
	Elaborar paquetes turísticos para diferentes segmentos de mercado.	Plan de estudio mercado.
Turístico	Desarrollar proyectos turísticos enfocadas a la ampliación de la oferta turística.	Plan de fortalecimiento de las actividades turísticas.
	Desarrollo de ferias turísticas para la apertura de nuevos mercados nacionales e internacionales	Plan de capacitación a los actores principales del turismo.

Crear una ruta turística con las señaléticas correspondientes.	Plan de señalización de los atractivos turísticos mediante el mapeo de ruta.
Impulsar la gestión turística.	Plan acción para la gestión turística.
Fomentar diferentes actividades de ocio y recreación.	Plan de innovación de la oferta turística.
Trabajar con profesionales en el turismo.	Programa de reclutamiento del equipo de trabajo.
Potencializar las actividades turísticas	Plan de marketing.
Innovar los productos y servicios turísticos.	Plan de estudio competitivo.
Generar planes de contingencia en desastres naturales, sociales.	Plan de simulacro.

b) Priorización de proyectos: Una vez establecido los proyectos para cada uno de los objetivos, estratégicos, se dio paso a la priorización de proyectos de los mismos con el fin de valorar cada uno de los objetivos y dar la relevancia que tienen el desarrollo , para ello, es importante tomar en cuenta los siguientes puntos.

En esta línea de ideas, se determinó la priorización de los proyectos, dando como resultado la calificación hasta el nivel 8 , del cual se ha sacado la media, obteniendo así hasta el nivel 4, que básicamente abarcan las tres dimensiones, por lo tanto, el ámbito económico es importante en cualquier proyecto para llevar a cabo las actividades, al igual que la dimensión social, dónde se establece las relaciones con los actores que facilite la realización de las tareas y programas, asimismo, el aspecto turístico va de la mano con lo económico para la realización de nuevas actividades que aporten al beneficio de la comuna. Para lo cual, se desarrolló la determinación de los proyectos con las acciones correspondientes, como se despliega en las siguientes tablas.

Tabla 36

Proyectos priorizados

Centro de Turismo Comunitario Palacio Real

Prioridad	Proyecto
1	Programa que incentive el desarrollo de las actividades turísticas
1	Desarrollar mesas de trabajo en pro del fortalecimiento del turismo comunitario
1	Plan de fortalecimiento de las actividades.
2	Plan de publicidad.
2	Plan de gestión para la oficina turística en la parroquia de Calpi
2	Plan de capacitación a los actores principales del turismo.
2	Plan de innovación en la oferta turística
3	Plan de acción para la gestión turística,
4	Plan de Marketing
4	Plan de señalización de los atractivos turísticos mediante el mapeo de ruta.

c) Determinación de proyectos: Es una herramienta que permite realizar las acciones que se van a cumplir en un tiempo determinado con el fin de conseguir la meta establecida en el proyecto, en este sentido, se realizó la priorización de proyectos, para dar paso, a la determinación de proyectos (Ver en las siguientes tablas), encaminados para el beneficio del centro comunitario en función a la dimensión económico, social y turístico, los proyectos priorizados se desarrolló en función a la necesidades que requiere el CTC, mismos, que deben ser atendidos para obtener resultados en un tiempo determinado.

Tabla 37

Proyecto 1

PROYECTO Nº 1																
1. INFORMACIÓN GENERAL																
PERSPECTIVA:	Económico															
PROYECTO	Programa que incentive al desarrollo de las actividades turísticas															
RESPONSABLE	Administrador /a del centro del turismo comunitario Palacio Real															
2. OBJETIVOS																
Objetivo estratégico	Trabajar en procesos del desarrollo económico que permita realizar las actividades de una manera eficiente.															
Objetivo Operativo	Diseñar un programa de actividades turísticas.															
3. CURSOS DE ACCIÓN																
Planificación del estudio																
ACTIVIDAD	2023												INDICADOR DE ÉXITO	% DE CLIENTES CLAVES		
	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	METAS	RECURSOS	LIMITACIONES	PRESUPUESTO
Programa de actividades turísticas.																
1.- Definir el área el área de trabajo	■	■	■										Trabajo en la comuna Palacio Real	Información y recursos humanos	Apoyo por parte de la comuna	\$1200
2.- Desarrollar el levantamiento de Información del CTC.				■	■	■							Información Determinada		Validación de información	\$1700
3.- Realizar el diagnostico situacional actual del turismo comunitario.							■	■					Conocer la realidad del turismo comunitario		Facilidades para el turista	\$850
5.- Elaborar capacitaciones referentes a la innovación turística										■	■	■	Involucramiento en el turismo		Gestión turística	\$2500
Fecha de Inicio: 05 /01/2023													Seguimiento y retroalimentación : Trimestral			
Fecha de Terminación 20/12/2023													Verificación Parcial inicial: 08/01/2023			
Unidad de Medida: Porcentaje del avance													Verificación Parcial Final: 21/12/2023			
3. OBSERVACIÓN																

