



“Análisis de la situación actual del turismo comunitario en Quilla Pacari”

Herrera Fonseca, Tamara Michelle

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

26 de agosto del 2022

Latacunga



HERRERA MICHELLE_PROYECTO DE GRADO.pdf

Scanned on: 20:9 August 26, 2022 UTC



Overall Similarity Score



Results Found



Total Words in Text

Identical Words	439
Words with Minor Changes	115
Paraphrased Words	732
Omitted Words	0

Ing. Luis Benigno ~~Alomino~~ Siza
CC. 716550676
Director



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS ADMINISTRATIVAS Y DEL
COMERCIO CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO**

Certificación

Certifico que el trabajo de integración curricular, "**Análisis de la situación actual del Turismo Comunitario en Quilla Pacari**" fue realizado por la señorita Herrera Fonseca Tamara Michelle el cual ha sido revisado y analizado en su totalidad por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Latacunga, 26 de AGOSTO de 2022

Firma:

Ing. Luis Benigno Palomino Siza
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

Yo **Herrera Fonseca, Tamara Michelle**, con cedula de ciudadanía N.º 0504350091 declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de integración curricular: **Análisis de la situación actual del Turismo Comunitario en Quilla Pacari** es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE sede Latacunga, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Latacunga, 26 de agosto del 2022

Firma

Herrera Fonseca, Tamara Michelle

C.C.; 0504350091



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

Yo, **Herrera Fonseca, Tamara Michelle**, con cedula de ciudadanía N.º 0504350091, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE sede Latacunga publicar el trabajo de de integración curricular: **Análisis de la situación actual del Turismo Comunitario en Quilla Pacari**” en el repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi responsabilidad.

Latacunga, 26 de agosto del 2022

Firma

Herrera Fonseca, Tamara Michelle

C.C.; 0504350091

Dedicatoria

A mi esposo amado y a mi madre adorada.

Herrera Fonseca, Tamara Michelle

Agradecimiento

Agradezco a mi mamá Raquel Fonseca y a mi papá Mauricio Osorio quienes a pesar de las dificultades me apoyaron cuando decidí hacer del turismo mi profesión. Así también agradezco a mis hermanos, tíos y abuelitos por su colaboración incondicional.

También, quiero dejar plasmado en este trabajo mi más profundo agradecimiento a mi esposo:

Amado mío, contigo el camino se me ha hecho más llevadero, por eso te doy las gracias por prestarme tu computadora en 3er y 4to semestre, también gracias por tu paciencia, por tu cálida compañía en las noches de desvelo, por ser mi apoyo incondicional, por tus notitas de ánimo encontradas en mi escritorio, por tu empuje cuando sentía que no podía con este proyecto, por esto y por mucho más un "Dios te pague"

Herrera Fonseca, Tamara Michelle

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula	1
Reporte de verificación de contenidos	2
Certificación	3
Responsabilidad de autoria.....	4
Autorizacion de publicacion.....	5
Dedicatoria.....	6
Agradecimiento.....	7
Índice de contenidos	8
Índice de tablas	11
Índice de figuras	13
Resumen	15
Abstract.....	16
Capítulo I: Problema y marco teórico.....	17
Generalidades	17
<i>Introducción</i>	17
<i>Planteamiento del problema</i>	20
<i>Formulación del problema</i>	22
<i>Justificación e importancia</i>	22
<i>Objetivos de investigación</i>	23

<i>Idea a defender</i>	23
<i>Variables</i>	23
Marco teórico	24
<i>Turismo comunitario</i>	24
<i>Análisis situacional</i>	42
Capítulo II: Marco metodológico	55
Introducción	55
Estructura metodológica de investigación	56
<i>Método de investigación</i>	56
<i>Tipo de investigación</i>	58
<i>Población y muestra</i>	59
<i>Recolección de información - datos</i>	63
<i>Procesamiento de información-datos</i>	65
<i>Análisis de resultados</i>	66
Análisis de experiencia de Turismo Comunitario	66
<i>Descripción de la experiencia:</i>	66
<i>Análisis de la experiencia</i>	68
Capítulo III: Descripción de la experiencia de turismo comunitario	70
Introducción	70
Descripción de la experiencia	72
<i>Información general</i>	72
<i>Definición y composición del producto turístico</i>	76
<i>Segmento de mercado atendido</i>	85

<i>Mercadeo y comercialización</i>	88
Capítulo IV: Análisis de la experiencia de turismo comunitario	91
Introducción	91
Diagnóstico estratégico	92
<i>Dimensión económica</i>	93
<i>Dimensión social</i>	97
<i>Dimensión turística</i>	101
<i>Análisis de la encuesta: Comunidad</i>	106
<i>Análisis de la encuesta: Turista</i>	125
<i>Análisis de la entrevista: Expertos</i>	142
<i>Análisis FODA</i>	146
Fundamentación de la idea a defender	150
Direccionamiento estratégico	151
<i>Matrices de ponderación de impactos:</i>	152
<i>Matrices de evaluación de factores internos y externos</i>	156
Proyección estratégica	191
Conclusiones	213
Recomendaciones	214
Bibliografía	215
Anexos	231

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Definiciones de turismo comunitario</i>	25
Tabla 2 <i>Aportes a la formación del concepto de Turismo Comunitario</i>	27
Tabla 3 <i>Entrevistas a dirigentes y representantes de Quilla Pacari.</i>	60
Tabla 4 <i>Constitución, Domicilio y Fines del CTC “Quilla Pacari”</i>	75
Tabla 5 <i>Servicios turísticos del CTC “Quilla Pacari”</i>	77
Tabla 6 <i>Infraestructura básica del CTC “Quilla Pacari”</i>	83
Tabla 7 <i>Distribución de las habitaciones en la casa y en las dos chozas</i>	86
Tabla 8 <i>Entradas de turistas a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.</i>	87
Tabla 9 <i>Actividades económicas ofertadas por “Quilla Pacari”</i>	95
Tabla 10 <i>Afluencia de turistas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo</i>	99
Tabla 11 <i>Número de entradas aéreas internacionales al Ecuador</i>	103
Tabla 12 <i>Manejo ambiental del CTC</i>	105
Tabla 13 <i>Datos generales de los técnicos entrevistados</i>	142
Tabla 14 <i>Respuestas de los expertos a la entrevista aplicada</i>	143
Tabla 15 <i>Matriz de resumen – Síntesis FODA</i>	148
Tabla 16 <i>Matrices de impacto</i>	152
Tabla 17 <i>Matriz de evaluación interna</i>	156
Tabla 18 <i>Matriz de evaluación externa</i>	160
Tabla 19 <i>Matriz de acción FO</i>	165
Tabla 20 <i>Matriz de acción DA</i>	167
Tabla 21 <i>Matriz de acción FA</i>	169
Tabla 22 <i>Matriz de acción DO</i>	171
Tabla 23 <i>Ratio de balance de fuerza</i>	173

Tabla 24 <i>Fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relevantes</i>	173
Tabla 25 <i>Matriz de síntesis estratégica</i>	186
Tabla 26 <i>Planificación de proyectos</i>	192
Tabla 27 <i>Matriz de priorización de proyectos</i>	195
Tabla 28 <i>Proyectos priorizados</i>	206
Tabla 29 <i>Publicidad del producto turístico</i>	207
Tabla 30 <i>Plan de incentivos para que el personal se capacite</i>	208
Tabla 31 <i>Gestión de tarifas apropiadas</i>	209
Tabla 32 <i>Alianza estratégica con la cooperativa de camionetas</i>	210
Tabla 33 <i>Convenios con supermercados</i>	211

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Estructura organizacional de la CORDTUCH.....	33
Figura 2 Estructura organizativa del CTC Quilla Pacari	35
Figura 3 Historia sobre el concepto de Turismo Sostenible	39
Figura 4 Cronología del suceso pandémico.....	41
Figura 5 Modelo o matriz 5 C	49
Figura 6 Matriz FODA.....	50
Figura 7 Las 5 Fuerzas de Porter.....	52
Figura 8 Marco Metodológico	56
Figura 9 Población y Muestra	63
Figura 10 Ubicación geográfica de la Comunidad San Francisco de Cunuhuachay.....	73
Figura 11 Casa y chozas del CTC “Quilla Pacari”	80
Figura 12 Computadoras del CTC” Quilla Pacari”	81
Figura 13 Género del encuestado.....	107
Figura 14 Edad de los encuetados.....	108
Figura 15 Nivel de instrucción académica.....	109
Figura 16 Ocupación del encuestado.....	110
Figura 17 Tipo de organización de la Comunidad	111
Figura 18 Servicios básicos con los que cuenta la Comunidad	112
Figura 19 Existencia de Centros de educación cercanos a la comunidad.....	113
Figura 20 Empleo de los encuestados	114
Figura 21 Emprendimientos dentro de la Comunidad.....	115
Figura 22 Migración dentro de la comunidad y sus causas.....	116
Figura 23 Tecnología en la Comunidad	117

Figura 24 Centros de Salud en la Comunidad.....	118
Figura 25 Principales vías de acceso a la Comunidad.....	119
Figura 26 Planta Turística de “Quilla Pacari”	120
Figura 27 Implementación de actividades de ocio y recreación en el CTC “Quilla Pacari”	121
Figura 28 Valoración de la gestión por parte d las autoridades de “Quilla Pacari”	122
Figura 29 Cambio social de “Quilla Pacari” tras la Pandemia Covid-19.....	123
Figura 30 Implementación de estrategias para fortalecer el turismo en “Quilla Pacari”	124
Figura 31 Edad de los turistas encuestados	126
Figura 32 Género de los turistas encuestados.....	127
Figura 33 Nacionalidad de los turistas encuestados.....	128
Figura 34 Nivel de estudios de los turistas encuestados.....	129
Figura 35 Profesión de cada turista encuestado.....	130
Figura 36 Motivo de viaje del turista encuestado.....	131
Figura 37 Tiempo de estadía del turista encuestado.....	132
Figura 38 Cantidad de personas con las que realiza el viaje	133
Figura 39 Visitas a otros Centro de Turismo Comunitario.....	134
Figura 40 Tipo de establecimiento que prefiere el turista encuestado	135
Figura 41 Medio de transporte que usa el turista encuestado.....	136
Figura 42 Gasto promedio por parte del turista encuestado.....	137
Figura 43 Actividades esperadas por parte del turista encuestado.....	138
Figura 44 Motivación de viaje por parte del turista encuestado.	139
Figura 45 Expectativas del turista.....	140
Figura 46 Medio de comunicación por la que se enteró del CTC el turista encuestado.....	141
Figura 47 Conceptos básicos del FODA	147

Resumen

La presente investigación se desarrolló con base en la teoría del Turismo Comunitario y el Análisis situacional en torno a la Pandemia generada por la enfermedad Covid-19, la cual generó un impacto devastador en el sector turístico, así también se trabajó con la metodología de Cesar Bernal en donde se identificó que el trabajo fue de carácter cuantitativo y cualitativo, además de ser descriptivo y documental. Por otro lado, se definió la muestra para la aplicación de dos encuestas distintas dirigidas a los turistas y habitantes de la comunidad, además de la entrevista aplicada hacia los representantes del Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” y por último se aplicó la técnica de observación, todo esto con el fin de recabar información actualizada del lugar. Una vez obtenida la información necesaria, se realizó realizar la descripción de la experiencia planteada por Carlos Maldonado, en donde se generó una bitácora de información general que indica la composición del producto, el segmento de mercado atendido y la manera de comercialización del CTC para posteriormente continuar con el análisis de la experiencia en donde se realizó un diagnóstico estratégico en torno a los ejes económico, social y turístico dando como resultado la generación de un análisis FODA para finalmente poder plantear estrategias que impulsen la reactivación de la actividad turística comunitaria en “Quilla Pacari”.

Palabras clave: Turismo Comunitario, Sostenibilidad, Covid-19, Reactivación turística.

Abstract

This research was developed based on the theory of Community Tourism and the Situational Analysis of the Pandemic generated by the Covid-19 disease, which generated a devastating impact on the tourism sector, and also worked with the methodology given by Cesar Bernal where it was identified that the work was quantitative and qualitative, in addition to being descriptive and documented. On the other hand, the sample was defined for the application of two different surveys directed at tourists and inhabitants of the community, in addition to the interview applied to the representatives of the Community Tourism Center "Quilla Pacari" and finally the observation technique was applied, all this in order to collect updated information for the center. Once the necessary information was obtained, the next step was to describe the experience proposed by Carlos Maldonado, where a general information log was generated indicating the composition of the product, the market segment served and the way of marketing the CTC, and then continue with the analysis of the experience where a strategic diagnosis was made around the economic, social and tourism axes, resulting in the generation of a SWOT analysis to finally propose strategies to promote the reactivation of community tourism.

Key words: Community Tourism, Sustainability, Covid-19, Tourist Reactivation

Capítulo I

Problema y marco teórico

Generalidades

Introducción

A nivel mundial el Turismo Comunitario es reciente, donde sus primeras apariciones remontan hacia mediados del siglo XX (Palomino, Gasca, López, 2016, pág. 11) el cual surge en países menos desarrollados como Asia, Oceanía y América Latina; destacándose en este último Brasil, Ecuador, México, Colombia y Perú (López & Sánchez, 2009)

Según Palomino, Gasca, & López (2016) el turismo comunitario se basa en una participación activa de la comunidad local en donde está se encarga de ofrecer productos turísticos que muestren la interculturalidad existente, a la vez que es esencial que se garantice un manejo correcto y consiente de los recursos naturales o culturales que posea el lugar, se valore y conserve el patrimonio; todo esto de la mano de una distribución equitativa de los beneficios.

Además, se debe comprender que este tipo de turismo se da en localidades pequeñas, donde el manejo de todas las actividades, la toma de decisiones y la participación activa está ligada específicamente a las comunidades asentadas fuera del casco urbano en un área natural, la cual es propicia para el desarrollo positivo, donde se ven inmiscuidas la cultura, las formas organizativas y prácticas de producción dentro de la ruralidad que son parte principal del producto turístico como tal (Fundación CODESPA, 2011).

En el contexto del Turismo Comunitario, la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2002) señala que, esta herramienta podría ayudar a la disminución de la pobreza, siendo una actividad que se desarrolla en los ámbitos sociales, ambientales y económicos (Aguera, 2015). Sin embargo, su repentina caída debido a la enfermedad COVID-19, la cual fue declarada como pandemia el 11 de marzo del 2020, desestabilizó todos los sectores incluidos el turístico (OMS, 2020).

A pesar de la pandemia mundial mencionada anteriormente, y enfocándonos en Ecuador, de acuerdo a los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística y Censo del Ecuador (INEC, 2019) la población ecuatoriana es multiétnica, con un 71.9% de población autoidentificada como mestiza, 7.4% montubia, 7.2% afro ecuatoriano, 7.0% indígena, blanco 6.1%. Los datos nos señalan un indicador como es la interculturalidad del país, la cual es esencial y forma una gran parte en el desarrollo turístico enfocado a la sustentabilidad, que brinda un aliciente para la continuidad y desarrollo del Turismo Comunitario.

Es importante recalcar que Ecuador es pionero dentro del tema de Turismo Comunitario, el cual tiene un enfoque sostenible, siendo este el primer país en donde las redes de Turismo Comunitario se formalizaron dentro de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario de Ecuador (FEPTCE, 2002) cuyo objetivo fue la protección del territorio indígena de actividades dañinas, ofreciendo propuestas alternativas para el uso del suelo, todo esto basado en una gestión comunitaria. En este contexto, el Turismo Comunitario es incorporado dentro de la ley en el año 2002 y para la legalización, en el 2010, es expedido el Reglamento para registrar Centros Turístico Comunitarios (Miranda, Tierra, Lozano, & Tayupanta, 2021), todo esto para que la operación turística sea reconocida legalmente.

Dentro de Chimborazo, una de las provincias del Ecuador, en el año 2006 se crea la Corporación para el Desarrollo de Turismo Comunitario (CORDTUCH), el cual se encarga de fortalecer y promover este tipo de turismo dentro de la provincia de Chimborazo (Miranda, Tierra, Lozano, & Tayupanta, 2021). En este sentido, y de acuerdo al Catastro 2021, existen 4 centros de turismo comunitario constituidos legalmente, como son: Comuna Palacio Real, La Moya, Tolte y Quilla Pacari, siendo el último el objeto de estudio de esta investigación, el cual está localizado a una latitud de 3.265 msnm., en una de las parroquias rurales de Riobamba llamada Calpi dentro de la comunidad de San Francisco de Cunuhuachay.

Este Centro de Turismo Comunitario tiene por nombre “Quilla Pacari” el cual significa “Luna del amanecer” se caracteriza por estar conformado por mujeres oriundas de la comunidad de San Francisco de Cunuhuachay, quienes buscaban autonomía, además persiguen el bienestar entre la familia y la comunidad. Es así que este centro de turismo comunitario se registró el 17 de noviembre del 2014 en el catastro nacional del Ministerio de Turismo, donde todas las actividades brindan un encuentro entre los visitantes y los indígenas del sitio.

Cabe señalar que todas las decisiones que se ejecutan en el Centro de Turismo Comunitario Quilla Pacari las toman todos los miembros que lo integran, con el fin de crear un ambiente democrático se ha creado una directiva que está encargada de gestionar las actividades del sector turístico (servicio de hospedaje, alimentación, recorridos).

Dentro de las actividades que más destacan en Quilla Pacari es la interacción con la comunidad, donde se vive de cerca la elaboración de artesanías, la tradicional medicina andina, paseos en bicicletas y eventos llenos de cultura. Todas estas actividades hacen que el

centro comunitario se caracterice como un lugar sin igual para el turista, que llega deseoso de experimentar actividades fuera de lo común y conocer de cerca la cosmovisión del lugar. (GAD Riobamba, 2021)

Además, es importante mencionar que el centro de turismo comunitario Quilla Pacari ofrece varios servicios como: de alimentación, hospedaje y actividades turísticas. La alimentación del centro turístico se caracteriza por la comida propia del lugar como lo es el cuy con una combinación de habas, mellocos y maíz; el hospedaje dentro de este proyecto cuenta, con cabañas, las cuales tienen una capacidad para 40 personas; y por último dentro de las actividades se ofertan caminatas en donde se puede tener un contacto directo con la naturaleza. (GAD Riobamba, 2021)

Quilla Pacari se ha visto afectado por la enfermedad Covid-19 que fue declarada pandemia, debido a la pausa repentina de sus actividades, ocasionando así una recesión económica sin precedentes, por tal razón es necesario realizar el análisis de la situación actual post COVID, con el fin de poder alcanzar una reactivación positiva y completa.

Planteamiento del problema

El turismo es uno de los sectores económicos que aún sigue perjudicado tras la pandemia del COVID-19, los desafíos a los que enfrenta son grandes, por lo que es necesario realizar un análisis situacional para la reactivación del CTC Quilla Pacari, además es necesario tomar en cuenta que esta actividad dinamiza la economía, he aquí la importancia de plantear estrategias para una reactivación pronta.

La enfermedad del Covid-19 ha ido dejando huellas tales como el miedo que aún poseen las personas al momento de elegir sitios de esparcimiento, y no solo en el sentido de diversión. Hay casos mucho peores en donde se han visto afectados los negocios con pérdidas económicas que han generado despidos del personal o inclusive se han visto frente a la dura decisión de cerrar varios negocios, lo que genera una depresión económica sin precedentes.

Por otra parte, se ha visto un cambio en el comportamiento del turista, donde se ve reflejado en la búsqueda inalcanzable de otras formas de conocer sitios en campos abiertos, donde su interacción con la naturaleza y las comunidades son cada vez más cercanas, en donde se centran en compartir y descubrir diferentes culturas y formas de vida a la vez que disfrutan de diferentes actividades al aire libre.

A pesar de lo anteriormente mencionado, las actividades dentro del Centro de Turismo Comunitario Quilla Pacari se han visto afectadas debido al cierre repentino, dando como efecto negativo el descenso económico en el lugar, además que, en medio de la desesperación por llevar el sustento diario las mujeres que conformaban este CTC se vieron obligadas a efectuar otro tipo de actividades, dejando en segundo plano al turismo. Así también, la carencia de información del lugar imposibilita el desarrollo de estrategias para generar una reintegración de todos los actores, posibilitando así que la actividad turística dentro de Quilla Pacari tenga un adelanto positivo.