Tabla 38

Proyecto 2

PROYECTO Nº 2																
1.- INFORMACIÓN GENERAL																
PERSPECTIVA:	Social															
PROYECTO	Desarrollar mesas de trabajo en pro del fortalecimiento del turismo comunitario															
RESPONSIBLE	Administrador /a del centro del turismo comunitario Palacio Real															
2.-OBJETIVOS																
Objetivo estratégico	Desarrollar mesas de trabajo en pro del fortalecimiento del turismo comunitario.															
Objetivo Operativo	Organizar mesas de trabajo para la socialización de las actividades a realizar en el CTC.															
3.-CURSOS DE ACCIÓN																
a) Planificación del estudio																
ACTIVIDAD	2023												INDICADOR DE ÉXITO	% DE CLIENTES CLAVES		
	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	METAS	RECURSOS	LIMITACIONES	PRESUPUESTO
Mesas de trabajo																
1.- Estudiar el escenario real													Conocimiento del escenario actual	Espacio físico, grabadoras útiles y materiales necesarios	Validez de información	\$150,00
2.- Planificar las actividades													Actividades establecidas		Planificación excesiva	\$100,00
3.-Crear focus group para la socialización													Información determinada		Asistencia personal	\$ 4180,00
4.-Elaborar conclusiones													Conclusiones relevantes		Aceptación de conclusiones	\$30,00
5.-Realizar acciones de las conclusiones de mesas de trabajo													Ejecución de las actividades		Presupuesto limitado	\$900,00
Fecha de inicio :02/02/2023	Seguimiento y Retroalimentación: Trimestral															
Fecha de Terminación 12/09/2023	Verificación Parcial Inicial:05/02/2023															
Unidad de medida: Porcentaje de avance .	Verificación Parcial Final:12/02/2023															
4.- OBSERVACIÓN																

Tabla 39

Proyecto 3

PROYECTO Nº3																	
1. INFORMACION GENERAL																	
PERSPECTIVA:	Turístico																
PROYECTO	Plan de Fortalecimiento de las actividades																
RESPONSABLE	Administrador /a del centro del turismo comunitario Palacio Real																
OBJETIVOS																	
Objetivo estratégico	Desarrollar proyectos turísticos enfocadas a la ampliación de la oferta turística.																
Objetivo Operativo	Creación de una propuesta del fortalecimiento de las actividades turísticas en el CTC Palacio Real																
2. CURSOS DE ACCIÓN																	
a) Planificación del estudio																	
ACTIVIDAD	2023												INDICADOR DE ÉXITO	% DE CLIENTES CLAVES			
	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D		METAS	RECURSOS	LIMITACIONES	PRESUPUESTO
Creación de la propuesta																	
1.- Gestionar en entidades públicas y privadas para el apoyo económico.													Financiamiento económico	Información de campo y fuentes bibliográficas	Riego país	\$ 200	
2.- Conocer el panorama del turismo en la Provincia de Chimborazo													Conocer el crecimiento del turismo		Falta de ingreso de turistas	\$800	
3.- Planificar y organización encuentros con el representante y miembros del CTC													Acuerdos con los miembros de la comuna		Falta de convenios	\$500	
5.- Desarrollar la propuesta del fortalecimiento de las actividades turísticas con apoyo de la comunidad													Fortalecimiento de las actividades turísticas		Falta de seguridad	\$15.000	
Fecha de Inicio: 05/01/2023												Seguimiento y Retroalimentación: Trimestral					
Fecha de Terminación: 10/09/2023												Verificación Parcial inicial: 08/01/2023					
Unidad de Medida: Porcentaje de avance.												Verificación Parcial Final: 11/12 /2023					
3. OBSERVACIÓN																	

Tabla 40

Proyecto 4

PROYECTO N° 4																	
1.-INFORMACION GENERAL																	
PERSPECTIVA:	Económico																
PROYECTO	Plan de publicidad																
RESPONSIBLE	Administrador /a del centro del turismo comunitario Palacio Real																
2.-OBJETIVOS																	
Objetivo estratégico	Generar publicidad y venta de productos y servicios para generar ingresos económicos.																
Objetivo Operativo	Diseñar un plan de publicidad para ofertar los productos y servicios con los que cuenta el centro comunitario Palacio Real.																
3.- CURSOS DE ACCIÓN																	
a) Planificación del estudio																	
ACTIVIDAD	2023												INDICADOR DE ÉXITO	% DE CLIENTES CLAVES			
	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	METAS	RECURSOS	LIMITACIONES	PRESUPUESTO	
Plan de publicidad																	
1.-Realizar un inventario turístico													Información obtenida	Información interna y externa	Escasa Información	\$100,00	
2.-Establecer objetivos y el briefing													Objetivos y actividades establecidas		Validación de objetivos	\$50,00	
3.-Elegir los canales para la publicidad													Elección de canales		Alto costo	\$150,00	
4.-Desarrollar la publicidad de productos y servicios													Ejecución		Saturación	\$400,00	
5.-Realizar el control y seguimiento.													Verificación de la información		Medir la efectividad	\$100,00	
Fecha de inicio 15/03/2023													Seguimiento y Retroalimentación: Trimestral				
Fecha de Terminación: 23/08/2023													Verificación Parcial inicial: 15/02/2024				
Unidad de medida: Porcentaje de avance.													Verificación Parcial inicial: 15/07/2024				
4.-OBSERVACIÓN																	

Tabla 41

Proyecto 5

PROYECTO N°5																	
1. INFORMACION GENERAL																	
PERSPECTIVA:	Social																
PROYECTO	Plan de gestión para la oficina turística en la parroquia de Calpi																
RESPONSABLE	Administrador /a del centro del turismo comunitario Palacio Real																
2.OBJETIVOS																	
Objetivo estratégico	Gestionar un oficina que brinde la información necesaria de los CTC.																
Objetivo Operativo	Diseñar un plan gestión para la creación de turismo en la parroquia Calpi																
3.CURSOS DE ACCION																	
a) Planificación del estudio																	
ACTIVIDAD	2023												INDICADOR DE ÉXITO	% DE CLIENTES CLAVES			
	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D		METAS	RECURSOS	LIMITACIONES	PRESUPUESTO
Diseño de oficina de turismo																	
1.- Gestionar recursos económica y material de oficina														Financiamiento	Herramientas tecnológicas y recurso humano	Problemas económicas	\$800
2.- Contar con profesionales en Turismo													Contratos con los profesionales	Personal calificado		\$4,675	
3.- Seleccionar el área para la implementación de la oficina													Infraestructura de la oficina	Tiempo de entrega		\$550	
4.- Equipar primordiales para la Oficina , recopilación de información													Equipamiento del material de oficina	Alza de precios de la materia de oficina		\$5,000	
5.-Ejecución del proyecto													Validación de Información	Información inexistente		\$500	
Fecha de Inicio: 15 /01/2023													Seguimiento y retroalimentación: Trimestral				
Fecha de Terminación: 05/01/2023													Verificación Parcial inicial: 17/01 /2023				
Unidad de Medida: Porcentaje de avance													Verificación Parcial Final: 06/05/2023				
b) OBSERVACIÓN																	

Tabla 42

Proyecto 6

PROYECTO N°6																	
1.-INFORMACIÓN GENERAL																	
PERSPECTIVA:	Turístico																
PROYECTO	Plan de capacitación																
RESPONSIBLE	Administrador /a del centro del turismo comunitario Palacio Real																
2.-OBJETIVOS																	
Objetivo estrategico	Realizar ferias turísticas que capten a mercados nacionales e internacionales																
Objetivo Operativo	Desarrollar un plan de capacitación para realizar las ferias turísticas, con la finalidad de ampliar la oferta del CTC.																
3.-CURSOS DE ACCIÓN																	
a) Planificación del estudio																	
ACTIVIDAD	2023												INDICADOR DE ÉXITO	% DE CLIENTES CLAVES			
	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D		METAS	RECURSOS	LIMITACIONES	PRESUPUESTO
Plan de capacitación																	
1.-Realizar un diagnóstico	■	■	■											Recopilación de información	Herramientas tecnológicas	Escasa Información	\$150,00
2.-Establecer los temas para la capacitación			■	■										Temas establecidas		Mala selección	\$100,00
3.-Generar un cronograma de las actividades					■	■								Duración de la capacitación		Tiempo limitado	\$40,00
4.-Ejecutar la capacitación					■	■	■	■						Brindar información		Mal diseño	\$200,00
5.-Evaluar el proceso								■	■	■	■	■		Mejoramiento de la eficiencia		Resultado ineficaz	\$100,00
6.-Entregar el informe final								■	■	■	■	■		Resultados		Evidencia de pruebas	\$80,00
Fecha de inicio: 10/ 02/2023	Seguimiento y Retroalimentación: Trimestral																
Fecha de Terminación:10/09/2023	Verificación Parcial inicial: 10/03 /2024																
Unidad de medida: Porcentaje de avance	Verificación Parcial Final: 10/09/2024																
4.-OBSERVACIÓN																	