Conforme a lo ya mencionado se ve la necesidad de un análisis de la situación actual para plantear estrategias con el fin de enfrentar la nueva realidad, de manera que se pueda ofrecer en Quilla Pacari diferentes opciones de esparcimiento que mejoren la cartera de

productos turísticos a los visitantes, mejorando de esta manera la calidad de vida de las comunidades a través de los ingresos que se percibían por esta actividad productiva.

Formulación del problema

¿Cuál es la situación actual del turismo comunitario en Quilla Pacari?

Justificación e importancia

El Turismo Comunitario dentro de la provincia de Chimborazo es de suma importancia, debido a que es una actividad que genera ingresos extras, además que da valor a los recursos tanto naturales como culturales de la provincia, además que concientiza a cada uno de los centros de Turismo Comunitario de la región.

El análisis de la situación actual dentro del CTC Quilla Pacari es fundamental para poder obtener información acerca del comportamiento que mostró al inicio de la crisis sanitaria y cuál es la realidad en la que se encuentra en la actualidad, con el fin de conocer de primer mano sus falencias y necesidades para plantear objetivos y estrategias persiguiendo una reactivación completa de las actividades turísticas.

Finalmente, es vital el desarrollo del proyecto planteado, ya que el análisis de la situación actual del Centro de Turismo Comunitario en Quilla Pacari permite definir las acciones necesarias en pro de fortalecer el turismo, basándose en el desarrollo de estrategias para su mejoramiento.

Objetivos de investigación

Objetivo general:

Realizar un análisis de la situación actual del turismo comunitario en Quilla Pacari.

Objetivos específicos:

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

Idea a defender

El análisis de la situación actual del Turismo Comunitario en Quilla Pacari permitirá la generación de estrategias de desarrollo para dinamizar el turismo del lugar.

Variables

- Variable dependiente: Turismo Comunitario
- Variable independiente: Situación actual

Marco teórico

Turismo comunitario

Fundamentos del Turismo Comunitario. El término Turismo Comunitario va alimentándose de manera permanente de aportes investigativos que se van realizando tanto a nivel nacional como internacional, el interés que se muestra en este tema tiene su principal particularidad, ya que su fin no es un crecimiento económico de los actores, este va más allá y pone como principal meta la participación de toda la comunidad y sobre todo la distribución equitativa de las ganancias.

En esta línea de ideas es necesario mencionar que el turismo comunitario brinda la posibilidad de dar soluciones medioambientales, a la vez que contrarresta los efectos negativos del turismo de masas, además que también es generador de estrategias para hacer de una comunidad única y diferente (Reyes, Ortega & Machado, 2017). Ahora bien, la Asociación de Estados del Caribe indica que:

El turismo comunitario se asoma como una alternativa para salvar las disparidades sociales y económicos que adolecen las comunidades rurales, además de una vía que pueden utilizar las comunidades que buscan generar otros ingresos dentro de sus actividades económicas cotidianas, utilizando los recursos culturales, naturales y locales en una región en particular (AEC, 2012. Recuperado de <http://www.acs-aec.org/index.php?q=es/sustainable-tourism/el-turismo-comunitario#:~:text=El%20turismo%20comunitario%20se%20asoma,cotidianas%2C%20utilizando%20los%20recursos%20culturales%2C>)

De la misma manera Palacios (2016) menciona que el “Turismo Comunitario es toda actividad turística solidaria que permite la participación activa de la comunidad desde una perspectiva intercultural, manejo adecuado del patrimonio natural y valoración del patrimonio cultural, basados en un principio de equidad en la distribución de los beneficios locales” (pág. 597).

Lo anteriormente mencionado indica que la comunidad mantiene una relación estrecha con todas las actividades turísticas, poniendo en primer lugar los derechos de los habitantes, además de promover un turismo sostenible y brindar una repartición equitativa de los beneficios obtenidos (FEPTCE, 2006). Adicionalmente, es importante tomar en cuenta varios puntos de vista de diferentes autores, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 1

Definiciones de turismo comunitario

Año	Definición
2021	El turismo Comunitario es un promotor del desarrollo enfocado a la sostenibilidad, debido a que toma en cuenta al ser humano, el crecimiento de la comunidad y la auto sustentabilidad. (Chicaiza & Chontasi, 2021)
2019	El Turismo Comunitario es el conglomerado de estrategias alternativas de desarrollo, mediante la distribución de los beneficios ecológicos, sociales, económicos y culturales de una sociedad. (Vinasco, Montenegro, Palomino, & Mosquera, 2019)
2014	Desarrollo de las comunidades mediante esfuerzos previamente organizados. (Linares & Garrido, 2014)
1985	El desarrollo del Turismo Comunitario está orientado a la planificación enfocada desde y hacia la comunidad, con el fin de obtener el efecto multiplicador para mejorar la economía. (Murphy, 1985)

Nota. La tabla muestra las definiciones de Turismo Comunitario desde varios puntos de vista, donde la constante es la participación activa de la comunidad.

De acuerdo con las definiciones dadas anteriormente, el turismo comunitario da máxima prioridad a la participación activa de la comunidad, con el objetivo de luchar contra la pobreza sin perturbar los derechos tanto territoriales como culturales del entorno de intervención; así mismo se puede señalar que el turismo comunitario se lo ha fomentado como una estrategia para generar un desarrollo dentro del sector turístico en los países con bajos recursos (Jiménez López & Cavazos Arroyo, 2012).

Según Goodwin & Santilli, (2009) el turismo comunitario ve la luz a finales del siglo XX, el cual surge a partir de la necesidad de una gestión que de alguna manera haga énfasis a la sustentabilidad, la cual tiene un enfoque en tres dimensiones, las cuales son: social, económica y ambiental (Silva, Marafiga & Severo, 2013). Turismo que se caracteriza por tener a la naturaleza como actor principal, lo cual envuelve a la participación del turista a la vez que se ve reflejado el bienestar de la población local.

Es así, que el turismo comunitario nace a partir de la necesidad a la que se enfrentan las comunidades, viendo, así como una oportunidad para generar ingresos extra, es por esta razón el Turismo Comunitario se ve desenvuelto en lugares con índices bajos de desarrollo como es en América Latina, África y Asia (Azevedo, 2007), en tal sentido, el Turismo Comunitario es considerado una estrategia de desarrollo económico y protección ambiental y social.

Cabe recalcar que este tipo de turismo es considerado como estrategia que apoya a la conservación del medio ambiente, debido a que impulsa a la población a buscar alternativas que apoyen al desarrollo de las comunidades sin explotar la franja agrícola y ganadera de la localidad. Además, los aportes históricos del Turismo Comunitario son relevantes, por lo cual se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 2

Aportes a la formación del concepto de Turismo Comunitario

Año	Definición
1999	El turismo Comunitario brinda a los visitantes una oportunidad de valorar su cultura conociendo los lugares sagrados dentro de una comunidad. Ofertándose varios servicios y productos que inmiscuyen la cultura, patrimonio, artesanías, y actividades propias del lugar. (National Centre For Tourism, 1999)
2002	Las comunidades legalmente reconocidas; pueden ejercer las actividades de ecoturismo previstas en la ley, a excepción de aquellas cuyo ejercicio esté reservado a algunas personas jurídicas según las leyes vigentes (MINTUR, 2002, pág. 34)
2002	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. (FEPTCE, 2002)
2006	El turismo comunitario plantea el objetivo de crear una gran industria turística sostenible, sobre la comunidad de receptora en la planificación y manutención del desarrollo de la actividad turística (Beeton, 2006)

Año	Definición
2007	El turismo comunitario es una forma de gestión del turismo que aúna tres perspectivas fundamentales: una sensibilidad especial con el entorno natural y las particularidades culturales, la búsqueda de sostenibilidad integral (social y natural), y el control efectivo del negocio turístico por parte de las comunidades (Ruiz & Solis, 2007, pág. 5)
2009	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 (MINTUR, 2009, pág. 1).
2009	En Latinoamérica el concepto de turismo rural comunitario hace mención al turismo a pequeña escala en espacios rurales, en donde son las comunidades las que tienen el control de su desarrollo (Höckert, 2009)

Nota. A través del paso de los años el Turismo Comunitario ha evolucionado, por ende, ha permitido que las comunidades que lo practican también tengan un progreso en el ámbito turístico y económico.

Por consiguiente, Hernández, (2019) menciona que desde inicios del siglo XXI el Turismo Comunitario ha avanzado con buen paso y demuestra que su importancia es relevante, debido a que se le considera como un medio para mejorar la calidad de vida disminuyendo la pobreza. Así mismo, es importante tomar en cuenta los instrumentos de regulación y vigilancia que existen a nivel internacional, que aparecen por primera vez en octubre del año de 1984, con el único fin de reevaluar las condiciones que presentaba el medio ambiente de tal manera que se pueda generar estrategias para protegerlo. (ONU, 1987)

Por otra parte, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) 1987, publicó el informe el cual más tarde sería conocido como informe de Brundtland que presenta una oportunidad

para lograr el crecimiento de la economía a través de políticas que permitan utilizar los recursos medioambientales sin comprometerlos garantizando así el desarrollo común.

Así mismo, la OMT (1985) adoptó dos textos en la declaración de Sofía, los cuales son: El Código Ético Mundial para el Turismo que recogió de manera concreta tanto los deberes como los derechos del turista, el cual se basó en el hecho que se debe respetar y comprender las formas de vida, creencias y costumbres del lugar visitado y la Carta del Turismo la cual se centra en los deberes del estado con respecto a los turistas, así como los derechos de las comunidades anfitrionas, sin dejar de lado el respeto por sus y formas de vida (Barrón & Torero, 2013).

En 1992, Río de Janeiro fue testigo de la celebración de la Conferencia de las Naciones Unidas acerca del Medio Ambiente y su Desarrollo, o mejor conocida como Cumbre de la Tierra. En esta reunión los pueblos indígenas expresaron su preocupación ante el deterioro y maltrato que se le daba a la madre tierra, por tal razón dentro del capítulo 26 del Programa 21, se da atención al fortalecimiento y reconocimiento del papel de los pueblos, sus tierras y comunidades (ONU, 1992).

La Cumbre de la Tierra dejó algunos resultados, dentro de estos encontramos la firma del Convenio sobre la Diversidad Biológica, el cual lleva como título: Preparación de Métodos y Prácticas de Utilización Sostenible de los Recursos Biológicos (ONU, 1992), dicha firma incluye a los pueblos indígenas a participar en este tema, reconociendo que la humanidad debe tomar en serio la conservación de la diversidad biológica.

En 2001 la Declaración de Otavalo se planteó como meta incorporar y reconocer el potencial indígena dentro del desarrollo del turismo, a través de la planificación que mezcle la cultura presente en cada sitio. Así mismo se sentó las bases para institucionalizar una Red de Turismo Comunitario. De tal manera que la OIT, (2001) en el cuadro del convenio N.º 169, generó un programa de Servicios de Desarrollo Empresarial para el Turismo Comunitario, denominado Red de Turismo Sostenible (REDTURS), mismo que puso en boga el aprender de las costumbres de las comunidades mediante experiencias vivenciales (Vinasco, Montenegro, Palomino, & Mosquera, 2019).

En esta línea de ideas, la Declaración de San José acerca de Turismo Rural Comunitario del año 2003, corroboró todos los principios junto con sus recomendaciones de la Declaración de Otavalo acerca de Turismo Sostenible, así mismo Cañada & Gascón, (2005) aseguran que:

El desarrollo del turismo se sustenta en los valores de solidaridad, cooperación, respeto por la vida, conservación y aprovechamiento sostenible de los ecosistemas y de la diversidad biológica, reclamando una justa distribución de los beneficios entre todos los actores participantes y propiciando la autogestión del turismo como una actividad que debe complementar adecuadamente (la) economía comunitaria y familiar, aplicar Códigos Éticos y reafirmar el derecho de propiedad y control de [...] tierras (pág. 159)

Por lo tanto, es necesario finalizar mencionado que el turismo comunitario es la perfecta adaptación del grupo turístico que se ha visto desenvuelto dentro de las actividades responsables, ya que está presente en las comunidades como una alternativa para lograr el

desarrollo tomando en cuenta los ejes de la sostenibilidad los cuales son ambiental, económico y cultural.

Turismo Comunitario en Ecuador. Al hablar de Turismo Comunitario dentro de Ecuador nos detenemos a pensar en la imagen que traza frente al mercado internacional. Ecuador es maravilloso, cuenta con recursos naturales, culturales, riqueza étnica, biodiversidad, entre otros; lo que hace que sea un destino inigualable que despierta el interés del turista por visitarlo

Dentro de este marco, se considera una gama amplia de destinos comunitarios, los cuales forman parte de proyectos de turismo en diferentes partes del territorio ecuatoriano, para promover y fomentar la actividad turística (Congreso Nacional, 2002). Por ende, es necesario fijarse en el papel regulador que desempeña el Estado, para explotar todo el potencial que tiene el país.

La ley de Turismo de 2002 reconoce las actividades de Turismo Comunitario, teniendo a la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador como oyente colectivo, además Tayupanta, (2018) menciona que “para el año 2010 se crea el Reglamento para registrar a los Centros de Turismo Comunitario” (pág. 1)

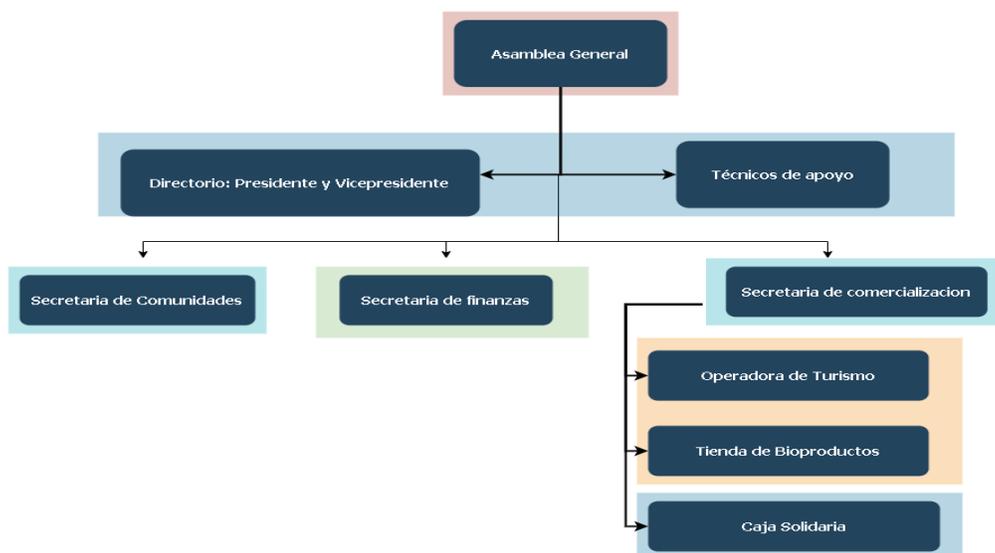
En este sentido, la provincia de Chimborazo que está ubicada en la zona centro del Ecuador, caracterizada por ser la provincia de altas cumbres, dividida en 10 cantones. La mayor parte de la población tienen como principal actividad a la agricultura, ganadería, fabricación de artesanías y ladrillos (PDOT, 2015), a todo esto, se le puede añadir que también desempeñan actividades relacionadas con el turismo y por tal razón se han visto frente a la necesidad de crear un organismo que controle y regule.

Es necesario mencionar que las comunidades han ejercido niveles de gobernanza, reconociendo su identidad, tradiciones y cultura de una manera que solamente reflejan los pueblos y nacionalidades del Ecuador (Bebbington, 2019). En este sentido, se da a entender que al hablar de comunidades son grupos totalmente diferentes, que mantienen sus costumbres y tradiciones vivas, manteniendo un modo de vida ancestral y no tradicional (Grupo Banco Mundial, 2021).

De igual manera, para el año 2006 se constituye legalmente la Corporación para el Desarrollo de Turismo Comunitario de Chimborazo, siendo este el organismo encargado de promocionar y consolidar todo lo relacionado con las actividades del área de turismo en las comunidades dentro de la provincia (CORDTUCH, 2018), obligándolas a alinearse de manera estructural con el fin de fortalecer las actividades del sector turístico, considerando que es un organismo regulador, ésta debe poseer una estructura organizacional que se observa en la siguiente figura:

Figura 1

Estructura organizacional de la CORDTUCH



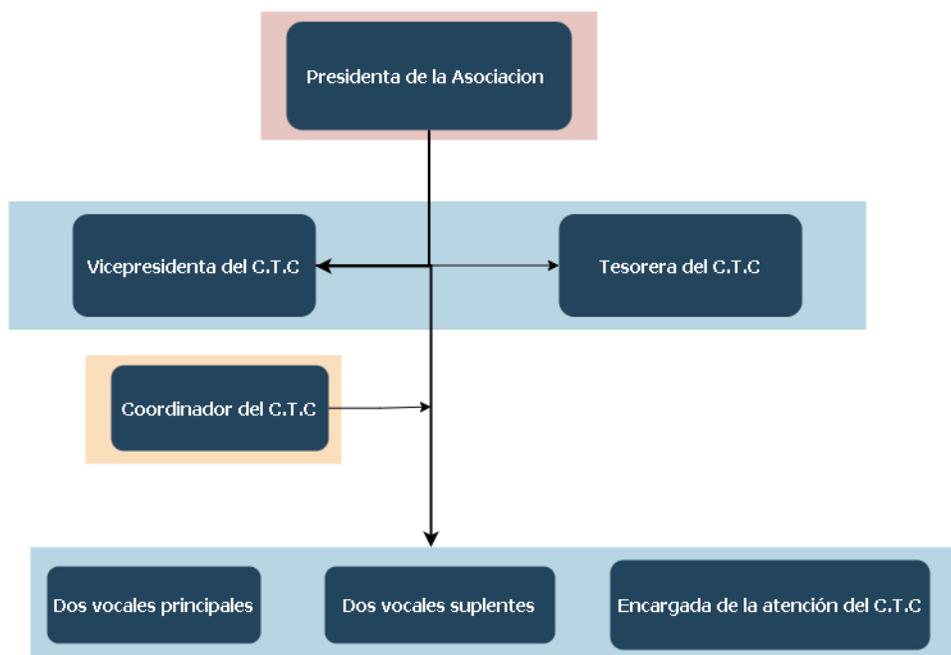
Nota. La figura muestra la estructura organizacional de la CORDTUCH, el cual está conformado por presidente, vicepresidente, técnicos de apoyo y secretarios (Tayupanda, 2018, pág. 30).

Al analizar la legalización de estas organizaciones como centros de Turismo Comunitario de la Corporación para el desarrollo de esta actividad dentro de Chimborazo se identifican varios emprendimientos existentes con su estructura organizacional, la normativa que regula la actividad, así como el sistema que manejan para llevar un control de sus actividades. Es necesario mencionar que para la toma de decisiones son considerados todos los miembros de la CORDTUCH, la cual se hace a través de delegados de cada uno de los miembros de cada organización comunitaria, a la vez que todas las organizaciones están representadas por un miembro autorizado (Salazar, Lozano, Tierra & Tayupanda, 2021).

Tal es el caso, de la Comunidad de San Francisco de Cunuguachay, que tiene la presencia de una asociación llamada “Centro de Turismo Comunitario Quilla Pacari”, está integrado en su totalidad por mujeres que se dedican a impulsar actividades turísticas para promover el desarrollo de su comunidad y familias, su estructura organizativa (Ver figura 2) está compuesta por delegadas que representan a la comunidad.

Figura 2

Estructura organizativa del CTC Quilla Pacari



Nota. La imagen muestra la estructura organizacional del Centro de Turismo Comunitario Quilla Pacari el cual está conformado por presidenta, vicepresidenta, tesorera, coordinadora, vocales y encargada de atención del CTC (Tayupanda, 2018, pág. 32).