Tabla 43

Proyecto 7

PROYECTO N°7																
1.INFORMACIÓN GENERAL																
PERSPECTIVA:	Turístico															
PROYECTO	Plan de la innovación turística															
RESPONSABLE	Administrador /a del centro del turismo comunitario Palacio Real															
1. OBJETIVOS																
Objetivo estratégico	Fomentar diferentes actividades de ocio y recreación															
Objetivo Operativo	Diseñar un plan de innovación en actividades de ocio y recreación del CTC															
3.CURSOS DE ACCIÓN																
a)Planificación del estudio																
ACTIVIDAD	2023												INDICADOR DE ÉXITO	% DE CLIENTES CLAVES		
	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	METAS	RECURSOS	LIMITACIONES	PRESUPUESTO
Innovación en las actividades																
1.-Definir en CTC que se implementara nuevas actividades													Definición de la información	Levantamiento de información con el apoyo de los miembros del centro comunitario y empresas externas	Verificación de la información	\$ 1000
2.-Realizar el análisis de resultados													Obtención de los resultados		Resultados desfavorables	\$1400
3.-Desarrollar mesas de trabajo coordinadas con la comuna													Resoluciones positivas		Falta de coordinación	\$30000
4.- Elaborar los objetivos y estrategias para potencializar las actividades turísticas													Definición de las estrategias aplicables		Debilidad en las estrategias del CTC	\$2500
5.- Socializar las estrategias a los actores principales del CTC													Participación de toda la comunidad		Falta de apoyo	\$4000
Fecha de Inicio: 20 /01/ 2023													b) Seguimiento y retroalimentación: Trimestral			
Fecha de Terminación: 14/09/023													Verificación Parcial inicial: 23/02 /2023			
Unidad de Medida: Porcentaje de avance													Verificación Parcial Final: 10/11 /2024			
a) OBSERVACIÓN																

Tabla 44

Proyecto 8

PROYECTO Nº 8																
1.-INFORMACION GENERAL																
PERSPECTIVA:	Turístico															
PROYECTO	Plan de acción para la gestion turística															
RESPONSIBLE	Administrador /a del centro del turismo comunitario Palacio Real															
2.-OBJETIVOS																
Objetivo estratégico	Impulsar la gestión turística.															
Objetivo Operativo	Generar un plan de acción con el fin de impulsar la gestión turística del CTC.															
3.-CURSOS DE ACCIÓN																
a) Planificación del estudio																
ACTIVIDAD	2023												INDICADOR DE ÉXITO	% DE CLIENTES CLAVES		
Plan de acción	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	METAS	RECURSOS	LIMITACIONES	PRESUPUESTO
1.-Establecer los objetivos	■	■											Objetivos definidos	Información externa e interna	Validación de objetivos	\$30,00
2.-Concretar las tareas	■	■											Tareas establecidas		Cumplimiento de tareas	\$ 30,00
3.-Asignar recursos para la realización de las tareas			■										Recurso asignado		Recurso limitado	\$425,00
4.-Definir los plazos para alcanzar las actividades				■	■								Tiempo requerido		Tiempo suficiente	\$40,00
5.-Definir los indicadores					■	■	■	■	■	■	■	■	Medición de objetivos y metas		Evaluar tareas	\$160,00
Fecha de inicio: 15 /01/2023	Seguimiento y retroalimentación: Trimestral															
Fecha de Terminación: 25/11/2013	Verificación Parcial inicial: 10/02 /2024															
Unidad de medida: Porcentaje de acción	Verificación Parcial Final: 10/11 /2024															
4.-OBSERVACIÓN																

Tabla 45

Proyecto 9

PROYECTO N° 9																
1.-INFORMACIÓN GENERAL																
PERSPECTIVA:	Turístico															
PROYECTO	Plan de Marketing															
RESPONSIBLE	Administrador /a del centro del turismo comunitario Palacio Real															
2.-OBJETIVOS																
Objetivo estratégico	Potencializar las actividades turísticas															
Objetivo Operativo	Diseño de un plan de marketing para el desarrollo de las actividades turísticas.															
3.-CURSOS DE ACCIÓN																
a) Planificación del estudio																
ACTIVIDAD	2023												INDICADOR DE ÉXITO	% DE CLIENTES CLAVES		
	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	METAS	RECURSOS	LIMITACIONES	PRESUPUESTO
Diseño del plan de Marketing																
1.- Gestionar los recursos económicos	■	■											Financiamiento para proyectos	Información y elementos tecnológicos	Economía	\$10.000
2.- Definir los objetivos			■										Objetivos		Planteamiento de problemas	\$800
3.- Identificar características del mercado				■	■	■	■						Temporadas altas y bajas		Oferta	\$1200
4.-Realizar un estudio de la competencia						■	■	■	■	■			Conocer los gustos de los turistas		Información	\$2000
5.-Identificar calanes de distribución									■	■	■		Nuevos mercados		Distribución del mercado	\$1000
6.-Comercialización											■	■	Incremento económico		Aceptación del mercado	\$1500
Fecha de inicio: 15 /01/2023	Seguimiento y retroalimentación: Trimestral															
Fecha de Terminación: 25/11/2013	Verificación Parcial inicial: 16/01 /2023															
Unidad de medida: Porcentaje de avance	Verificación Parcial Final: 18/01 /2023															
4.-OBSERVACIÓN																

Tabla 46

Proyecto 10

PROYECTO Nº 10																
1.-INFORMACIÓN GENERAL																
PERSPECTIVA:	Turístico															
PROYECTO	Plan de señalización de los atractivos turísticos mediante el mapeo de ruta.															
RESPONSIBLE	Administrador /a del centro del turismo comunitario Palacio Real															
2.-OBJETIVOS																
Objetivo estratégico	Crear una ruta turística con las señaléticas correspondientes															
Objetivo Operativo	Diseñar un plan de señalización de los atractivos turísticos															
3.-CURSOS DE ACCIÓN																
a) Planificación del estudio																
ACTIVIDAD	2023												INDICADOR DE ÉXITO	% DE CLIENTES CLAVES		
Plan de señaléticas	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	METAS	RECURSOS	LIMITACIONES	PRESUPUESTO
1.- Realizar un estudio de campo													Información	Información, Recursos, talento humano y materia prima	Veracidad de datos	\$4000
2.- Gestionar recursos económicos													Financiamiento de nuevos proyectos		Decaída económica	\$9000
3.- Gestionar materia prima													Fortalecimiento de producción y económico		Recurso materiales	\$2000
4.-Mapeo de ruta													Implementar plataformas tecnológicas		Herramientas tecnológicas	\$900
5- Implementación de las señaléticas													Diseñar diferentes formas de señaléticas turísticas		Elaboración	\$1000
Fecha de inicio: 15 /01/2023													Seguimiento y retroalimentación: Trimestral			
Fecha de Terminación: 25/11/2013													Verificación Parcial inicial: 16/01 /2023			
Unidad de medida: Porcentaje de avance													Verificación Parcial Final: 18/01 /2023			
4.-OBSERVACIÓN																

Conclusiones

- El centro de turismo comunitario Palacio Real es un referente en el desarrollo de las actividades turísticas desde el año 2006, permitiendo la participación de grupo de mujeres en la planificación, gestión y la toma de decisiones en las actividades y servicios turísticos que ha contribuido en el desarrollo local, mediante la generación de fuentes de empleo que ha disminuido la migración de la población a otras ciudades en busca de mejores oportunidades, lo que permite mantener y fortalecer la identidad cultural.
- El proyecto de investigación del análisis de la situación actual del turismo comunitario en el CTC de la comuna Palacio Real, permitió comprender los desafíos que se encuentran atravesando, mediante el levantamiento de información en base a encuestas, entrevistas y observación que coadyuvo a determinar la situación del eje económico, social y turístico, como también la falencias de la gestión administrativa, ausencia de recursos económico, recurso humano capacitado, deterioro de la planta turística y la pandemia del Covid-19, uno de los fenómenos sociales que incidió directamente en el ingreso de turistas, dando como resultado pérdidas económicas y declive en la actividad turística.
- El desarrollo de las estrategias, una vez aplicado el análisis de la matriz FODA, donde se considera las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, permitió establecer lineamientos en función a las dimensiones económicas, social para contrarrestar los efectos negativos causados por diferentes problemas sociales y sanitarios; por lo tanto, es importante establecer estrategias que permita fortalecer las actividades mediante la creación de estrategias y proyectos que ayude a la comunidad a reactivar las actividades