Bajo este contexto, el Turismo Comunitario forma parte de la estrategia de desarrollo local que parte de la necesidad de un análisis acerca de la forma en que las comunidades realizan esta actividad turística, partiendo de este criterio es fundamental mencionar que este tipo de turismo persigue mejorar la calidad de vida de la comunidad, mejorar la calidad del medio ambiente y defender a las minorías étnicas, razones que se fundamentan a continuación:

- **Mejorar la calidad de vida:** El Turismo Comunitario lucha contra la pobreza, donde se busca inalcanzablemente una repartición igualitaria de los beneficios obtenidos de la actividad turística (Salazar, Lozano, Tierra, & Tayupanda, 2021). Así mismo, al ser generador de empleo frena la migración, planteando al Turismo Comunitario como una estrategia social y económica, y al mismo tiempo mejora la calidad de vida salvaguarda la conservación de las comunidades junto con sus costumbres.
- **Mejorar la calidad del medioambiente:** El hecho de que el Turismo Comunitario sea una actividad que gira en torno a la naturaleza obliga en gran medida a generar conciencia ambiental, además dentro de esta actividad se toma en cuenta todas las medidas de protección ambiental dadas por entes internacionales. (Orgaz, El turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados, 2013)
- **Defender a las minorías étnicas:** El Turismo Comunitario se ha convertido en un medio de protección de los recursos, territorios y por ende de quienes los habitan. Ecuador se caracteriza por la presencia indígena, y es por medio de este tipo de actividad turística que los pueblos se hacen notar, reclamando su territorio, y su protección. (Orgaz, 2013, pág. 5)

Para concluir, el reconocimiento que se le ha dado a las comunidades en el Ecuador ha sido positivo, ha brindado respaldo para ver el nacimiento de varios movimientos indígenas (Ruiz & Solis, 2007). La constitución Política del 2008 es la que reconoce de manea amplia los derechos de la colectividad indígena, logrando así posicionar a las comunidades para que desempeñen roles dentro de las actividades turísticas (Constitución del Ecuador, 2008)

Turismo Comunitario y Sostenibilidad. Según Orgaz, (2013) el Turismo Comunitario ha ido tomando fuerza a través de los años debido al papel importante que juega dentro de las nuevas formas de presentar a la actividad turística, ya que busca un equilibrio entre hacer uso de los recursos y protegerlos para su existencia y disfrute de las próximas generaciones, así mismo busca el adelanto socioeconómico de las comunidades.

En esta misma línea de ideas para Cruz Blazco (2012, como se citó en Orgaz, 2013) el Turismo Comunitario se presenta como una alternativa para el adelanto económico al mismo tiempo que se prioriza la conservación de la naturaleza, el respeto hacia la sociedad y la cultura, es decir se muestra de forma consciente dentro de la actividad turística en las comunidades.

Así mismo para López & Sánchez (2009, pág. 89) el Turismo Comunitario se “fundamenta en la creación de productos turísticos cuidadosamente dirigidos bajo el principio básico de la necesaria participación de la comunidad local” en este sentido los actores principales son personas oriundas de las comunidades generando así una visión clara del potencial que tiene cada lugar.

Por otro lado, de acuerdo a López & Sánchez (2009) a lo largo de la historia el Turismo Comunitario tiene la ayuda y guía de varias instituciones entre ellas destaca la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2002), la cual presenta algunos objetivos a seguir tales como: “el desarrollo socioeconómico de la comunidad local, la conservación de los recursos naturales y culturales y la calidad del servicio que recibe el visitante” (pág. 89)

En este sentido, la idea de Desarrollo de Turismo Sostenible adquiere importancia, a partir de su definición, Brundtland (1987) menciona que este tipo de turismo satisface las necesidades del presente sin poner en riesgo las de las generaciones futuras, es decir existe un respeto hacia la integridad de los recursos existentes para que prevalezcan en el tiempo.

En este sentido, es importante reconocer las características que presenta el turismo sostenible, que, según Blasco, (2005) giran en torno al respeto ecológico al no generar daños en los ecosistemas haciendo uso medido de los recursos, así mismo la sostenibilidad social y cultural promueven a consideración hacia las comunidades y, por último, pero toma en cuenta a la sostenibilidad económica asegurando el desarrollo a la vez que se mejora la calidad de vida.

Para comprender al turismo sostenible es necesario tener claro su historia, en este sentido cabe mencionar que a partir de la década de los 90 el avance de las actividades turísticas en torno a la sostenibilidad dio un giro y marcaron el inicio para impulsar el respeto que brinda la sostenibilidad, sucesos que se detallan a continuación:

Figura 3

Historia sobre el concepto de Turismo Sostenible



Nota. La figura muestra de manera cronológica el desarrollo en torno al Turismo Sostenible.

Tomado de diferentes autores: (Blasco , 2005), (Rio de Janeiro, B., & Naciones Unidas, 1992), (Mabán, 2006), (Comferencia Mundial del Turismo Sostenible, 1995) y (Cumbre Mundial del Ecoturismo, 2002)

Por otro lado, es fundamental tomar en cuenta algunos principios básicos que son necesarios para llamar a la actividad turística sostenible, los cuales giran en torno al uso adecuado de todos los recursos naturales presentes, el respeto por la variedad socioeconómica y el asegurar que las prácticas empresariales sean adecuadas (Tapia, 2013).

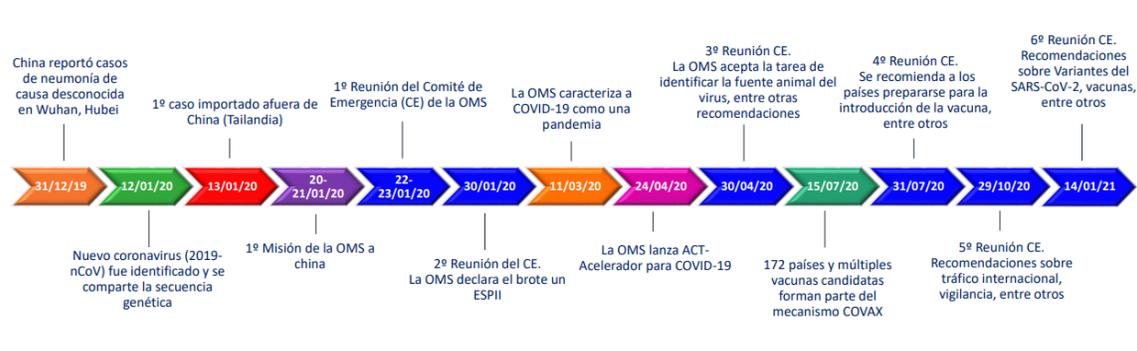
Cabe destacar, los beneficios que trae el Turismo Sostenible al relacionar la ética que presenta el turista en torno a la actividad, mostrando un respeto hacia el entorno y las distintas formas de vida; al mismo tiempo, que genera beneficios dentro de la comunidad tales como nuevos empleos, mejora de la calidad de vida, y se genera un sentido de pertenencia y orgullo por parte de los miembros de las comunidades (Blasco , 2005).

Sin duda alguna, la sostenibilidad es la herramienta base para el desarrollo del turismo en las comunidades, tan importante debido a que se le atañe la responsabilidad de respetar la diversidad ecológica sin dejar de lado el desarrollo económico (Anguayca & Díaz, 2021).

Turismo Comunitario y Covid-19. Para el Ecuador uno de los sectores primordiales de la economía corresponde al desarrollo de la actividad turística, la cual se ha visto afectada debido a la enfermedad del Covid-19, al verse frente ante el cierre de las fronteras con el objetivo de frenar la propagación de la enfermedad Covid-19 (CEPAL, 2020).

Por otro lado, el impacto que generó la pandemia dentro del sector turístico ha sido negativo, debido a las restricciones tales como la del 20 de abril, en donde el 100% de los destinos a nivel mundial adoptan restricciones de movilidad, y el 1 de noviembre el 27% de los destinos cierran por completo las fronteras suspendiendo de manera drástica el turismo comunitario (OMT, 2020).

Por otro lado, es necesario comprender que, en diciembre de 2019, se dio un brote de casos extraños de neumonía que inició en Wuhan, China. Los casos mostraban que la enfermedad se propagaba de manera descontrolada y aun ritmo rápido y constante, los estudios arrojaron el resultado de que se enfrentaban a un agente viral nunca antes visto. El 11 de marzo de 2020, la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró a la enfermedad COVID-19 como pandemia mundial, sugiriendo a todos los países a tomar la medida drástica del confinamiento para evitar la propagación de la enfermedad (Díaz & Toro, 2020).

Figura 4*Cronología del suceso pandémico*

Nota. La figura anterior muestra la cronología de la pandemia por la enfermedad del Covid-19.

Tomado de Organización Pandémica de la Salud (OPS, 2021, pág. 4)

Dentro de este contexto es importante mencionar que las personas afectadas por la enfermedad presentan varios síntomas, los cuales pueden ser diferentes dependiendo de la edad y el estado de salud de los pacientes, los síntomas más generales son tos, fiebre, fatiga, disnea y odinofagia. También es común que en algunos pacientes el contagio sea asintomático, y de manera general cuando los adultos mayores se contagian son los más afectados (Santos & Salas, 2020).

Una vez controlada la situación y con el gran salto que se dio del aislamiento al distanciamiento, después de 48 días consecutivos de cuarentena, generó expectativa; sin embargo, las restricciones seguían en pie para evitar una propagación de la enfermedad, dentro de este cambio se puso en boga el término “nueva normalidad” donde al cumplir con los protocolos de bioseguridad impuestos hacen frente a la reactivación paulatina de todos los sectores incluidos el turístico (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2021).

Es así que, con el objeto de hacer frente a la reactivación, el Ministerio de Turismo junto con el Ministerio de Salud Pública, generaron protocolos a seguir para contrarrestar la propagación de la enfermedad, cabe mencionar que los protocolos se realizaron de acuerdo a las necesidades de cada sector de la economía, en este sentido el turismo comunitario recibió un manual de buenas prácticas para hacer frente al retorno paulatino de sus actividades resumido a continuación:

- Importante contar con lavamanos que tengan jabón líquido, además de poseer dispensadores de gel, y colocar bandejas de desinfección en las entradas principales.
- Además de colocar todo lo mencionado en el anteriormente, se debe implementar en diferentes sitios de todo el lugar para el uso del personal y de sus visitantes.
- Contar con puntos específicos para todos los productos de limpieza y desinfección del establecimiento.
- Adoptar la costumbre de desinfección de todos los materiales a utilizar en el establecimiento antes y después de ser usados.
- Poseer equipo de protección personal para los encargados de las actividades de limpieza (Ministerio de Turismo, 2020)

Para finalizar, la Universidad Nacional del Litoral (2021) menciona la importancia del cumplimiento de todos los protocolos de bioseguridad con el fin de alcanzar la reactivación economía y recuperar el desarrollo de la actividad turística dentro de las comunidades

Análisis situacional

Introducción al análisis situacional. De acuerdo con la Organización Internacional del Trabajo (2005) el análisis de la situación dentro del Turismo Comunitario es una herramienta

que gira en torno a la mejora del “proceso de acompañamiento a las comunidades en sus esfuerzos de reflexión crítica sobre su propio accionar” (pág. 3)

Así también para del Valle (2004) el análisis situacional se define como el estudio del entorno en el que se desenvuelve una empresa o institución, dentro de un lapso de tiempo específico, y a su vez su relación con los factores internos y externos que pueden verse alterados de su estado natural. Además, se caracteriza por seguir una serie de pasos que permiten delimitar las acciones a tomar en el caso de que se presente un problema, ya sea en el área laboral o personal.

Por otro lado, para Kapferer (1975) el análisis permite identificar fallas, mediante la observación continua y documentada además que es con este método se identifican los impedimentos, amenazas y oportunidades para plantear medidas de a tomar para enfrentar cualquier situación, una de las ventajas de este método es que cuando existe un amplio conocimiento de la lógica permite el cumplimiento de todos los procesos.

Por otro lado, según Tyson (1997, como se citó en Velásques, 2005) menciona que el análisis situacional tiene como objetivo la búsqueda de las razones por las cuales suceden las cosas, así mismo intenta identificar los problemas y plantea la necesidad de las evaluaciones y comparaciones, en igual forma el análisis debe existir una combinación entre los que impulsan el cambio y los que están dentro de la situación de análisis. Así mismo Koonts, Weihrich & Cannice (2012, pág. 114) afirman lo siguiente:

Estar atentos a las oportunidades en los entornos externo e interno de la organización es el verdadero punto de partida de la planeación. Todos los gerentes deben echar un vistazo

preliminar a las posibles oportunidades futuras y verlas con claridad y de manera integral, así como saber cuál es la posición de su compañía respecto de sus fortalezas y debilidades, comprender qué problemas debe resolver y por qué, además, saber qué puede esperar para ganar.

Es conveniente destacar que, la recolección de información global dentro de la Comunidad de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” es necesaria para establecer medidas futuras que pueden ayudar a plantear diversas formas de resolver cualquier inconveniente.

Para realizar el análisis situacional se debe tomar en cuenta cuatro patrones fundamentales, mismos que han acompañado al método desde su etapa inicial, asimismo se los puede aplicar en todo tipo de entorno, además se pueden ver reflejados en las siguientes preguntas: “*¿qué está pasando?, ¿por qué ocurrió cierto suceso?, ¿cuál es el curso de acciones a seguir?, y finalmente ¿qué se espera de la situación?*” (Del Valle, 2004, pág. 10)

Cuando se dan respuestas a las preguntas planteadas anteriormente, se llega a encontrar la razón del porqué está ocurriendo tal o cual situación, y de acuerdo con Rodríguez, (2015) se puede anticipar al futuro a la vez que se maneja la situación de una mejor manera con el fin de evitar conflictos. En este sentido, es oportuno indicar que el análisis situacional se centra en evaluar la situación actual de un territorio, pasando por evaluar históricamente los hechos hasta llegar a identificar los fallos o logros para entender el porqué de la situación actual y a la vez prever hasta cierta medida el futuro de la actividad turística dentro de la comunidad.

Escenarios del análisis situacional: Para Contreras (2005) el objetivo que persigue el análisis situacional es conocer de primera mano el estado de un entorno, en tal sentido dentro de este proyecto se usa el concepto este concepto para descubrir la situación actual en la que se encuentra el turismo dentro de la comunidad “Quilla Pacari” de tal forma que se pueda plantear estrategias específicas con el fin de lograr el desarrollo económico y reactivación de la comunidad

Por otro lado, según Zacarías, (2014) es necesario tomar en cuenta la influencia del entorno que rodea al escenario de estudio, el cual se clasifica en dos grandes grupos que se dividen en externo o macroambiente e interno o microambiente, por lo cual es conveniente realizar un correcto manejo de los factores mencionados ya que dan un resultado positivo dentro de las actividades de del Turismo Comunitario.

El macroambiente comprende el estudio de todos los aspectos externos que bien pueden ayudar o afectar en el desarrollo de una empresa, es importante señalar que la empresa no tiene ningún control sobre estos aspectos. De tal manera que un análisis externo efectivo ayuda a identificar las amenazas y oportunidades a las que se enfrenta una empresa, además según Millán, (2016) el análisis del macroentorno debe ser dinámico para poder aplicar estrategias adaptables, debido al cambio constante en el que se encuentra la comunidad, especialmente ahora que se enfrenta a la nueva realidad después de la pandemia. A continuación, se detallan algunos aspectos externos que son necesarios tomar en cuenta al momento de realizar el análisis situacional.

- **Medioambientales:** Dentro de este aspecto se debe tomar en cuenta variables como el clima, la geografía hasta desastres naturales que impidan el correcto funcionamiento de una empresa (Fosher, 2018).
- **Tecnológicos:** Es interesante el hecho de la implementación de innovaciones tecnológicas, debido a que según la capacidad adquisitiva que tenga la empresa, se observa su adelanto o retraso de la misma (College, 2016).
- **Culturales y Sociales:** Dentro de los aspectos socioculturales encontramos las creencias, costumbres e incluso valores de las personas que rodean el entorno de la empresa, los mismos que pueden influir de manera negativa o positiva en el crecimiento empresarial. Las conexiones sociales y las creencias compartidas de las personas de la población pueden influir de manera negativa o positiva el crecimiento empresarial (Landers, 1997).
- **Demográficos:** “Es el estudio de poblaciones humanas en términos de tamaño, densidad, ubicación, edad, sexo, raza, ocupación y otras estadísticas. El entorno demográfico tiene un interés fundamental para los directivos de marketing porque los mercados están formados por personas” (Kotler et al., 2011, pág. 119).
- **Políticos y legales:** La empresa debe tener claro todo lo relacionado con las normas y leyes vigentes dentro del país donde opera, ya que el cumplimiento o incumplimiento de las mismas pueden favorecer o perjudicar a la empresa. (Professional Academy, 2018)
- **Económicos:** De acuerdo con Kotler et al., (2011) está formado por factores que afectan al poder de compra del consumidor y a los patrones de gasto. (pág. 126)

Todos los escenarios detallados anteriormente son necesarios tomarlos en cuenta dentro del análisis situacional del turismo en la comunidad de “Quilla Pacari” para poder tener

información real de cada uno de los factores externos a los que se ven expuesta la actividad turística.

Por otro lado, el microambiente se enfoca en un análisis consiente de la parte interna de una empresa, en el caso del presente proyecto hace referencia al análisis interno de la actividad turística en la Comunidad de “Quilla Pacari”. Analizar la parte interna da como resultado la determinación de las debilidades y fortalezas que tiene la comunidad, además es importante señalar que se tiene el control absoluto de la situación interna (Millán, 2016). Dentro de los factores más relevantes a analizar son:

- **Consumidores:** Se refiere al conjunto de empresas o personas que adquieren los productos del mercado, ya sea para su uso propio o para la producción de un bien. (Orjuela & Chaparro, 2008)
- **Intermediarios:** “Son personas o entidades, que ponen en conexión y facilitan el flujo de los productos producidos con el comprador final, Los intermediarios se engloban en la cadena de distribución, como uno de los pasos necesarios para la comercialización efectiva” (De Mendivil, 2013, pág. 46)
- **Proveedores:** Según Kotler & Armstrong (2008, como se citó en Feijoó, 2018) afirman que “los proveedores son el elemento principal y más importante de la empresa, ya que si no se tienen buenos contactos la empresa no podría ofrecer buenos precios o la calidad que requiere para ofrecer su producto en el mercado” (pág. 17)
- **Competidores:** Los competidores se encuentran en el mercado con el mismo bien o servicio que ofrece la empresa en cuestión (Orjuela & Chaparro, 2008)

Por tal razón Kotler et al., (2011) plantean que el análisis de cada uno de los entornos son indispensables para poder generar estrategias de acuerdo a las necesidades encontradas, de tal manera que el desarrollo económico y posicionamiento de la comunidad se positiva y progresiva, es decir, el diagnóstico situacional que se desarrolla en el territorio permite tener claro tanto al macro como al microambiente para enfocar hacia donde se quiere llegar, las cuales son los obstáculos e identificar las ventajas que posee el Turismo Comunitario dentro de la Comunidad “Quilla Pacari”

Herramientas para el análisis situacional: La Organización internacional del trabajo (OIT, 2005) hace referencia a la proyección estratégica del análisis situacional como una fase en la cual la Comunidad se centra en observar los resultados y definirlos por medio de indicadores que permiten cuantificar y monitorear de manera regular el desarrollo de la actividad turística.