turísticas mejorando la afluencia de turistas y por ende los ingresos económicos, sin alterar la cultura de la comunidad para futuras generaciones.

Recomendaciones

- El centro de turismo comunitario ha afrontado varios problemas económicos, sociales y sanitarios por lo que se recomienda crear nuevas actividades de ocio y recreación para fortalecer el producto turístico, analizando el segmento de mercado específico al cual se proyecte las diferentes actividades.
- Considerando que la comuna Palacio Real cuenta con los atractivos naturales, culturales, artesanal, gastronómica, se recomienda promocionar los recursos turísticos a través de diferentes redes sociales, folletos informativos, afiches que permita la reactivación y la potencialización de los recursos.
- Es importante que los centros de turismo comunitario participen en las ferias y eventos que son organizados a nivel nacional e internacional para la ampliación de la oferta turística, así también, es fundamental mantener en constante innovación los productos y servicios.
- El centro comunitario debe contar con el personal calificado en el ámbito turístico para el desarrollo de planes, proyectos y programas que permitan la potencialización del turismo comunitario de Palacio Real y la gestión eficiente del mismo.
- Los recursos económicos son importantes para el desarrollo de proyectos turísticos, sobre todo porque es necesario el mantenimiento de la planta turística, por lo que se recomienda generar una gestión económica eficiente a partir de la implementación de estrategias que permita mejorar la oferta turística mediante servicios de calidad.
- Finalmente, se recomienda implementar señaléticas turísticas que incluya datos específicos del centro de turismo comunitario a fin de brindar

información a los visitantes y a la vez per mita garantizar la seguridad al momento realizar las actividades.

Bibliografía

- Alan, D., & Cortez, L. (2018). Procesos y fundamentación de la investigación científica. Machala. Ecuador.
- Altair, M. (2011). La elaboración del proyecto de investigación: guía para la presentación de proyectos de monografías de grado de ciencia política. ResearchGate.
- Aomari, A. (2017). El turismo comunitario como herramienta de desarrollo territorial en las provincias del sur de Marruecos. Canaria.
- Arcoracig, E. (2009). Política Turística.
- Arias, J., Villasís, M., & Miranda, M. (2016). La población de estudio. Alergia México.
- Azuero, Á. (2018). Significatividad del marco metodológico en el desarrollo de proyectos de investigación. Venezuela.
- Benítez, G. (2007). Diseño y fases de la investigación.
- Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Colombia.
- Bernal, C. (2016). Metodología de la investigación. Bogotá.
- Blanco, Á. (2017). La representación del tiempo histórico en los libros de textos de primero y segundo de enseñanza secundaria obligatoria. Barcelona.
- Blanco, H. (2013). Recursos naturales e infraestructura para el planteamiento del desarrollo local. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Cabanilla, E., & Garrido, C. (2017). El Turismo Comunitario en el Ecuador evolución, problemática y desafíos. Quito: UIDE.

- Calispa, A., & Díaz, J. (2018). Territorio Ancestral de Agua Blanca – Estudio de caso - Portoviejo,. Fides . Obtenido de <https://prize.equatorinitiative.org/wp-content/uploads/formidable/9/ESTUDIO-DE-CASO-AGUA-BLANCA.pdf>
- Camilo. (2013). Los pilares del desarrollo sostenibilidad sofisma o realidad . Colombia .
- Camino, S., Cuenca, G., Orellana, Z., & Cunalata, C. (2021). Efectos del Covid -19 en el sector turismo . Quito .
- Cammarata, B. (2016). El turismo como práctica social y su papel en la apropiación y consolidación del territorio. Clapso .
- Cardona, J. (2012). Actitudes de los residentes hacia el turismo en destinos turísticos consolidados. El caso de Ibiza . Palma .
- Carvajal, A. (2011). Apuntes sobre desarrollo comunitario. España.
- Causse, M. (2009). El concepto de comunidad desde el punto de vista socio- histórico-cultural y lingüístico . Ciencia en su PC, EL CONCEPTO DE COMUNIDAD DESDE EL PUNTO DE VISTA SOCIO - HISTÓRICO-CULTURAL.
- CEPAL . (2019). Guía metodológica para la planificación estratégica de un territorio . Santiago de Chile .
- Cuervo, A. (2008). Contribución del turismo comunitario al desarrollo local. Caso: Gachantiva, Boyacá- Colombia. Colombia.
- Espín, D., & Flores, K. (2016). Diagnóstico del producto turístico “centro de turismo comunitario “ Sumak Kawsay” Palacio Real ubicado en la parroquia Calpi, provincia de Chimborazo y propuesta de plan de mejora . Guayaquil .
- Espín, M., Flores, K., & Pinos, M. (2018). Diagnóstico turístico de la parroquia Palacio Real provincia de Chimborazo, Ecuador .