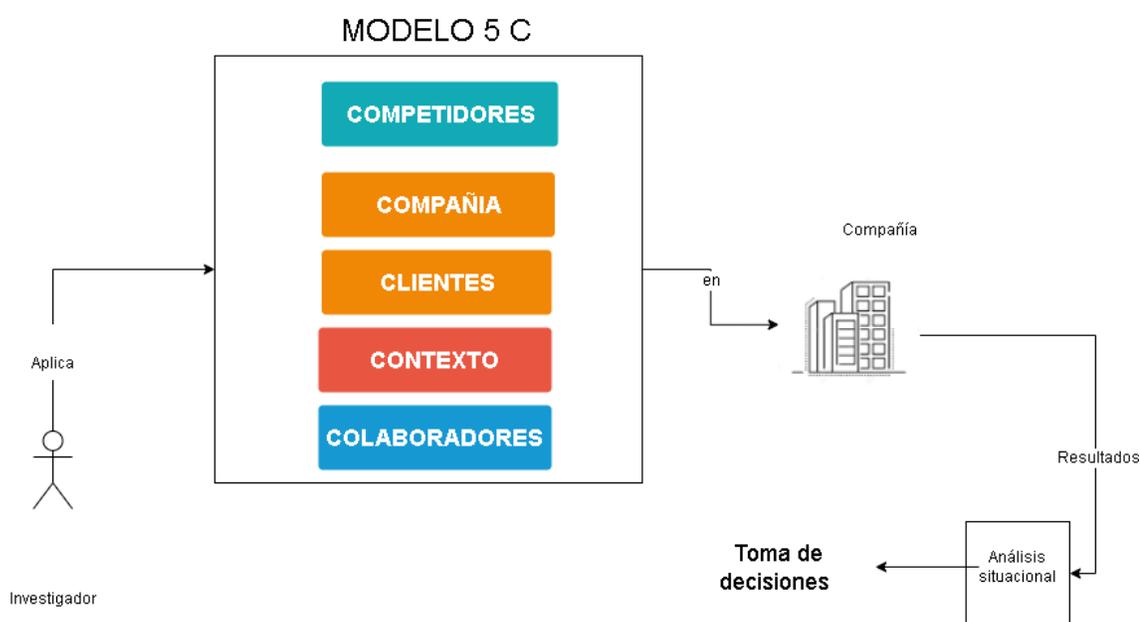
En la misma línea de ideas, cuando se encuentra la situación real de la comunidad es momento de generar planes de acción a seguir que desaten en el repunte de la actividad turística, para lograr este objetivo es necesario señalar que para el desempeño correcto del análisis situacional se cuenta con algunas herramientas, básicamente todas utilizan las mismas directrices que nos llevan a tomar decisiones en pro de la empresa; sin embargo, analizaremos cada una de ellas (Huilcapi & Gallegos, 2020).

En este sentido, el modelo 5 C (Ver figura 5) constituye una herramienta importante que permite tener un enfoque amplio de todos los actores de la comunidad, además según Noblecilla & Granados, (2018) el marketing es un eje de alta importancia por el hecho de ser generador de estrategias, el cual se orienta específicamente al cliente, el cual consta de un

conjunto de factores que interactúan en el proceso de posicionamiento y desarrollo de la actividad turística en la comunidad “Quilla Pacari”.

Figura 5

Modelo o matriz 5 C



Nota. La imagen describe el investigador que aplique el Modelo 5 C está apto para tomar decisiones dentro de una compañía.

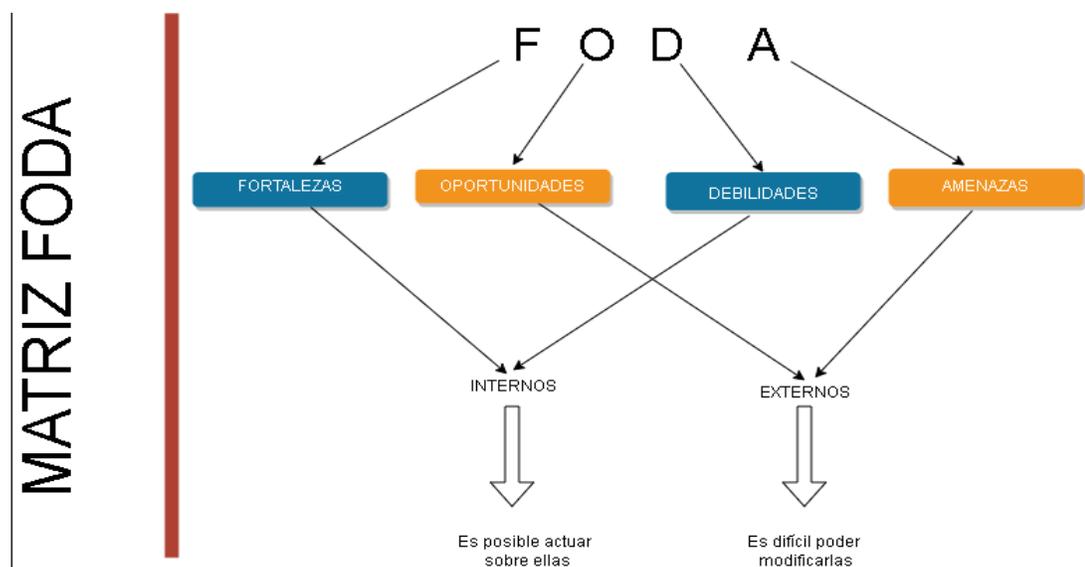
Para Steenburch y Avery (2012, como se citó en Cáceres, 2015) mencionan que este modelo se da entorno a cinco dimensiones, las cuales generan un marketing estratégico ya que toma en cuenta a los competidores, compañía, clientes, contexto y colaboradores. Es decir, este modelo ayuda a comprender con claridad cual es el tipo de empresa y hacia donde apunta, el tipo de problemas que puede o no puede resolver, además de plantear estrategias

para el posicionamiento y desarrollo económico empresarial mediante la colaboración y comunicación de los colaboradores empresariales (Schnarch & Schnarch, 2010)

En esta línea de ideas, el análisis FODA o DAFO (Ver figura 6) es otra herramienta que se enfoca principalmente a generar un análisis y resolución de conflictos, además de identificar los aspectos positivos y negativos internos y externos de una empresa. Asimismo, es la que “determinan las ventajas competitivas de la empresa y se puede decidir entonces la estrategia más conveniente o los cambios que deben producirse en función de las propias características de la empresa y del mercado en el que opera” (Millán, 2016, pág. 48)

Figura 6

Matriz FODA



Nota. La imagen muestra la técnica FODA que es utilizada para definir las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de una empresa para generar estrategias.

Al mismo tiempo, para Rivera & de Garcillán (2012) es importante saber el estado de una empresa antes de entrar en una competencia en el mercado debido a su gran aportación para planificar las acciones a tomar mediante el análisis FODA, que corresponde a las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que se analizan a continuación:

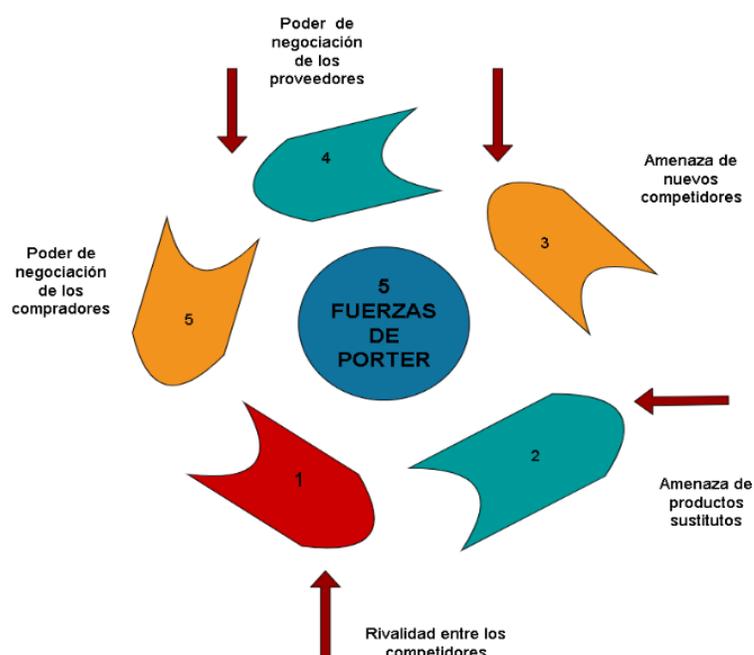
- Debilidades: Esta variable identifica en donde y en que se está fallando, además hace referencia a factores que ponen a una empresa en una posición crítica, la cual supone un obstáculo para el cumplimiento de los objetivos (Rivera & de Garcillán, 2012).
- Fortalezas: También conocidas como “puntos fuertes” (Koenes & Soriano, 1994, pág. 158) y se refieren a las características propias de una empresa y que facilitan alcanzar los objetivos
- Amenazas: Hace referencia a los factores externos los cuales representan un riesgo además que son creadores de incertidumbre, ya que pueden ser cambios repentinos, los cuales no estaban previstos y pueden afectar el cumplimiento de las metas planteadas (Rivera & de Garcillán, 2012)
- Oportunidades: Son las circunstancias alrededor de una empresa que son positivas y que se pueden aprovechar para el crecimiento y posicionamiento en el mercado (Ponce, 2007)

En esta línea de ideas, es importante mencionar que lo más necesario es maximizar las fortalezas y disminuir las debilidades, sin dejar de lado el contexto de la realidad en la que se encuentra una empresa al momento de realizar el análisis con esta técnica, con el objetivo de plantarse estrategias que pueden llegar a ser ilimitadas con la ventaja que se puede aplicar en todo tipo de organización, ya sea privada, pública, pequeña o grande (Ponce, 2006).

Además, otra herramienta es las 5 fuerzas de Porter (Ver Figura 7) que fue ideada por el profesor Michael Porter, modelo que determina el punto donde se puede analizar el grado de competitividad en un determinado sector para así poder de plantear estrategias que generen rentabilidad a una empresa (Porter, 2008).

Figura 7

Las 5 Fuerzas de Porter



Nota. La figura sintetiza las 5 fuerzas de Porter que inciden en la rentabilidad de una empresa.

Por otra parte, es necesario comprender a detalle cada una de las Fuerzas que plantea Porter, (2017) debido a que en conjunto forman una estructura que impulsa la competitividad y rentabilidad de una empresa, razón a continuación se fundamenta:

- **Poder de negociación de los compradores:** Porter menciona que los clientes que son influyentes pueden poseer más valor cuando hacen que los precios bajen al exigir productos de mejor calidad. “Los compradores son poderosos si cuentan con influencia negociadora sobre los participantes de una empresa, especialmente si son sensibles a los precios, porque emplean ese peso para ejercer presión en la reducción de precios” (Porter, 2017, pág. 44)
- **Poder de negociación de los proveedores:** Cuando los proveedores son influyentes pueden ejercer de manera que los valores suban o bajen dentro de un mercado, además como bien menciona Porter, (2017) “acaparan más valor para sí mismos al cobrar un precio elevado, limitar la calidad o los servicios o al traspasar sus costes a los participantes de la industria” (pág. 43)
- **Amenaza de nuevos competidores:** Esta amenaza hace referencia a la realidad del aumento de competencia cada día, debido a que los nuevos enfocan sus esfuerzos en encontrar diferencias competitivas con el fin de ofertar el mismo producto que otras empresas con mejoras sustanciales incrementando la capacidad productiva del sector. (Baena, Sánchez, & Montoya, 2003)
- **Amenaza de productos sustitutos:** De acuerdo a Nicholson, (2008) “Dos bienes son sustitutos cuando, como resultado de un cambio de condiciones, uno puede ser sustituido por el otro sin alterar su uso” (pág. 164). Por tal razón al estar frente a un bien o servicio que tenga sustitutos impone un límite al valor en el que se le puede ofrecer, esto se da debido a que los clientes están en una constante comparación de precio-calidad
- **Rivalidad entre los competidores:** Fuerza que pretende conseguir un puesto privilegiado en medio de las demás empresas competidoras, creando una rivalidad

competitiva tales como “descuentos en los precios, nuevas mejoras en el producto, campañas de publicidad y mejoras en el servicio” (Porter, 2017, pág. 48) convirtiéndose en un reto para la mejora de una empresa.

Resumiendo lo planteado, independientemente del sector en el que se realice el análisis situacional es necesario identificar el método que se va a utilizar ya que es el encargado de identificar el estado actual de una empresa de tal manera que la generación de estrategias se plantee con el fin de alcanzar el desarrollo económico de un territorio. Por tal razón, queda claro que independientemente del escenario a trabajar y herramienta a usar para realizar un análisis situacional, su importancia y aplicabilidad es indispensable dentro de una empresa o sector de la economía, así mismo Mathar, (2008) afirma que para alcanzar el crecimiento y posicionamiento de una empresa es necesario un análisis situacional.

En esta misma línea de ideas, la identificación real de la situación actual es idónea para establecer planes estratégicos que determinen e identifiquen los aspectos positivos y negativos de la empresa, involucrando sus fortalezas y debilidades con el fin de una mejora continua (Ponce, 2006).

Capítulo II

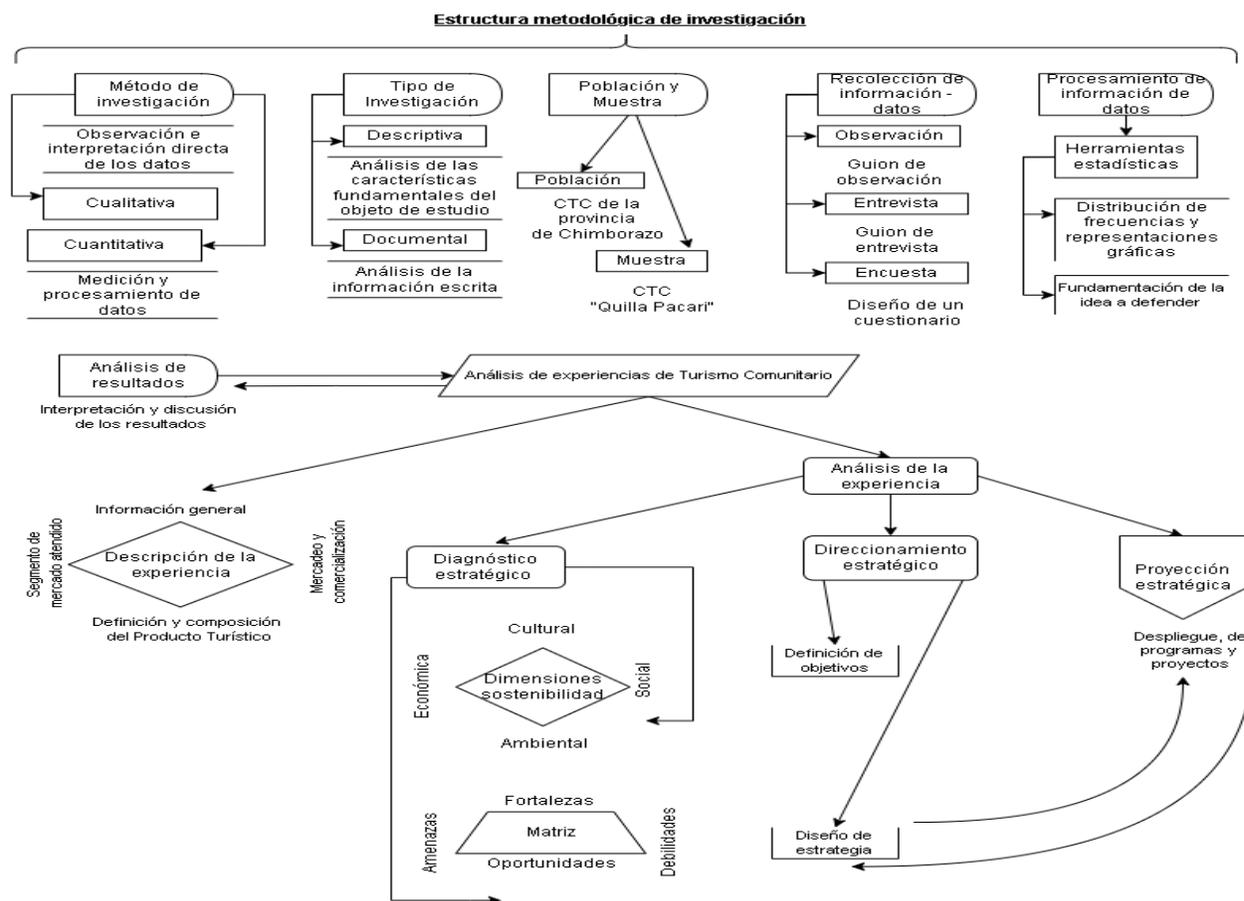
Marco metodológico

Introducción

La presente investigación tiene como objetivo principal realizar el análisis situacional del Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”, para ello es importante seguir un proceso metodológico que de acuerdo con Bernal, (2016) es un conjunto de componentes que se van entrelazando a medida que se desarrollan en la investigación, de igual manera, para el desarrollo de la propuesta de investigación se trabajó con la metodología para el análisis de las experticias del turismo comunitario de Maldonado (2005), quien establece un proceso metodológico que facilita la comprensión de las actividades turísticas en una comunidad, en este sentido, se asocia estos dos elementos con el fin de seguir una estructura lógica en la investigación, tal como se muestra en la siguiente figura:

Figura 8

Marco Metodológico



Nota. La figura detalla la estructura metodológica a seguir en la investigación de acuerdo con Bernal (2016) y Maldonado (2005).

Estructura metodológica de investigación

Método de investigación

Cualitativa: Según Bernal (2016) “la investigación cualitativa tiene varios métodos, es naturalista e interpretativa” (pág. 76), así también, para Fernández & Díaz (2002) la metodología cualitativa evita la cuantificación, y se centra en realizar narraciones de las características, mediante la observación y entrevistas, es decir, este método está dirigido a la búsqueda de significados del mundo además que presenta una realidad dinámica.

Bajo este contexto, en la presente investigación se aplica este método debido a que es evidente el uso de la observación y entrevistas que se desarrollan en el trabajo de campo, además que se analizan los elementos propios del turismo comunitario en Quilla Pacari, todo esto es importante para definir la composición de las actividades turísticas que se desarrollan en la comunidad con el fin de poder encontrar la razón de ser de la investigación que ayudan a determinar la descripción de la experiencia del CTC.

Cuantitativa: Según Bernal (2016) el objetivo de la investigación cuantitativa es medir y generalizar los resultados para lo cual es necesario el uso de cuestionarios con el fin de obtener información prefiriendo la precisión matemática y estadística dentro de la investigación, por otro lado, para Fernández & Díaz (2002) se caracteriza por recoger y analizar datos numéricos, se basa en la inducción probabilística lógica, es objetiva, tienen datos sólidos y repetibles y posee una realidad objetiva.

En concordancia con lo mencionado, el uso del método de investigación cuantitativo dentro del presente proyecto es indispensable, ya que por medio de la aplicación de las encuestas se recopiló información y datos relevantes de la situación actual del centro de turismo comunitario Quilla Pacari con el fin de evaluar los resultados a través del análisis

estadístico correspondiente que permitieron tener claro la realidad de la experiencia comunitaria sobre la cual se trabajó tanto el direccionamiento como la proyección estratégica.

Tipo de investigación

Descriptiva: Para Bernal (2016) la investigación descriptiva se apoya en “técnicas como la encuesta, entrevista, observación y revisión documental” (pág.144), por su parte Gay (1996, como se citó en Nicomedes, 2018) menciona que “un estudio descriptivo determina e informa los modos de ser de los objetos y responde a preguntas relacionadas con la situación del sujeto de estudio” (pág. 2).

En síntesis, el uso de la investigación descriptiva es fundamental para definir las características propias de la comunidad de Quilla Pacari, haciendo uso de las técnicas de recolección de datos tales como encuesta, entrevista, observación y revisión documental, de tal manera, que sobre la base de la información encontrada se despeja incógnitas relacionadas con la situación actual de la actividad turística comunitaria para el desarrollo del direccionamiento y proyección estratégica dentro del Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”.

Documental: Bernal (2016) indica que dentro de la investigación documental es importante “las investigaciones llamadas estado del arte” (pág. 146), por otro lado, para Duverger (1975, como se citó en Tena & Rivas, 1995) la investigación documental comprende “todo en lo que el ser humano ha dejado huella” (pág.49),

Por tal razón y de acuerdo a los autores mencionados fue imprescindible la aplicación de este tipo de investigación en el proyecto, ya que esto permitió comparar e interpretar los

datos obtenidos de la experiencia del centro de turismo comunitario de Quilla Pacari con la información impuesta y acumulada en documentos anteriormente generados por investigadores que contribuyen a tener claro cuál es la línea base del CTC.

Población y muestra

Población: De acuerdo con Bernal (2016) la población se debe conformar a partir de elementos, unidades de muestreo, alcance y tiempo, por su parte Francia (1988, como se citó en Bernal, 2010) indica que es “el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo” (pág. 210)

En este sentido, la población considerada en el macroproyecto “Análisis situacional del turismo comunitario en la provincia de Chimborazo” y de acuerdo con el Catastro del Ministerio de Turismo del año 2021 se identificó cuatro Centros de Turismo Comunitario, como son: Comuna Tolte, Palacio Real, La Moya y Quilla Pacari, siendo el último el área de estudio con el cual se trabajó para el presente proyecto.