- Fernández, M. J. (2011). Turismo comunitario y empresas de base comunitaria turística: ¿ estamos hablando de lo mismo? Ensayo . Periplo Sustentable .
- García, C. (2016). Turismo Comunitario en Ecuador . Estudios y Perspectivas en Turismo .
- Guerrero, G., & Guerrero , M. (2014). Metodología de la investigación . México : Patria.
- Guridi, L., & Mendiguren, C. (2014). La dimensión económica del Desarrollo Humano Local:La economía social y solidaria. España .
- Gutierrez, J., Alizo, M., Morales , M., & Romero , J. (2016). Planificación estratégica situacional: Perspectiva de una unidad científica universitaria . Venezolana de Gerencia .
- Hernández, N., & Garnica, J. (2015). Árbol de problemas del análisis al diseño y desarrollo de productos. Conciencia Tecnológica .
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias. México.
- Hidalgo, K. (2021). Una visión crítica del turismo comunitario desde la Ecología Política. Turismo comunitario como alternativa de Desarrollo Sustentable. Caso Comunidad de Yunguilla, Ecuador. El Periplo Sustentable .
- Hurtado, J. (2000). Metodología de la investigación Holística . Caracas .
- ICCA. (2012). Manual de formulación de proyectos con el enfoque del marco lógico.
- Iturralde, M., Cejas , M., González , A., Guanoluisa , I., Nasimba , C., & Vásquez , G. (2015). Turismo Comunitario visión estratégica como perspectiva intercultural. Quito : UFA .
- korsback, L. (2015). El método de la escuela del Manchester. del análisis situacional al drama social . México .

López, M., & Campos , A. (2015). La capacitación como instrumento potenciador para la gestión comunitaria. Ciencias Sociales.

López, T., & Sánchez , S. (2009). Turismo comunitario y generación de riqueza en países vías de desarrollo. Un estudio de caso en El Salvador.

Maldonado, C. (2005). Pautas metodológicas para el análisis de experiencia de Turismo Comunitario . Ginebra .

Martínez, D. (2018). La dimensión cultural del desarrollo: su concepción en el trabajo comunitario.

Miranda, S., Tierra, N., Lozano , P., & Tayupanda, M. (2021). Turismo comunitario en los andes ecuatorianos. Estudio de caso: Legalización de las organizaciones filiales de la Corporación para el Desarrollo de Turismo Comunitario de Chimborazo, provincia de Chimborazo, Ecuador. Polo del Conocimiento, 84.

Mura, G., & Reyes, J. (2015). De la sostenibilidad a la sustentabilidad. Modelo de desarrollo sustentable para su implementación en políticas y proyectos. Escuela de administración de negocios.

Murillo, M. (2020). Rol de la mujer en la comunidad Palacio Real, como ente de desarrollo sostenible del turismo comunitario de la parroquia Calpi, provincia de Chimborazo . Chimborazo .

Narvaéz, M., Fernández , G., & Gutierrez , C. (2017). Participación de las Comunidades Organizadas en el Desarrollo Turístico Local Paraguaná y Venezuela. Venezuela.

Nasimba, C., & Cejas , M. (2015). Diseño de producto turístico y sus facilidades . Artículo .

- Ortigón, E., Pacheco , J., & Horacio , R. (2005). Metodología general de identificación, preparación y evaluación de proyectos de inversión pública . Santiago de Chile.
- Osorio, M. (2006). La planificación turística: enfoques y modelos .
- Padilla, S. (s,f). El concepto de comunidad.
- Palomino, B., Gasca , J., & López , G. (2015). Turismo Comunitario en la Sierra Norte de Oaxaca: perspectiva desde las instituciones y la gobernanza en territorios indígenas. El Periplo Sustentable .
- Palomino, L., Cabanilla , E., & García , Y. (2020). Turismo comunitario en la zona tres del Ecuador: Un análisis de la incidencia en el desarrollo local. ED digital .
- Paspuel, L. (2002). La conservación y uso sustentable de la biodiversidad en el Ecuador. Quito .
- Pastor, V., Casa , C., & Soler , A. (2011). Desarrollo rural a través del Turismo Comunitario. Análisis del Valle y del Cañón del Colca . Gestión Turística .
- Perez, C., & Contreras, I. (2017). Diagnóstico turístico local para el ecoturismo comunitario en San Ildefonso: Ixtlahuaca, México . Turismo en la sociedad .
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial . (2015). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial . Chimborazo .
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial. (2015). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la comunidad de Palacio Real. Parroquia Santiago de Calpi .
- Planchano, N., Grueso , X., Santos , W., & Lojano , P. (2022). Diagnóstico Situacional de los emprendedores turísticos del cantón Muisne Esmeraldas, durante la pandemia del covid 19. Polo del conocimiento .
- Ricafuerte, C. (2009). Manual para el diagnóstico turístico local . Ecuador .

- Robayo, M. (2020). La gestión turística como elemento para el desarrollo del turismo comunitario. Ambato .
- Rodas, M., Ullari , N., & Sanmartín, I. (2015). El Turismo Comunitario en el Ecuador: Revisión literatura.
- Rous, F. (2013). Turismo comunitario ecuatoriano, conservación ambiental y defensa de los territorios . Feptce.
- Ruiz, E., Hernández , M., Coca , A., Cantero , P., & Del Campo , A. (2008). Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad. Pasos.
- Ruiz, E., Solís, D., Del Campo , A., Cantero , P., Coca , A., Estrella , M., . . . Hernández , M. (2013). Turismo Comunitario en Ecuador Desarrollo y sostenibilidad social. Ecuador.
- Sagba, N. (2017). Análisis de la situación actual del turismo comunitario vinculado a la ruta del tren y la ruta subtropical de la provincia de Chimborazo. Riobamba.
- Salazar, P. (2007). Diagnóstico Situacional como enfoque epidemiológico del servicio de cirugía general: less Ambato . Ambato .
- Salazar, S., Tierra , N., & Salas , E. (2020). Diagnóstico situacional de la comunidad Capirona, parroquia Puerto Napo, cantón Tena, provincia de Napo, previo a la elaboración del inventario de atractivos turísticos.
- Sansom, E. (2015). Turismo sostenible un nuevo motor de desarrollo para el Ecuador. Enfoque .
- Sanmartín, I. (2014). Estado del arte del coaching para el fortalecimiento del liderazgo en el Turismo Comunitario . Cuenca .
- Santana, C., & Atiencia, M. (2014). Turismo Comunitario. Reflexiones.

Travé, R. (s.f). Turismo Comunitario un acercamiento a la realidad de Colombia y Perú . España.

Ullauri, N., Arévalo , C., & Romero, L. (2018). Análisis situacional del turismo comunitario en la provincia del Azuay. Siembra .

Unkuch, S., & Rodríguez , C. (2017). Gobernanza en instrumentos de la política: Un análisis de la política de turismo comunitario del Ecuador. FLACSO .

Uzurriaga, M., Osorio , C., & Arías , O. (2020). Liderazgo: definiciones y estilos . Cali.

Valle, J. A. (2004). Análisis Situacional . México .

Valle, J. d., & González , M. (2004). Análisis Situacional Módulo 2. México .

Vallejos, A. (2008). Forma de hacer un diagnóstico en la investigación científica. Perspectiva Holística .

Varela, C., & Soler , R. (2007). La definición del problema: Paso primero y fundamental del proceso de investigación científica . SCielo.

Vega, L. (2013). Dimensión Ambiental, Desarrollo Sostenible y Sostenibilidad Ambiental del Desarrollo.

Velasco, M. (2011). Política turística. una arena de acción autónoma . Cuadernos de turismo .

Yépez, J., Cuétara, L., & Chávez , J. (2021). Turismo comunitario como estrategia para el desarrollo local sostenible en Manabí, Ecuador . Ciencias Técnicas y Aplicadas .

Anexos