En esta perspectiva, para el desarrollo de la encuesta se toma en consideración la población de 1000 habitantes que interactúan con el CTC Quilla Pacari de acuerdo con el GAD Parroquial Calpi (2015), con el objetivo de analizar el comportamiento de la asociación para ver el grado de contribución que tiene el CTC con la comunidad en general, además de tener claro la visión que muestra la comunidad en relación con la actividad turística que se ofrece en el lugar.

Así mismo, se aplicó una encuesta para los turistas, donde la población según la señora María Magdalena Yaja quien es la presidenta del Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” corresponde a 25 visitantes mensuales de lo que va del 2022, con el objetivo de recabar información con respecto al nivel de satisfacción de las actividades turísticas ofrecidas en el CTC, además de obtener datos reales de la frecuencia y razones por las cuales visitan la localidad

De igual manera, la entrevista se desarrolló a los principales representantes, autoridades y dirigentes del CTC Quilla Pacari (Ver tabla 3), con el fin de obtener información de primera mano acerca de la situación actual en la que se encuentra el centro de turismo comunitario de Quilla Pacari, y como se desarrolla la actividad turística en pro de generar estrategias de desarrollo local.

Tabla 3

Entrevistas a dirigentes y representantes de Quilla Pacari.

Cod.	Entrevistados	Cargo	Nombre	Descripción
MJ	Dirigente del Centro de Turismo Comunitario	Presidenta del Centro De Turismo Comunitario	María Magdalena Jaya	Entrevista a la presidenta del Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” quien es la representante quien es la encargada de la dirección del lugar y de responder a cualquier pregunta.
EP	Dirigente del Centro de Turismo Comunitario	Coordinadora del Centro de Turismo Comunitario	Eduarda Agualsaca Paca	Entrevista a la coordinadora del Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” quien tiene

Cod.	Entrevistados	Cargo	Nombre	Descripción
				experiencia en la coordinación de todas las actividades del centro.
JV	DIRIGENTE CORDTUCH	Departamento de desarrollo comunitario y competitividad turística.	Juan Velarde	Entrevista al dirigente de la CORDTUCH quien tiene experiencia en el área del turismo comunitario de Chimborazo

Nota. La tabla muestra los datos generales de los entrevistados.

Muestra: Para Bernal (2016) el marco muestral se refiere a “la lista, el mapa o la fuente de donde pueden extractarse todas las unidades de muestreo o unidades de análisis en la población, y de donde se tomarán los sujetos objeto de estudio” (pág. 211), de modo accesorio la muestra es finita, además que hace referencia a un subconjunto seleccionado para el estudio de la población (Carrillo, 2015).

Conforme a lo mencionado, para este trabajo de investigación es importante identificar las muestras que contribuyen al estudio de las experiencias del Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”, en este sentido, de los 1000 habitantes, se procedió al cálculo del tamaño de la muestra respectiva para la aplicación de la encuesta a la comunidad que de acuerdo con Bernal (2016) es la siguiente formula:

$$n = \frac{S^2}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{S^2}{N}}$$

Entendemos como:

N: Número total de personas (1000)

Z: Nivel de confianza (1.96)

S: Desviación estándar de la población (0.5)

E: Error de estimación (0.05)

$$n = \frac{0.5^2}{\frac{0.05^2}{1.96^2} + \frac{0.5^2}{328}}$$

n: 277

En definitiva, mediante la aplicación de la fórmula correspondiente se obtuvo como resultado 277 encuestas que se aplicaron directamente a los habitantes de la comunidad de “Quilla Pacari” con el fin de recolectar datos que son necesarios para el análisis de la situación después de la pandemia del Covid-19.

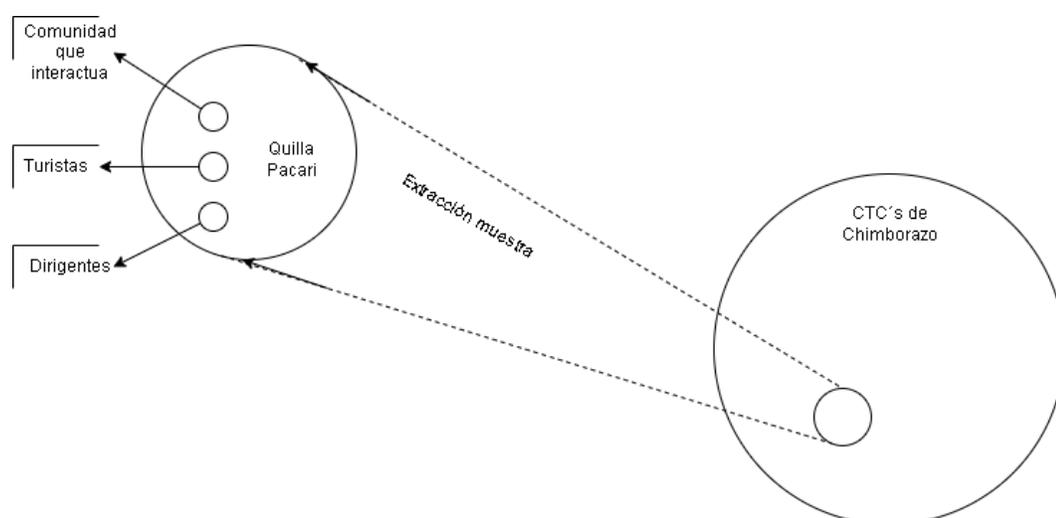
Así mismo, se aplicó el cálculo correspondiente para el desarrollo de la encuesta dirigida a los visitantes que llegan al centro de turismo comunitario Quilla Pacari con el objetivo de recabar información que coadyube con el avance del presente proyecto, es así que, para conocer el tamaño de la muestra se recabó información con la presidenta del CTC quien mencionó que después de la pandemia reciben un total de 23 turistas en un mes.

Es importante mencionar que para definir la muestra correspondiente se partió de la población del Centro de Turismo Comunitario de la cual para la entrevista se aplicó a 5

personas entre ellas están autoridades, dirigentes y técnicos, así también para la aplicación de la encuesta se tomó en cuenta los habitantes y turistas que fueron un total de 277 y 23 respectivamente, como se muestra en la siguiente figura:

Figura 9

Población y Muestra



Nota. La figura indica la muestra y sus tres grupos a ser encuestados y entrevistados.

Recolección de información - datos

Observación: Según Bernal (2010), la observación es un “proceso riguroso que permite conocer de forma directa, el objeto de estudio para luego describir y analizar situaciones” así también para Muñoz et al. (2021, como se citó en Maldonado, 2005) es necesario establecer los medios en que se registrará la información observada.

De acuerdo con los autores mencionados, se estableció la ficha técnica como medio verídico para levantar los datos de la observación (ver anexo 1) referente al ámbito turístico, su infraestructura, servicios, transporte entre otras, información que es relevante para el posterior análisis y descripción de la experiencia del Centro de Turismo Comunitario de “Quilla Pacari”

Entrevista: Según Bernal (2010) esta técnica se divide en tres fases que son la preparación, realización y finalización de la entrevista así también para Buendía, Colás & Hernández (2001, citado en Maldonado, 2005) es necesario “recoger información mediante un proceso directo de comunicación entre entrevistador y entrevistado” (pág. 252).

Por consiguiente, la aplicación de este método de recolección de datos es fundamental, la cual se da mediante la comunicación directa del entrevistado con el entrevistador, en donde se preparó de antemano un guion con preguntas estratégicas para la entrevista correspondiente (ver anexo 2), con el fin de conocer la situación actual del turismo dentro de la comunidad, para lo cual se toma como base referencial a los representantes y autoridades de la comunidad.

Encuesta: Para Bernal (2016) el diseño de un cuestionario para aplicar una encuesta es muy necesario, además que consta de una amalgama de preguntas puntuales para obtener información (Bernal, 2016, pág. 245), así mismo “obtiene y genera datos de manera rápida y eficaz” (Casas, et al., 2002, pág. 527)

Considerando lo mencionado, la generación de una encuesta con preguntas preestablecidas para aplicar en el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” es indispensable (ver anexo 3), en tal sentido, por medio de esta técnica se plantearon preguntas

específicas que ayudan a recabar información y generar datos significativos para el desarrollo y fortalecimiento del turismo comunitario.

Procesamiento de información-datos

De acuerdo con Bernal, (2016) para el procesamiento de información de datos se usó la distribución de frecuencias y representaciones gráficas que según Mason y Lind (1997, como se citó en Bernal, 2016) “la distribución de frecuencias es el agrupamiento de datos en categorías que muestran el número de observaciones de cada categoría” (pág. 297).

En tal sentido, para el desarrollo del presente proyecto se han agrupado los datos obtenidos por medio de las herramientas de recolección de información (entrevistas, encuestas, observación) con el fin de apreciar y medir los datos de cada resultado por medio de distribución de frecuencias y representaciones gráficas. Además, los datos recabados del análisis de la experiencia del Centro de Turismo Comunitario de “Quilla Pacari” fueron categorizados y agrupados de acuerdo a sus componentes en los gráficos correspondientes con el fin de tener una visión más amplia de lo que está ocurriendo en el CTC.

Por otra parte, para Viciado (1996, como se citó en Carmona, 2020) “una idea se puede defender mediante una argumentación lógica, pero en ese caso no se estará haciendo uso de la investigación sino del razonamiento como vía para generar conocimiento” (pág.8). Es así que, en el presente proyecto se fundamenta la idea a defender en torno a la generación de argumentos lógicos de estudios de caso presentados por diferentes autores frente a la problemática en relación a la situación actual por la que atraviesa el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” para posteriormente generar estrategias programas y proyectos para el desarrollo local de la comunidad.

Análisis de resultados

El análisis de resultados según Bernal (2016) debe indicar “si el estudio respondió o no a las hipótesis o preguntas planteadas para desarrollar los objetivos del estudio” (pág. 315), además es importante la generación de un informe en donde se detalle toda la información obtenida, así también para Eslava (2011) es en este punto de la investigación es donde se interpretan los resultados y se dan respuestas.

En esta línea de ideas, para el desarrollo del informe y con el fin de dar respuestas al análisis correspondiente, se trabajó en función de la metodología de las experiencias de turismo comunitario planteada por Maldonado (2005), la cual se detalla a continuación, quien indica que este documento está elaborado de acuerdo con la información recolectada anteriormente en el contexto de la situación actual del Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”.

Análisis de experiencia de Turismo Comunitario

Descripción de la experiencia:

La descripción de la experiencia corresponde al análisis del entorno natural, los orígenes y determinación interna, así como de las relaciones interinstitucionales, comprender esta dinámica es vital; para ello, fue necesario recopilar información relevante acerca de las experiencias del turismo comunitario “Quilla Pacari”, debido a que es el punto de referencia que se precisa para el análisis de la situación actual del presente proyecto. Es así que para el desarrollo de este punto se debe considerar lo siguiente:

Información general: En este punto se desarrolló el levantamiento de información con la guía metodológica de Maldonado (2005) correspondiente a la ubicación geográfica y ecosistémica, transporte disponible, análisis de los principales atractivos y recursos turísticos, además se realizó una breve reseña histórica, y se identificó las formas de operación turística del Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”

Definición y composición del producto turístico: En esta parte se precisó identificar la composición del producto turístico, para lo cual fue necesario señalar el conjunto de actividades y servicios ofertados dentro de la comunidad, así como el grado de competitividad e innovación que posee; también se tomó en cuenta la cantidad y calidad de servicios de comunicación, y para finalizar basándose en la información obtenida se señaló que el destino está en vías de consolidación, todo este trabajo se realizó con la guía metodológica de Maldonado, (2005).

Segmento de mercado atendido: Apoyándose en la teoría de Maldonado, (2005) se delimitó el mercado objetivo, identificando el tipo de turista que visita la comunidad, así también se realizó un análisis de la capacidad receptora que tiene la comunidad para salvaguardar los recursos naturales y culturales, finalmente se hizo un estudio del mercado potencial para generar un crecimiento de la demanda y así el destino se posicione en el mercado turístico.

Mercadeo y comercialización: Dentro de este tema fue necesario responder a ciertas preguntas puntuales, las cuales buscan conocer la calidad, fuerza y medios con los que se promociona el lugar, además que se trabajó incansablemente en saber si la comunidad participa de actividades turísticas que oferten el destino tales como ferias y congresos.

Análisis de la experiencia

Para realizar el análisis de la experiencia del presente proyecto se basó en Maldonado (2005) quien plantea usar tres instrumentos del proceso de planeación estratégica los cuales son; el diagnóstico estratégico que tiene el objetivo de responder a la interrogante ¿Cuál es la situación actual de la experiencia de la comunidad estudiada?, el direccionamiento estratégico el cual se centra en entender cuál es la meta exacta de la comunidad y finalmente la proyección estratégica que se enfoca en responder a la pregunta ¿Cómo lograr con el cumplimiento de los objetivos y metas? a continuación se analizan las distintas aristas de este elemento:

Diagnóstico estratégico: De acuerdo con Maldonado (2005) el diagnóstico estratégico “tiene por objetivo responder al interrogante ¿Dónde se encuentra actualmente la experiencia comunitaria observada?” (pág. 11).

Para el análisis del presente trabajo se tomó en cuenta a las cuatro dimensiones analíticas mencionadas en Maldonado, (2005), con el fin de poder ver el alcance de éxito o fracaso y la perennidad en el tiempo a saber: económica, social, cultural y ambiental.

Al mismo tiempo es importante recalcar que las dimensiones mencionadas anteriormente están correlacionadas con el ámbito de la sostenibilidad, además que, para el diagnóstico estratégico se aplicó el método FODA tomando en cuenta a cada una de las dimensiones de la sostenibilidad mencionadas anteriormente, lo que permitió identificar la dinámica interna mediante las fortalezas y debilidades además de identificar factores externos mediante las oportunidades y amenazas (Ponce, 2007).

Direccionamiento estratégico: Una vez atravesada la etapa del diagnóstico estratégico de acuerdo con Maldonado (2005) y teniendo clara la situación en la que se encuentra la comunidad fue momento de fijar objetivos medibles en el tiempo los cuales según este autor fueron “realistas, consientes y motivadores, para que los miembros de la comunidad los puedan alcanzar y ser competitivos frente a otros mercados dentro del ámbito económico, social, cultural y ambiental con el fin de “consolidar y potenciar sus fortalezas, prever y superar sus debilidades, tomar ventaja de las oportunidades y hacer frente a las amenazas o prevenirlas.” (pág. 17)

Proyección estratégica: Para la proyección estratégica según Maldonado (2005) es en donde se da respuesta a la pregunta: “¿Cómo lograr que la comunidad cumpla con los objetivos y metas planteadas?” (pág.18) para esto fue necesario identificar los resultados esperados de acuerdo con las metas planteadas además para monitorear el progreso del cumplimiento de los objetivos se hizo uso de indicadores cuantificados.

Finalmente se fijaron planes de acción concretos, los cuales fueron claros, reales y entendibles para que la comunidad pueda cumplirlos sin ningún problema y por ende alcanzar las metas planteadas para agregar valor al centro de turismo comunitario “Quilla Pacari” y generar un adelanto en la actividad turística.

Capítulo III

Descripción de la experiencia de turismo comunitario

Introducción

La descripción de la experiencia fue realizada mediante la consecuencia de los pasos que dicta la metodología de Maldonado (2005), la cual se proporcionó para “evaluar experiencias de turismo llevadas a cabo por comunidades indígenas, un instrumento metodológico comprensivo y adecuado a estos fines” (pág. 7).

Además, la metodología tiene como fin facilitar “un análisis comparativo de las iniciativas emprendidas en diferentes lugares” para poder plasmar en el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”, el cual es objeto de estudio del presente proyecto. (Maldonado, 2005, pág. 8)

Para el desarrollo del presente proyecto además de la investigación documentada, se ha basó en la ficha técnica de observación creada de acuerdo a la metodología con la finalidad de recolectar toda la información necesaria, la cual fue útil al momento de la visita al Centro de Turismo Comunitario de “Quilla Pacari”

Por otro lado, es oportuno mencionar que la metodología se divide en dos fases, la primera se adentra en la descripción de la experiencia y la segunda fase trata netamente acerca del análisis de la descripción de la experiencia siendo así que conjuntamente actúan en la investigación sobre la base del objeto de estudio para facilitar el Análís de la situación actual del Turismo Comunitario en el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”

En tal sentido, en este capítulo se da un enfoque específico a la descripción de la experiencia, la cual se realizó mediante la investigación documentada de la información general del objeto de estudio, que engloba temas geográficos y climatológicos; las formas de accesos, sus principales atractivos y cómo y por qué surgió la idea de implementar un Centro de Turismo Comunitario en San Francisco de Cunuhuachay.

Así también, se dio análisis a la definición y composición del producto turístico identificando las actividades ofrecidas por el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” siendo estas culturales o naturales, además se recopiló toda la información posible acerca de los servicios ofertados tales como alojamiento, alimentación, actividades turísticas, entre otras.

También se investigó si la comunidad tiene servicios de telecomunicación (internet, radio, teléfono) los cuales sirven para el adelanto del posicionamiento en el mercado, Así también, se hizo énfasis en buscar si existen conexiones que involucran a Quilla Pacari con los demás Centros de Turismo Comunitario dentro de la parroquia de Calpi.

Por otro lado, también se recabó información con respecto al segmento de mercado atendido, en donde se identificó la capacidad máxima que tiene el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” para recibir a los turistas de manera cómoda y adecuada, así también se investigó el perfil que tiene cada uno de los turistas que visitan el lugar y cuál es su motivación principal.

Para finalizar, también se realizó una investigación que permitió observar de cerca y generar datos e información en el aspecto del mercadeo y la manera de comercialización que

tiene “Quilla Pacari”, para lo cual fue necesario la aplicación de la ficha técnica de observación, en este sentido a continuación se detalla a exactitud cada una de las áreas investigadas.

Descripción de la experiencia

Información general

Maldonado (2005) plantea que dentro de la información general es necesario hacer una investigación minuciosa la cual proporcione todo lo relacionado con la ubicación geográfica, clima, altitud, formas de acceso, historia, constitución y estatus legal del Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”, para lo cual se basó en documentos anteriores, además se hizo uso de la ficha técnica de observación para recabar toda la información.

El centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” es una organización netamente de mujeres, el cual pertenece a la comunidad de San Francisco de Cunuhuachay, parroquia de Calpi, específicamente al lado oeste del cantón de Riobamba, se encuentra a unos 16 km de la provincia del Chimborazo la cual está ubicada en la zona 3 del Ecuador, por otro lado, su clima oscila entre los 10 y 15°C y está a una altitud de 3256 msnm.

Figura 10

Ubicación geográfica de la Comunidad San Francisco de Cunuhuachay.



Nota. La figura muestra la ubicación geográfica de la Comunidad San Francisco de Cunuhuachay (Anónimo, s.f. Recuperado de: http://ahuana.com/espanol/tourismo/como_venir.htm)

La comunidad cuenta con vías de acceso de primer y segundo orden, además que existen diferentes medios de transporte para llegar al Centro de Turismo tales como taxis o camionetas alquiladas o particulares, las cuales tienen un valor entre 2 a 5 dólares americanos y está a una distancia de 10 min desde la entrada de la parroquia de Calpi, sin embargo, es necesario mencionar que no existe transporte público para llegar a Quilla Pacari.

En esta misma línea de ideas, la mayor parte de las personas que llegan a Quilla Pacari utilizan transporte propio, Por otro lado, la distancia desde Quito, ciudad capital del Ecuador hasta la parroquia de San Francisco de Cunuhuachay existe una distancia de 204 km y se llega en un tiempo aproximado de 3 h 25 min dependiendo del tráfico y la hora de viaje.

El Centro de Turismo Comunitario comparte el mismo ingreso que la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, la cual está dentro del Sistema Nacional de Áreas Protegidas, esta reserva está ubicada en tres provincias del Ecuador (Chimborazo, Tungurahua y Bolívar), su extensión es de 58.560 hectáreas (Baldeón, 2018)

La mayor parte del ecosistema de la Reserva de Producción de Fauna se conforma por especies herbáceas y se rodea de arbustos pequeños, así también toda la provincia está bastante ligada al páramo, ya que cubre un total de 406.187 hectáreas, lo que cubre el 62.7% del territorio; en tal sentido, queda claro que Quilla Pacari en su mayoría tiene páramo con pajonal (Bustamante, Albán, & Arguello, 2011).

Por otro lado la iniciativa de la actividad turística comunitaria se plasmó gracias a la generosa ayuda del párroco Perri, quien se planteó como objetivo promover el crecimiento económico generando nuevas formas de trabajo, así mismo, para el año 1990 se crea la asociación Quilla Pacari la cual se sostiene hasta la fecha con la elaboración de artesanías, producción de fideos y mermeladas, productos elaborados con las manos de las mujeres que conforman el Centro de Turismo Comunitario, en la actualidad este CTC está conformado por 60 mujeres.

El Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” cuenta con gran potencial debido a que se encuentra en una ubicación privilegiada, además uno de sus principales atractivos es sin duda las vistas espectaculares que se tiene del volcán Chimborazo considerado el más grande del Ecuador, el cual tiene una elevación de 6.263 msnm. Además, el Centro de Turismo Comunitario cuenta con iniciativas tales como ofrecer mermeladas artesanales, noches culturales y más.

Por otro lado, es importante mencionar que el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” está a cargo netamente de mujeres quienes son miembros activos de la comunidad, además se encuentra legalmente constituido y puede funcionar de manera indefinida tal como se explica en el siguiente recuadro:

Tabla 4

Constitución, Domicilio y Fines del CTC “Quilla Pacari”

Constitución	Domicilio	Fines
Art.- 01 Constituyese la Asociación “Quilla Pacari”, al amparo de la ley y con una duración indefinida, y se regirá por el presente estatuto, reglamento y demás leyes del país.	Art.- 03 El domicilio de la Asociación “Quilla Pacari”, se encuentra ubicado en la Comuna San Francisco de Cunuhuachay, parroquia Calpi, cantón Riobamba, provincia de Chimborazo.	Art.- 05 Impulsar la defensa de los derechos, teniéndose como propósito la igualdad, la solidaridad y la búsqueda de equidad en las relaciones con los demás; a fin de alcanzar el desarrollo socioeconómico y cultural para el buen vivir de los socios
Art.- 02 La Asociación “Quilla Pacari”, es una corporación de derecho privado de las reguladas por las disposiciones del Código Civil.	Art.- 04 La duración de la Asociación es indefinida y su número de socios ilimitado; podrá disolverse por disposición de la Ley y de conformidad con lo que dispone el presente Estatuto.	Art.- 6 La Asociación “Quilla Pacari”, no intervendrá en asuntos de carácter político ni religioso.

Nota. La tabla muestra el Estatuto Reformado de la Asociación “Quilla Pacari” (Orozco & Tierra, 2011).

Definición y composición del producto turístico

La definición y composición del producto turístico según Maldonado (2005) engloba todo lo relacionado con las actividades que realiza el turista en la comunidad (convivencia con las culturas presentes, contacto con la naturaleza), así también, es recabar información acerca de los servicios ofertados en el lugar, servicios conexos tales como telefonía, internet, radio, entre otros, y por último investigar su conexión con otras comunidades, trabajo que dependió en gran parte de buscar información documentada, además de hacer uso de la ficha técnica de observación con el objetivo de recolectar información.

El Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” tiene como objetivo principal dar a conocer a su comunidad y los atractivos que esta posee mediante la actividad turística comunitaria, así también, es generador de fuentes de trabajo que impulsa económicamente a la comunidad en general.

Además, “Quilla Pacari” se enfoca en brindar la oportunidad de tener un contacto directo con la naturaleza al ofrecer un turismo de aventura con caminatas que duran aproximadamente entre 3 a 6 horas dependiendo el nivel de dificultad que elija el turista, sin embargo, de cualquier modo, en la zona montañosa de los alrededores de la parroquia de Calpi se puede apreciar las vistas inigualables, donde es posible observar a los volcanes Tungurahua y Chimborazo y a los nevados “Los Altares”.

Es necesario señalar que la comunidad de San Francisco de Cunuhuachay participa de los carnavales en el mes de febrero, que son considerados una fiesta especial, en donde todas las personas de la comunidad son parte, es común que se hagan comparsas con danzantes vestidos de muchos colores animando con coplas música y algarabía.

En esta misma línea de ideas, es importante recalcar la oportunidad que tienen los turistas al ser parte de la cosmovisión del lugar en cualquier época del año al intervenir de noches culturales, en donde se genera un compartir de danza y música folclórico donde hay bailes, coplas y música; además los servicios complementarios a las actividades turísticas que ofrece Quilla Pacari al visitante son variados y se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 5

Servicios turísticos del CTC “Quilla Pacari”

Servicios	Especificaciones	Valor
Alimentación	Quilla Pacari ofrece en sus restaurantes comida típica del lugar, tal como la famosa mescla de granos (habas, mellocos, maíz) con el cuy de carne principal. También ofrecen caldos de gallina criolla con chicha, la cual es la especialidad de la casa	Almuerzo: \$6 USD Merienda: \$52USD Cerveza 75cl: \$1USD
Alojamiento	Quilla Pacari posee una infraestructura muy bien distribuida. Existe una casa y dos cabañas completamente adecuadas	Por noche (incluye desayuno, almuerzo y merienda): \$21 USD Por noche (solo el desayuno): \$13 USD

Servicios	Especificaciones	Valor
Venta de artesanías	Dentro de los productos que oferta la comunidad están: llaveros, aretes y gorras; todos estos productos son elaborados totalmente de manera artesanal y puestos a la venta en los almacenes artesanales del Centro Comunitario "Quilla Pacari".	Los precios fluctúan entre: \$ 2 a 15 USD
Actividades	Turismo de aventura	Caminatas en las faldas del volcán Chimborazo Senderismo en la zona montañosa de la comunidad San Francisco de Cunuhuachay
	Turismo Cultural – vivencial	Noches culturales Fiestas folclóricas en carnaval Convivencia con la comunidad y sus costumbres
Comunicación	La comunidad brinda la facilidad de hacer uso del internet y el servicio telefónico.	Valor por 1 hora de internet: \$ 1 USD Valor por llamadas telefónica: Dentro de la provincia: \$0.17ctv/ por cada minuto. Nacional: \$\$0.26 ctv/ por cada minuto. Celular: \$0,43ctv/ por cada minuto.

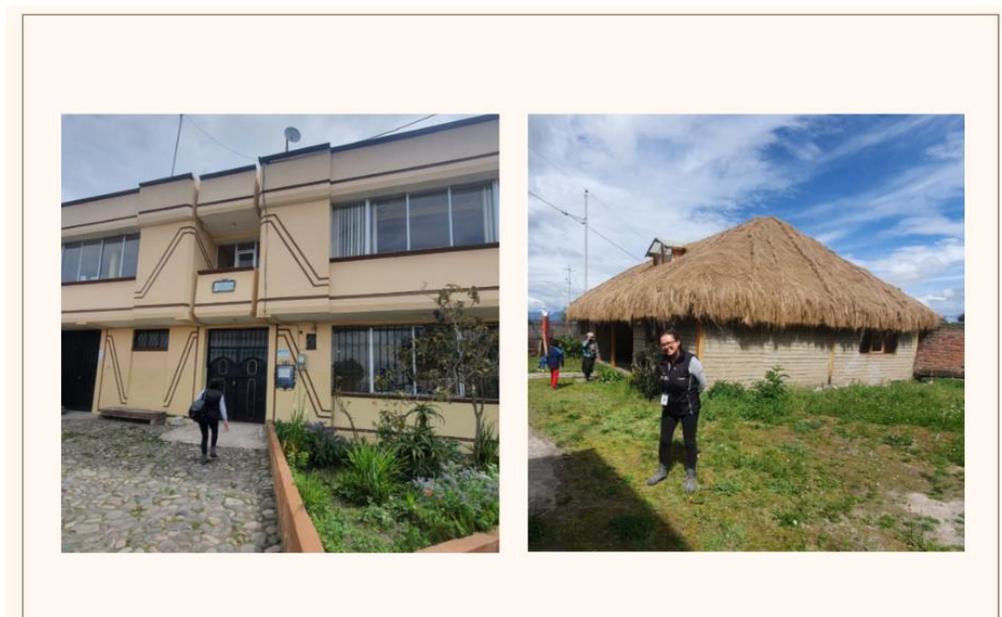
Servicios	Especificaciones	Valor
		No se pueden hacer llamadas internacionales.

Nota. La tabla muestra los diversos servicios turísticos que ofrece la comunidad para que el turista se sienta en casa, cómodo y bienvenido (GAD Parroquial Calpi , 2015).

Es importante recalcar que el centro de turismo también cuenta con una infraestructura básica; una casa de loza que tiene dos pisos y dos cosas construidas totalmente de adobe (Ver figura 11) adecuadas para ofrecer el servicio de alojamiento a los turistas, es importante mencionar que el nombre “Quilla Pacari” viene del quechua cuya traducción es “luna del amanecer” estas construcciones se dieron gracias a las gestiones de la fundación Ahuana conjuntamente con Pierre, quien fue el párroco de la parroquia de Calpi.

Figura 11

Casa y chozas del CTC “Quilla Pacari”



Nota. El Centro de Turismo Comunitario cuenta con dos chozas y una casa las cuales están disponibles para ofrecer el servicio de alojamiento.

Dentro de esta misma línea de ideas, es oportuno mencionar que para el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” su mayor fuente de ingresos de recursos económicos son generados por la oferta de alojamiento, la música y la danza, sin embargo, debido al desconocimiento de la actividad turística por gran parte de la población no existe un desarrollo positivo del turismo comunitario.

Además, los beneficios económicos generados de la actividad turística son repartidos de manera equitativa con todas las mujeres miembro de la asociación del Centro de

Turismo Comunitario “Quilla Pacari”, así también cierta cantidad de recursos se destinan para el cuidado y mantenimiento del CTC.

Por otro lado, el dentro del Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” existen cuatro computadoras de escritorio (ver figura 12) que tienen acceso a internet, esto brinda la oportunidad al turista de mantenerse en contacto con su lugar de origen. Además, este Centro comunitario tiene en su infraestructura el servicio de lavandería y cocina, lo cual permite que cada turista pueda hacer uso de estas instalaciones sin ningún problema y pueda solucionar sus necesidades sin depender de alguien más.

Figura 12

Computadoras del CTC” Quilla Pacari”



Nota. Las computadoras se encuentran en una de las salas de la casa “Quilla Pacari”, son para uso de los turistas.

El Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” se encuentra cercano a otros Centros de esta misma índole tales como la Comunidad “La Moya” que está a 1 hora 18 min en carro (57,8km), y; la Comunidad “Palacio Real” que se encuentra a 4 min en carro (2,0km), cercanía que genera un potencial para ofrecer recorridos amplios, en donde se visite cada uno de los lugares ya mencionados y genere un producto turístico más elaborado y llamativo

Por último, es necesario recalcar que el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” es productor de mermeladas artesanales, las cuales se posicionan en el mercado como un producto único de la comunidad que aparte de generar autenticidad apoya al desarrollo económico de la asociación.

Con respecto a la infraestructura básica (Ver tabla 6) del Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” mediante la ficha de observación aplicada en las visitas al lugar se llegó a la conclusión que aún hay aspectos por mejorar, los mismos que potenciarían al lugar en el caso de darle su respectiva atención.

Tabla 6*Infraestructura básica del CTC “Quilla Pacari”*

Infraestructura básica	
Conectividad	En el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” no existe una conectividad eficiente debido a que no cuenta con la facilidad del servicio de bus público, las camionetas de alquiler son escasas y las rutas no todas son de primer orden.
Señalética dentro del Centro de Turismo Comunitario	Dentro del Centro de Turismo existe señalética básica, no es suficiente para que un turista se guíe y encuentre el lugar con facilidad.
Servicios básicos	El Centro de Turismo Comunitario cuenta con los servicios básicos necesarios tales como agua, luz, teléfono e internet, sin embargo, es necesario realizar servicios de mantenimiento en las tuberías de agua de la propiedad.
Recolección de basura	El servicio de recolección de basura está dirigido específicamente para las casas que se encuentran en la vía principal. El Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” cuenta con este servicio por su ubicación privilegiada en la comunidad de San Francisco de Cunuhuachay, sin embargo, hay sectores en donde los habitantes no tienen acceso a esta asistencia básica.
Servicios complementarios	La comunidad cuenta con el seguro social del IESS para su atención médica, no tiene centros de salud ni hospitales, además que para comprar medicina los habitantes salen a la parroquia o a Riobamba.

Infraestructura básica

UPC en la Comunidad No existen UPC en la comunidad de San Francisco de Cunuhuachay.

Nota. La información de la tabla fue generada después de ser aplicada la ficha técnica de observación en el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”

Es oportuno mencionar que el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” a pesar de tener una infraestructura equipada y atractivos naturales todavía es un producto incipiente, debido a que no existe una preocupación por parte de los entes reguladores de la actividad o las instituciones gubernamentales las que deberían realizar una planificación estratégica para ofertar la actividad turística de una mejor manera.

Por otra parte, la pandemia Covid-19 ha sido devastadora para el Centro de Turismo Comunitario; la falta de innovación del “Quilla Pacari” es un elemento para impedir que tenga un despunte en el desarrollo económico y de las actividades turísticas ofertadas, además el desconocimiento por parte de las personas a cargo de la administración del lugar es un factor incidente en la mala gestión, por tal razón es importante que se brinden capacitaciones con el objetivo de alcanzar a una demanda mayor y posicionarse en el mercado turístico de manera competitiva y de manera más profesional.

Segmento de mercado atendido

Para Maldonado (2005) el segmento de mercado atendido no es más que la definición del “segmento al que está dirigido el producto turístico” (pág. 10), además se centra en definir cuál es la capacidad que tiene el lugar para recibir a los turistas y por último se realiza una estimación de mercado potencial, trabajo que se basó en información documentada con anterioridad conjuntamente con la ficha de observación llenada en la visita al Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”.

Según Orozco & Tierra (2011) “la actividad que más ingresos genera es la turística, ya que por la influencia del padre Pierri, la mayoría de los visitantes son franceses lugar de origen del sacerdote” (pág. 18), así mismo, la Fundación Ahuana se encarga de hacer contactos con franceses para promover el turismo, se debe “anotar que también en menor medida visitan la comunidad turistas nacionales” (GAD Parroquial Calpi , 2015, pág. 107)

En concordancia con lo mencionado y de acuerdo con la presidenta del Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”, la Sra. María Magdalena Jaya menciona que los turistas procedentes de Francia son los más interesados en el lugar, quienes disfrutan mucho de las caminatas por senderos que llevan a ojos de agua.

Por otra parte, el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” está en una zona muy privilegiada, ya que cuenta con espectaculares vistas del volcán más grande del Ecuador, el imponente Chimborazo con sus 6263 msnm es uno de los recursos que más atrae a los turistas que son apasionados por la aventura, quienes disfrutan de las caminatas alrededor de las faldas de este volcán.

Además, el lugar tiene un potencial inminente al poseer una infraestructura muy bien equipada, que ofrece el servicio de alojamiento, con sus habitaciones distribuidas en dos chozas y una casa de loza con una capacidad para 41 personas, como se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 7

Distribución de las habitaciones en la casa y en las dos chozas de CTC “Quilla Pacari”

	Casa	Chozas
N.º	1	2
Habitaciones	6	10
N.º de camas	15 (7 son literas)	19
Personas por habitación	2-8-6	2 y una habitación de 1 persona
Total, personas	22	19
CAPACIDAD		41 PERSONAS POR NOCHE

Nota. La tabla muestra la capacidad de turistas que el CTC “Quilla Pacari” puede recibir y atender a gusto por noche, que son 41 personas en total.

Por otro lado, para Escribano, Alcaraz, & Fuentes (2014) el mercado potencial hace referencia a la suma máxima de clientes que se pueden atender únicamente con los recursos con los que cuenta la empresa.

El Centro de Turismo Comunitario posee los recursos turísticos necesarios para convertirse en un destino cotizado, tener más visitas y por ende generar fuentes de empleo para los habitantes; por tal razón se detalla el ingreso de turistas tanto al país como a la

Reserva de producción de Fauna Chimborazo (ver tabla 7), cifras que podrían ser un indicador del mercado potencial para la comunidad de San Francisco de Cunuhuachay

Tabla 8

Entradas de turistas a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo.

Entradas internacionales al país	
Total, visitantes	96.434
Grupo etario mayoritario	Entre los 30 – 39 años
Sexo	Masculino
Entradas internacionales a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo	
Total, visitas internacionales	6.181
Total, visitas nacionales	22.360
Total, visitas nacionales e internacionales	57.082

Nota. La tabla muestra que para el mes de abril del año 2022 el Ecuador presentó un total de entradas internacionales de 96.434 personas, de las cuales 6181 turistas visitaron la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo. (MINTUR, 2022).

Evidentemente el mercado potencial para el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” es alto, en tal sentido, es indispensable apuntar a este mercado mediante campañas de promoción estratégicas que generen curiosidad al turista e inviten a visitar el lugar, el cual posee actividades turísticas y vivenciales que pueden llamar la atención de turistas con distintos gustos entre sí.

Finalmente, es oportuno mencionar algunas acciones pertinentes para ampliar el mercado turístico potencial, las cuales giran en torno a la promoción del Centro de Turismo Comunitario mediante la creación de páginas oficiales en redes sociales tales como Facebook e Instagram; además se denota la necesidad de agregar la ubicación de “Quilla Pacari” dentro de los servicios de geolocalización en servicios como: Google Maps, con la finalidad que los turistas puedan ubicarse y acceder al sitio con facilidad.

Mercadeo y comercialización

Según Maldonado (2005), el mercadeo y la comercialización gira entorno a dar a conocer un sitio mediante distintas formas, tales como: “independiente y directa con los turistas, a través de operadoras o intermediarios nacionales y extranjeros, y en qué condiciones y con qué tipo de acuerdos comerciales” (pág. 10)

Por otro lado, para American Marketing Association (AMA, 2022) comercializar no es nada más que encargarse de mostrar los servicios o bienes mediante el marketing para llegar a los consumidores potenciales y generar ventas, por tal razón se dio análisis a las formas en las que el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” da a conocer sus servicios con el objetivo de incrementar el desarrollo económico mediante la actividad turística.

En la Provincia de Chimborazo es importante el desarrollo de la actividad turística, por lo cual en el 2002 se unieron varias comunidades con el objetivo de fortalecer y posicionar el turismo comunitario como una fuente de desarrollo económico, de modo que vio la luz la CORDTUCH (Corporación para el desarrollo del turismo comunitario de Chimborazo).

En esta misma línea de ideas, es necesario mencionar que la CORDTUCH se conformó “mediante el decreto N.º 235 del CONSEJO DE Desarrollo de la Nacionalidades y Pueblos del Ecuador (CODENPE)” (Tayupanta et al., 2021, pág. 86), corporación que se encarga desde entonces con la ayuda a los centros de turismo comunitario hasta la actualidad.

En este sentido y de acuerdo a la señora María Magdalena Jaya quien es la presidenta del Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” mencionó que la CORDTUCH es un medio para atraer turistas al lugar, el cual se encarga de enviar pequeños grupos interesados en realizar actividades relacionadas con la comunidad, sus cultura y tradiciones.

Por otro lado, la influencia que ha tenido la fundación Ahuana dentro de toda la parroquia de Calpi y por ende en el Centro de Turismo Comunitario a sido fundamental, en este orden de ideas es necesario mencionar que Ahuana fue creada por la iniciativa del párroco Pierri quien ha incentivado a la comunidad con ideas tales como la creación de “Quilla Pacari” para el desarrollo local.

Cabe destacar que la Fundación Ahuana es un organismo sin fines de lucro, fue creado en el año 1999, y en su gran mayoría está conformado por franceses, quienes se encargan de enviar donaciones para el avance de los proyectos comunitarios, por su parte el párroco mantiene informados a los integrantes de la fundación con rendiciones de cuentas cada tres o cuatro meses (Yungán, 2012), se puede señalar que la gran mayoría de estas personas caritativas se encuentran en varias ciudades de Francia.

Hay que hacer notar, que la Fundación Ahuana según Yungán (2012, pág. 7) persigue “establecer compromisos duraderos con un enfoque de abajo hacia arriba, buscando consolidar

los procesos comunitarios con las organizaciones de segundo grado para el desarrollo” de todas las comunidades que forman parte de la parroquia de Calpi, mediante contribuciones internacionales.

Cabe mencionar, que se ha verificado con la señora María Magdalena Jaya presidenta del centro de turismo comunitario “Quilla Pacari” que efectivamente es el párroco Pierrick Van Dorpe mediante la fundación Ahuana quien se encarga de enviar turistas al lugar, que además en su gran mayoría son franceses.

Por otra parte, considerando que el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” es un producto incipiente debido a la falta de capacitación de sus dirigentes y promoción de la oferta es necesario generar planes estratégicos de acción para su desarrollo, sin embargo, en la visita al lugar y por medio de las entrevistas se ha podido identificar que en la actualidad no existe ningún plan a seguir.

Capítulo IV

Análisis de la experiencia de turismo comunitario

Introducción

El análisis de la experiencia del Turismo Comunitario “Quilla Pacari” se desarrolló en base a lo planteado por Maldonado (2005) en donde “se tendrá como marco de referencia algunos de los conceptos y etapas del proceso de Planeación estratégica” (pág. 11), es así que para el presente trabajo se hizo uso de tres instrumentos, como son:

- **Diagnóstico estratégico:** Para desarrollar el diagnóstico estratégico es necesario tomar en cuenta a la interrogante ¿Cuál es el estado actual del Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”? Es así que, para dar respuesta a esta pregunta, se tomó en cuenta las dimensiones genéricas de la sostenibilidad (económica, social y turística), además se realizó un análisis FODA para posteriormente plantear estrategias para dinamizar el desarrollo de la actividad turística.
- **Direccionamiento estratégico:** Esta fase se encarga en buscar respuesta a la pregunta “¿A dónde quiere llegar la comunidad en un horizonte de tiempo definido?” (Maldonado, 2005, pág. 11). Es precisamente en este punto en donde se plantean las estrategias conforme a las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de “Quilla Pacari” encontradas en la etapa del diagnóstico estratégico, es decir que para este punto la Comunidad debe tener una amalgama de acciones que direccionen a la organización a un desarrollo en torno a los ejes de la sostenibilidad.

- **Proyección estratégica:** De acuerdo a Maldonado (2005) la meta de esta etapa es dar respuesta a la interrogante ¿Cómo logrará el Centro de Turismo Comunitario los objetivos y metas planteadas? Para lo cual es importante definir todos los resultados esperados sin dejar de lado los indicadores que permitirán cuantificar de manera periódica el avance de la organización.

Diagnóstico estratégico

Según Maldonado (2005) el diagnóstico estratégico hace referencia al análisis de la situación actual del Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” partiendo desde la descripción de la experiencia hecha con anterioridad; en donde finalmente se hace un análisis FODA identificando tanto las fortalezas y debilidades como las oportunidades y amenazas que tiene la comunidad en su ámbito interno y externo respectivamente.

Para el direccionamiento del diagnóstico estratégico fue necesario tomar en cuenta ciertas dimensiones de análisis, que en el caso de este proyecto son: económica, social y turística siendo la última un conjunto de la dimensión cultural y ambiental mencionadas en la metodología.

Tomando en cuenta que las dimensiones para realizar dicho análisis tienen una relación estrecha con la sostenibilidad de la experiencia de turismo en la comunidad pueden ser usados a futuro como instrumentos de monitoreo en el desarrollo de las actividades turísticas; a la vez que también de manera alterna se pueden observar sus efectos.

En esta misma línea de ideas es importante recalcar que el doble beneficio del uso de estas dimensiones es de gran utilidad en el desarrollo del presente proyecto los cuales son: el

diagnóstico estratégico o; la evaluación estratégica de “Quilla Pacari” a la vez que esto se integra a la perfección con el direccionamiento que se le da a la comunidad; a continuación, se analizan las distintas dimensiones planteadas en el diagnóstico estratégico:

Dimensión económica

El análisis de la dimensión económica fue imprescindible ya que éste permite “evaluar y entender la incidencia de los cambios inducidos por el turismo en las actividades productivas regulares que desempeña la comunidad, ya sean tradicionales y de subsistencia o mercantiles con venta de excedentes” (Maldonado, 2005, pág. 12)

Además, el objetivo de esta parte es observar cómo el turismo ha sido inmiscuido en el desarrollo económico de la comunidad y si este ha generado beneficios o por el contrario a afectado y creado dependencia por parte de quienes realizan la actividad turística y, por último, es preciso identificar si la actividad turística comunitaria que se da en “Quilla Pacari” es o no rentable.

En este sentido es necesario comprender que la economía según Méndez (2009, pág. 11) es “la ciencia que se encarga del estudio de la satisfacción de las necesidades humanas mediante bienes que siendo escasos tienen usos alternativos entre los cuales hay que optar”, dicho de otra manera, la economía administra la elaboración, comercialización, circulación y consumo de bienes o servicios que generen un tráfico monetario.

Partiendo desde la definición, se puede mencionar que la economía en el Ecuador durante y después de la Pandemia Covid-19 no tiene precedentes; por su parte el sector turístico fue uno de los más golpeados por los cierres fronterizos en la época del confinamiento

y por los protocolos de aforo en los establecimientos de la planta turística en la época del distanciamiento.

El costo monetario que representa la pandemia en el turismo y su efecto dominó en otros sectores de la economía puede superar los \$4 billones según el informe emitido por United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD, 2021), tal es así que tras la crisis pandémica por Covid-19 sitúa al Ecuador en una posición macroeconómica devastadora.

Además, según Ávila (2021, como se citó en Baque, Gutiérrez, & Loor, 2022) “las pérdidas por la pandemia de Covid-19 en Ecuador han significado la destrucción de 532.359 empleos y una caída de sus ingresos de USD 16.382 millones entre marzo y diciembre de 2020”

Por otro lado, el panorama de la crisis Pandémica en la provincia del Chimborazo específicamente en la Reserva de Producción de Fauna es gris debido a que las ventas de bienes y servicios han descendido drásticamente por la ausencia de visitantes, y a pesar de la famosa reactivación el impacto negativo en la economía se ve reflejado en la capacidad de gasto de la demanda (Vallejo & Álvarez, 2022).

Bajo este contexto el análisis de la actividad turística en el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” en el ámbito económico es de vital importancia, con el objetivo de identificar la situación económica a la fecha.

Gracias al Centro De Turismo Comunitario “Quilla Pacari” las mujeres de la comunidad de San Francisco de Cunuhuachay pueden generar ingresos de esta fuente de empleo alterna debido a las distintas actividades ofertadas como se detallan a continuación:

Tabla 9

Actividades económicas ofertadas por “Quilla Pacari”

N.º	Actividad	Detalle
1	Alimentación	El Centro de Turismo Comunitario ofrece diversos platos típicos para los turistas, en donde su carne principal es la carne de cuy o de borrego y son acompañadas con los granos cosechados por las manos de las mismas mujeres que conforman “Quilla Pacari” (chochos, mellocos, maíz, habas)
2	Alojamiento	El alojamiento está muy bien equipado y dispone de diferentes plantas para el gusto variado de los turistas, el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” consta de una casa para quienes buscan confort al momento de alojarse.
3	Danza y Música	Las noches culturales que se ofrecen en Quilla Pacari están llenas de música danza y alegaría, las cuales son generadoras de un compartir cultural al mismo tiempo que apoyan el arte local.

N.º	Actividad	Detalle
4	Pequeña industria casera	Las mujeres del Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” son productoras de mermeladas artesanales elaboradas con productos propios de la comunidad de San Francisco de Cunuhuachay, en este punto es importante mencionar que las mermeladas cuentan con su registro sanitario correspondiente.

Nota: Actividades, servicios y productos ofertados por las mujeres que conforman el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”

Así también, el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” cuenta a su favor con una fuente de ingresos estacional la cual es inducida por la actividad turística que recibe cada año en el mes de febrero en la fiesta de los carnavales donde es muy común las comparsas acompañadas de música, colores, y mucha felicidad.

De acuerdo a las encuestas aplicadas a las representantes del Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” se pudo observar que la asociación de mujeres cuenta con un gran potencial para un desarrollo económico, sin embargo, la recesión económica y la capacidad de gasto del turista disminuyó drásticamente debido a la pandemia mundial de Covid-19.

Es así, que el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” pasó de tener un promedio de 120 turistas mensuales a tener unas 30 visitas al mes, generando un panorama devastador

en el sector económico de las mujeres de la asociación, obligándolas a buscar otras fuentes de ingresos alternas al turismo y todas sus actividades anteriormente mencionadas.

Por último, es vital mencionar que la capacidad de endeudamiento del Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” es bajo, debido a su afluencia mínima de turistas lo cual genera una economía débil la cual no está al alcance de un endeudamiento.

Dimensión social

Para la dimensión social dentro de la metodología dada por Maldonado (2005, pág. 13) se plantea “apreciar, analizar y entender los cambios inducidos por las actividades turísticas” en el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”, además se investigó si la actividad generó una aculturación por parte de los habitantes de la comunidad de San Francisco de Cunuhuachay, o si existen distinciones de género o discriminación.

Es de especial importancia mencionar que la dimensión social hace referencia a todo el conjunto de maneras de interactuar con el medio que nos rodea, además por su parte Gámez explica que:

La dimensión social surge como una enfoque que centra su acción en la comprensión multidimensional de los factores sociales y la participación de los individuos que actúan en el proceso de transformación social de manera activa y autónoma con conciencia para mejorar su calidad de vida a través del trabajo mancomunado con apoyo de técnicas y metodologías para transformar la sociedad; desde esta perspectiva los ciudadanos representan el elemento clave en la búsqueda de soluciones para afrontar la inclusión social y fortalecer el desarrollo sustentable (Gámez, 2014, pág. 108).

En este sentido, el turismo es una de las actividades que más ingresos generan en el Ecuador debido a la diversificación de las actividades en diversos sectores de la economía ya que por un empleo generado por el turismo, se expanden las oportunidades y se generan entre 3 y 6 puestos indirectos a la actividad.

Según Santamaría & López (2019) el turismo genera un impacto dentro del PIB de un 2%, sin embargo, los beneficios van más allá de lo económico debido a que la actividad turística es generadora de diversos empleos y mejora la calidad de vida de quienes la practican como su medio de vida.

Así también, el turismo además de presentar impactos positivos también genera impactos negativos dentro de la sociedad tales como la desvalorización de la riqueza cultural ecuatoriana y por ende la pérdida de la identidad cultural.

Por otro lado, la Pandemia mundial de Covid-19 ha marcado un antes y un después dentro de la sociedad en general, en diferentes ámbitos, nuevas maneras de realizar las actividades académicas, laborales y de convivencia; lo cual ha generado un desequilibrio emocional que se ha quedado impregnada en la memoria colectiva.

Así también, es imprescindible analizar la capacidad de gasto que tiene en promedio un ciudadano en el Ecuador, partiendo desde el hecho de que para el 2022 el salario básico es de \$425.00 dólares americanos mensuales, con este dato es posible hacer una referencia de la baja calidad de vida y poco alcance a servicios de lujo que tiene el ecuatoriano como lo es el turismo.

Para hacerse una idea de la situación y la capacidad de gasto que posee la industria turística en la provincia de Chimborazo se puede hacer un breve análisis en la cantidad de ingresos nacionales e internacionales a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo durante los últimos seis años como se indica en la siguiente tabla:

Tabla 10

Afluencia de turistas en la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo

Entradas nacionales	
Año	Cantidad
2017	106.329
2018	98.048
2019	84.364
2020	53.222
2021	91.441
2022	22.360
2017	21.524
2018	25.711
2019	25.116
2020	7.388
2021	11.612
2022	6181

Nota. La tabla muestra que durante los últimos seis años las entradas a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo ha disminuido acentuándose en el año 2020 debido al confinamiento ocasionado por la Pandemia mundial Covid-19. Tomado de (MINTUR, 2022)

Por otro lado, centrándose en la Comunidad San Francisco de Cunuhuachay se ha encontrado que la gran mayoría de los habitantes se dedican a las actividades ganaderas y agrícolas, dejando un porcentaje bajo de personas, especialmente mujeres quienes se dedican a la actividad turística.

Además, es necesario mencionar que la actividad turística es de gran beneficio para la sociedad ya que genera empleo reduciendo la pobreza, y en el caso específico de “Quilla Pacari” el turismo hace que la inequidad de género sea menor ya que la mujer se empodera al generar y poseer trabajo digno.

En esta misma línea de ideas es imprescindible aclarar que en la actualidad el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” es una organización que cuenta con un total de 60 mujeres, quienes están apostando a la actividad turística, sin embargo, la baja afluencia que tienen las obliga a buscar otras fuentes de ingresos ajenas al turismo comunitario.

Sin embargo, el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” es generador de empleo ya que para generar la actividad turística es preciso contar con personal dentro del área de cocina, alojamiento y para el servicio de guía turístico; todos estos puestos los ocupan las mujeres miembros de la asociación, por esta razón es necesario prestarle la debida atención a la actividad turística para que sus miembros puedan seguir contando con estas fuentes de empleo dignificadoras.

Por otro lado, es importante recalcar que el turismo no ha sido motivo para la pérdida de identidad de las mujeres miembro del Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” y tampoco se observada existencia de discriminación o disparidad en la coexistencia y convivencia.

Además, que evidentemente se observa la apreciación por la cultura propia del lugar y el deseo insaciable de querer compartir y darse a conocer con los turistas que los visitan, colocándolas dentro de los itinerarios ofertados tales como las noches culturales y los saberes ancestrales.

Es imprescindible mencionar que para la comunidad en general no existen factores negativos ocasionados por las actividades generadas por parte del Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”, muy por el contrario, la gran mayoría de los habitantes están deseosos de poder ser parte de una u otra manera de las actividades turísticas ya que están conscientes del potencial y de los réditos que genera, sin embargo, no cuentan con un direccionamiento estratégico por lo que no se posicionan en el mercado.

Conforme a lo mencionado anteriormente, es preciso destacar que la migración dentro de la parroquia de Calpi en general es alta y no se logrado disminuir ni mucho menos frenarla, esto es debido a la falta de oportunidades que existen, teniendo la gran mayoría de las mujeres miembro del Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” como mínimo un familiar en el extranjero.

Es así que dentro de la dimensión social una actividad turística dirigida de manera eficaz significaría un adelanto dentro de la sociedad de la comunidad de Sa Francisco de Cunuhuachay.

Dimensión turística

Para esta dimensión se ha unificado dos aspectos de la metodología de Maldonado (2005) las cuales son: cultural y ambiental, en donde fue necesario dirigir el análisis a la

examinación y comprensión de “los cambio que pueden haber ocurrido en el ámbito cultural comunitario como consecuencia de la implantación de actividades turísticas en sus territorios” (pág. 14), además es precisamente es este apartado en donde se hizo una recolección de todos los aspectos que mejores la calidad turística.

Por otro lado, también se investigó si la comunidad “ha emprendido o consolidado sus iniciativas de autogestión relacionadas con la propiedad, posesión y administración de sus tierras” (Maldonado, 2005, pág. 15). Así también se dio énfasis al uso de los recursos desde un enfoque de la sostenibilidad para salvaguardar la diversidad biológica dentro de la Comunidad.

Por último, fue necesario recabar información en aspectos importantes tales como si existen acciones programadas para regular que todo el personal del Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” se encuentre calificado para atender los requerimientos de los turistas, además de crear canales de comunicación para compartir o comunicar todas las enseñanzas del lugar con todo aquel que visite el CTC.

Así también, la actividad turística dentro del Ecuador representa una parte dentro del PIB (Producto Interno Bruto) es por tal razón que se precisa en gran manera de su reactivación después de la Pandemia mundial por Covid-19 que inició en marzo del 2021, cuando se activaron los protocolos de confinamiento y por ende se dio una gran recesión turística, siendo así que es imprescindible un análisis del progreso de la reactivación dentro del sector turístico

Dentro de este orden de ideas, es indispensable mencionar que la actividad turística está lejos de una recuperación, el panorama actual en el Ecuador es devastador, hasta la fecha

no se ha podido llegar ni a la tercera parte de las entradas internacionales que se recibieron en los años anteriores a la pandemia mundial por Covid-19 como se detalla a continuación:

Tabla 11

Número de entradas aéreas internacionales al Ecuador en el periodo de años 2018-2022

Entradas aéreas internacionales al Ecuador	
Año	Cantidad
2018	2'427.660
2019	2'043.993
2020	468.8947
2021	590.006
2022	507.551

Nota. La tabla muestra el descenso del número de entradas internacionales al Ecuador, donde desde el año 2020, año en que empezó la Pandemia existe un ingreso mínimo de turistas.

Tomado de (MINTUR, 2022)

Es por medio de los datos anteriormente observados que se puede decir que el turismo está lejos de una reactivación a nivel nacional, sin embargo, los grandes esfuerzos por reactivar el sector turístico por parte del sector privado se ven reflejados en los establecimientos y sus protocolos para atender de manera bio-segura a sus clientes.

En el contexto de la Pandemia mundial de Covid-19 por su parte el ministerio de Turismo se encargó de realizar un protocolo general de bioseguridad específicamente para el

sector turístico comunitario, en donde se fijaron lineamientos para proteger la salud del visitante mientras existe una reactivación progresiva.

Es así que el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” no es la excepción, siendo la CRODTUCH la organización encargada de repartir este documento a los CTC de Chimborazo, se hizo la entrega del protocolo para que con su ayuda genere una reactivación segura tanto para los turistas como para quienes se encuentran en el lugar de visita.

Por otro lado, centrándose en el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” se ha encontrado que bajo el contexto de la reactivación se han generado diversas actividades que se enfocan en rescatar y potenciar las manifestaciones culturales del lugar tales como sus famosas noches culturales en donde se genera un compartir de música, danza, vestimenta y gastronomía.

Adicional a esto, las mujeres que conforman “Quilla Pacari” se centran en mostrar su cultura sin adulterar sus expresiones, respetando sus tradiciones y costumbres y mostrándose orgullosas de pertenecer a la comunidad de San Francisco de Cunuhuachay en donde todavía existe el uso frecuente de curanderos.

De la misma forma, el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” ofrece su gastronomía típica dentro de su servicio de alimentación en donde las carnes principales son el cuy y el borrego, además, hacen uso de los productos cultivados y cosechados por las manos de los habitantes de la Comunidad a la que pertenecen, generando así un apoyo en la economía de los habitantes de la comunidad.

Así mismo, la equidad de género dentro de la Comunidad San Francisco de Cunuhuachay es evidente, ya que al existir el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” el cual está conformado solo por mujeres quienes tienen la oportunidad de apoyar a sus familias con su trabajo digno a la vez que van corrigiendo las desigualdades existentes en el entorno de la mujer y las actividades turísticas dentro de una comunidad, sin embargo el CTC presenta una falencia en el contexto ambiental explicado a continuación:

Tabla 12

Manejo ambiental del CTC

Pregunta	Respuesta del CTC “Quilla Pacari”
¿Cuenta con acciones de carácter administrativo, legal y político que salvaguarden sus derechos ancestrales?	El Centro de Turismo Comunitario posee una directiva conformada por mujeres, quienes están a cargo de la administración, sin embargo, estas no cuentan con el nivel de instrucción académica adecuada para ejecutar este cargo de manera acertada.
¿Cuenta con estrategias de gestión y manejo del territorio?	La asociación no cuenta con una gestión territorial
¿Existe un plan de monitoreo ambiental?	No existe un monitoreo ambiental, ni acciones a seguir para mitigar el impacto negativo que se da por medio de la actividad turística
¿Se realiza un manejo adecuado de los desechos sólidos con el fin de preservar el medio ambiente?	Dentro del CTC existen contenedores distintivos para separar cada tipo de desperdicio. Convirtiendo al desperdicio orgánico en abono para sus terrenos o comida para su ganado porcino.
¿La infraestructura vial es adecuada y ambientalmente sana para recibir a un turista?	Dentro de la comunidad San Francisco de Cunuhuachay existen vías de primer, segundo y tercer orden, es necesario realizar mantenimiento o inclusive construir vías de acceso en ciertas partes de la Comunidad.

Pregunta	Respuesta del CTC “Quilla Pacari”
¿Se orienta al turista en temas del manejo de desechos?	Las mujeres del Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” se encargan de explicar dónde colocar la basura, además de que los basureros son membretados y tienen un color específico para cada tipo de desecho.

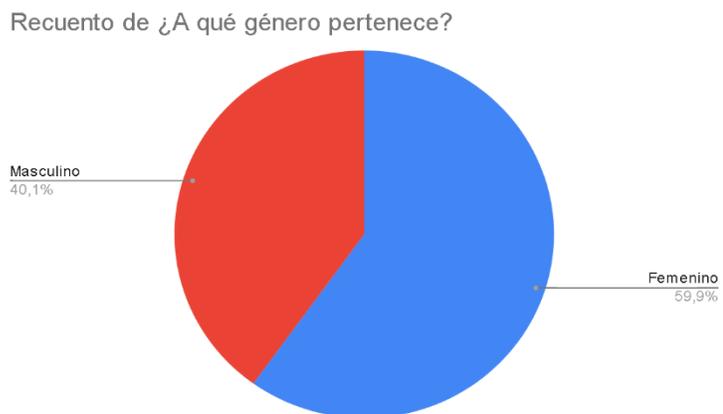
Nota. La tabla muestra las acciones por parte del CTC “Quilla Pacari” en torno al manejo ambiental.

Análisis de la encuesta: Comunidad

Para la encuesta dirigida a la comunidad que interactúa de manera directa con el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” se realizó un cuestionario previo con un total de 15 preguntas, las cuales se aplicaron a 277 personas elegidas de manera aleatoria con la finalidad de tener una visión general acerca de los habitantes y sus formas de vida.

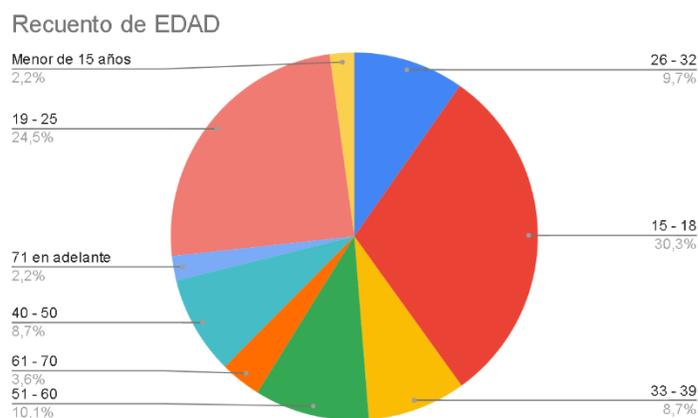
En tal sentido, el cuestionario consta de dos elementos importantes como son: datos informativos o generales y el desarrollo en sí de la encuesta, tal como se detalla a continuación:

- a) Datos generales:** Para esta sección las preguntas establecidas son para identificar el género, edad, nivel de instrucción académica, y ocupación que tiene el habitante encuestado, como se observa en las figuras a continuación:

Figura 13*Género del encuestado*

Nota. La figura muestra el género de los encuestados en la Comunidad.

Análisis e interpretación: Del 100% de los encuestados de las personas que interactúan con la comunidad el 59,9% pertenece al género femenino, mientras que el 40,1% pertenece al género masculino, por lo tanto, se identifica al grupo femenino como predominante en la comunidad.

Figura 14*Edad de los encuestados*

Nota. La figura muestra los grupos etarios de las personas encuestadas

Análisis e interpretación: Del 100% de los encuestados el 30,3% pertenece al grupo etario entre 15 y 18 años; el 24,5% pertenece al grupo de entre 19 25 años; el 10,1% pertenece al grupo de entre 51 y 60 años; el 9,7% al grupo de entre 26 y 32 años; el 8,7% pertenece al grupo de entre 40 y 50 y 33 y 39 años respectivamente; el 3,6% pertenece al grupo de entre 61 y 70 años y finalmente el 2,2% pertenece al grupo de 71 en adelante y menor de 15 años respectivamente, concluyendo que la mayor parte de los encuestados son personas de entre 15 y 18 años.

Figura 15*Nivel de instrucción académica*

Nota. La figura muestra el nivel de instrucción académica que tienen los encuestados

Análisis e interpretación: Del 100% de los encuestados el 46,2% (128 encuestados) presenta un nivel de instrucción de secundaria, el 30,0% (83 encuestados) tienen un nivel de instrucción primaria, por otra parte, el 22,7% (63 encuestados) tienen un nivel de instrucción superior y el 1,1% (3 encuestados) posee un título de Master, de acuerdo a los datos analizados es evidente el poco interés que muestran las personas por la educación.

Figura 16*Ocupación del encuestado*

Nota. La figura muestra las principales ocupaciones de los encuestados

Análisis e interpretación: Del 100% de los encuestados el 48,7% (135 encuestados) se dedica a la agricultura, por su parte el 27,4% (76 encuestados) se dedica a la ganadería, así mismo, el 11,9% (33 encuestados) son estudiantes, y finalmente el 11,9% (33 encuestados) son empleados privados, para concluir es evidente que la mayor parte de los habitantes se dedican a actividades tales como agricultura y ganadería.

b) Desarrollo de la encuesta: Las siguientes figuras son el resultado de las encuestas aplicadas a la comunidad con el objetivo de recabar información específica de las formas de vida, servicios básicos, formas de acceso, y manejo del Centro de Turismo Comunitario que posee San Francisco de Cunuhuachay, detalladas a continuación:

Figura 17

Tipo de organización de la Comunidad

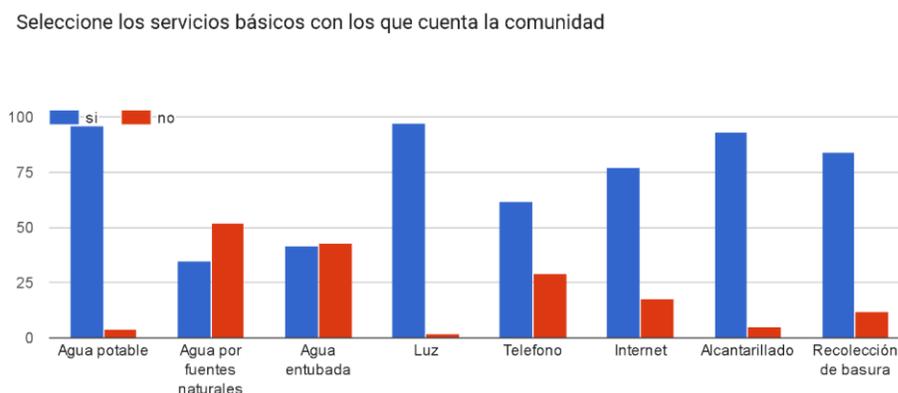


Nota. La figura muestra el tipo de organización que tiene la Comunidad

Análisis e interpretación: Del 100% de los encuestados el 71,8% (199 encuestados) afirma que la comunidad está dirigida por una junta parroquial, por su parte el 18,1 (50 encuestados) afirma que un comité de barrio dirige a la comunidad, además el 5,8% (16 encuestados) asegura de una dirección por una directiva comunitaria, y finalmente, el 4,3% menciona que la comunidad es dirigida por una organización específicamente de mujeres, en este sentido, es evidente la falta de conocimiento de la población de las formas de dirección que posee la comunidad.

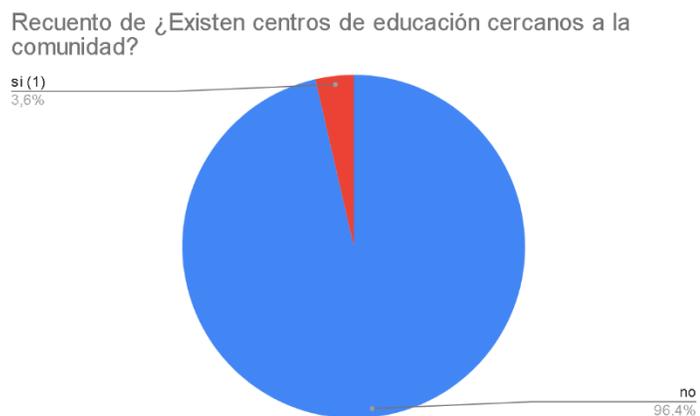
Figura 18

Servicios básicos con los que cuenta la Comunidad



Nota. La figura muestra los servicios básicos con los que cuenta la comunidad.

Análisis e interpretación: En la comunidad el agua potable abastece en un rango de entre el 75 y 100% mientras que menos del 25% no tiene agua potable lo que quiere decir que reciben el líquido vital por medio de otras fuentes tales como entubada y por fuentes naturales que corresponden a menos del 50% en ambos casos; así también más del 75% de la comunidad cuenta con electricidad, más del 50% cuenta con el servicio de telefonía, un poco más del 75% tienen acceso al internet, casi el 100% cuenta con el servicio de alcantarillado y recolección de basura respectivamente, evidentemente se puede constatar que la mayor parte de los habitantes de la comunidad tienen acceso a los servicios básicos, sin embargo, aún existe gente que vive de manera precaria.

Figura 19*Existencia de Centros de educación cercanos a la comunidad*

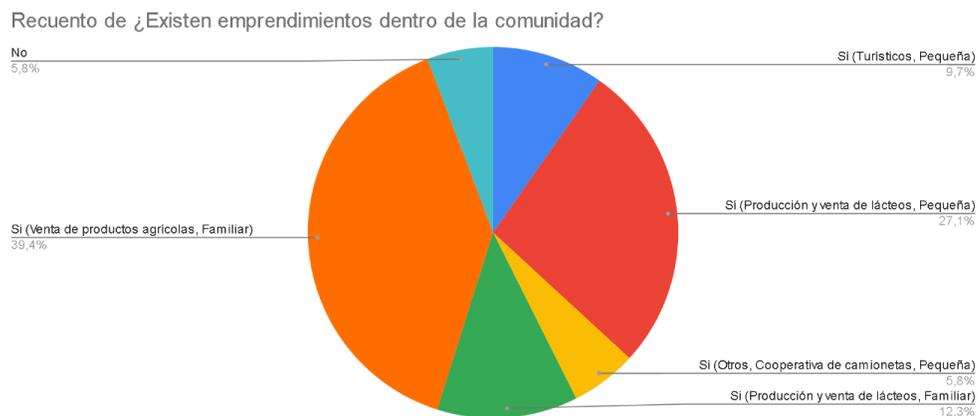
Nota. La figura muestra la existencia de centros educativos en la comunidad

Análisis e interpretación: Del 100% de los encuestados el 96,4% (267 encuestados) han respondido que no existen centros educativos en la comunidad alegando el cierre y traslado de estos a la parroquia de Calpi en la época del ex presidente Rafael Correa, mientras que tan solo el 3,6% (10 encuestados) mencionaron que si existe un centro de educación que corresponde a la parroquia de Calpi quienes son beneficiados debido a que a pesar de no vivir en la parroquia se encuentran relativamente cercanos al lugar de estudio.

Figura 20*Empleo de los encuestados*

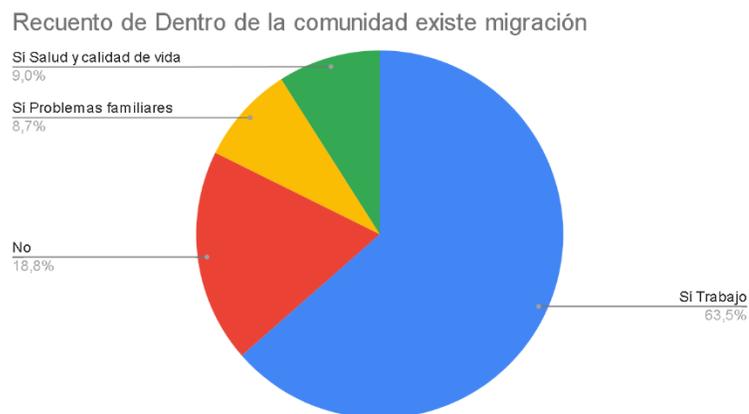
Nota. La figura muestra los distintos empleos que desempeñan los habitantes de la comunidad.

Análisis e interpretación: Del 100% de los encuestados el 39,0% (108 encuestados) se dedican a la agricultura, por su parte el 22,4% (62 encuestados) se dedica a la ganadería, así mismo, el 21,3% no cuenta con empleo fijo, por otro lado, el 7,2% (20 encuestados) es comerciante, además, el 4,0% (11 encuetados) es mecánico, así también el 3,6% (10 encuetados) se dedica a la docencia y, por último, el 2,5% (7) es chofer de camionetas, en este sentido es evidente que la mayor cantidad de habitantes cuentan con la agricultura como su principal fuente de ingresos.

Figura 21*Emprendimientos dentro de la Comunidad*

Nota. La figura muestra los distintos emprendimientos existentes en la comunidad.

Análisis e interpretación: Del 100% de los encuestados el 39,4% (109) se dedica a la venta de productos agrícolas y es un emprendimiento familiar, así mismo, el 27,1% (75 encuestados) se dedica a la producción y venta de lácteos siendo un emprendimiento pequeño, por otro lado, el 12,3% (34 encuestados) se dedican a la venta de lácteos siendo un emprendimiento familiar, así también el 9,7% (27 encuestados) se dedica a un emprendimiento turístico pequeño, por su lado el 5,8% (16 encuestados) posee una cooperativa de camionetas conformando así un emprendimiento pequeño, y finalmente el otro 5,8% (16 encuestados) menciona que no existen emprendimientos en la comunidad.

Figura 22*Migración dentro de la comunidad y sus causas*

Nota. La figura muestra el nivel de migración existente en la comunidad

Análisis e interpretación: Del 100% de los encuestados el 81,2% (225 encuestados) respondió que si existe migración en la comunidad de los cuales el 63,5% (176 encuestados) a migrado con el fin de la búsqueda de mejores oportunidades laborales, así mismo el 9,0% (25 encuestados) migró por mejorar la salud y la calidad de vida, por otro lado, el 8,7% (24 encuestados) opto por la migración por problemas familiares y finalmente el 18,8% menciona que no existe migración en la comunidad.

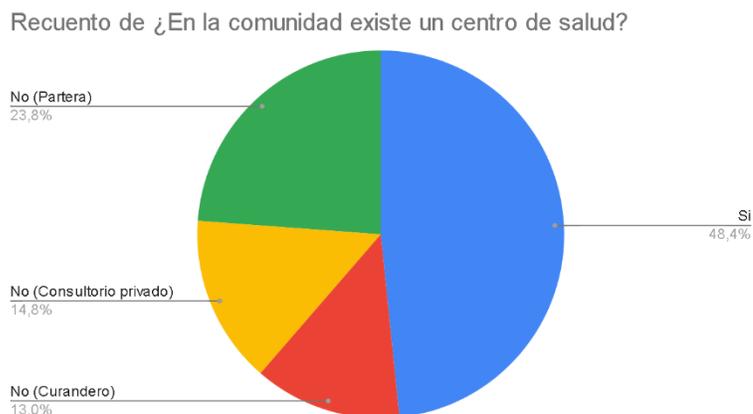
Figura 23*Tecnología en la Comunidad*

Nota. La imagen muestra el acceso a la tecnología que posee la comunidad.

Análisis e interpretación: Del 100% de los encuestados el 84,5% (234 encuestados) mencionan que, si tienen acceso a la tecnología, mientras que el otro 15,5% (43 encuestados) aseguran que no tienen acceso a la tecnología, de modo que dentro de la comunidad no existe este servicio considerado básico hoy en día.

Figura 24

Centros de Salud en la Comunidad

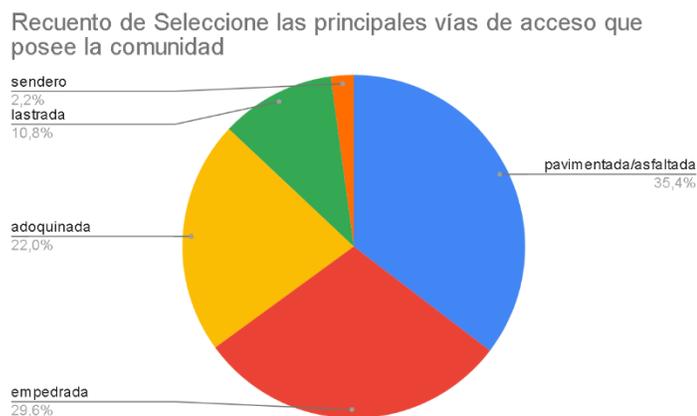


Nota. La figura muestra la manera de atender la salud de los habitantes de la comunidad.

Análisis e interpretación: Del 100% de los encuestados el 48,4% (134 encuestados) mencionan que si existe un centro de salud perteneciente al seguro social campesino, por otro lado el 23,8% (66 encuestados) menciona que no hacen uso del seguro campesino y han preferido contratar parteras, por su parte el 14,8% (41 encuestados) prefieren asistir a consultorios privados y por último, el 13,0% (36 encuestados) prefieren a los curanderos, concluyendo que la mayor parte de los habitantes hacen uso del seguro social, sin embargo, los medicamentos deben conseguirlos en la parroquia o muchas veces deben salir a buscarlos en Riobamba.

Figura 25

Principales vías de acceso a la Comunidad

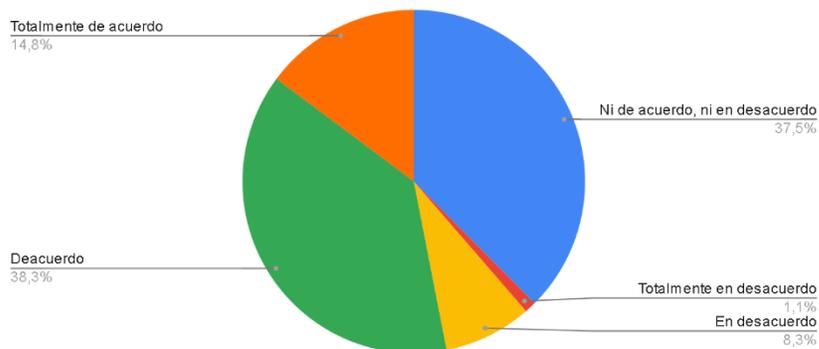


Nota. La figura muestra las principales vías de acceso que posee la comunidad.

Análisis e interpretación: Del 100% de los encuestados el 35,4% (98 encuestados) menciona que las vías están pavimentadas o asfaltadas, además, el 29,6% (82 encuestados) responde que existen vías empedradas, por otro lado, el 22,0% (61 encuestados) alude que las vías son adoquinadas, por su parte, el 10,8% (30 encuestados) aseguran que hay vías lastradas, y finalmente, el 2,2% (6 encuestados) menciona que existen senderos que conducen a la Comunidad, es así que de acuerdo a los datos obtenidos se asegura que si bien es cierto que la mayoría de los encuestados coinciden con que las vías son pavimentadas o asfaltadas también existen vías que requieren de mejoras urgentes.

Figura 26*Planta Turística de “Quilla Pacari”*

Recuento de ¿Cree usted que el centro comunitario Quilla Pacari cuenta con la planta turística adecuada para satisfacer las necesidades de los vi...

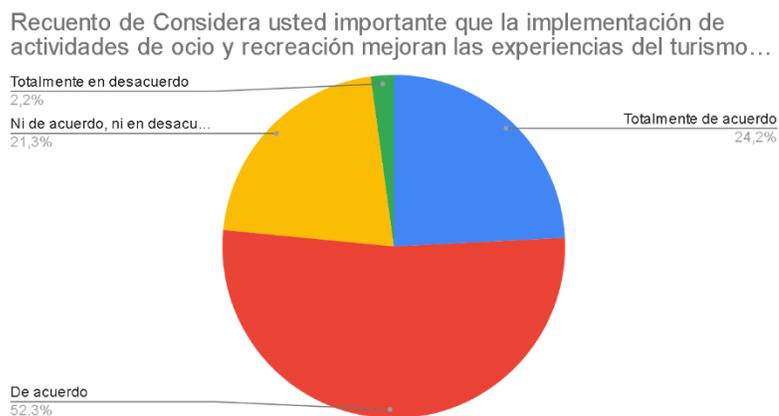


Nota. La figura muestra el nivel de satisfacción por parte de la comunidad de la planta turística de “Quilla Pacari”

Análisis e interpretación: Del 100% de los encuestados el 38,3% (106 encuestados) está de acuerdo con que la planta turística satisface a los turistas, por otro lado, el 37,5% (104 encuestados) no está de acuerdo, ni en desacuerdo, así también, el 14,8% (41 encuestados) están totalmente de acuerdo, además, el 8,3% (23 encuestados) están en desacuerdo, y finalmente, el 1,1% (3 encuestados) están totalmente en desacuerdo con la eficiencia de la planta turística.

Figura 27

Implementación de actividades de ocio u recreación en el CTC "Quilla Pacari"

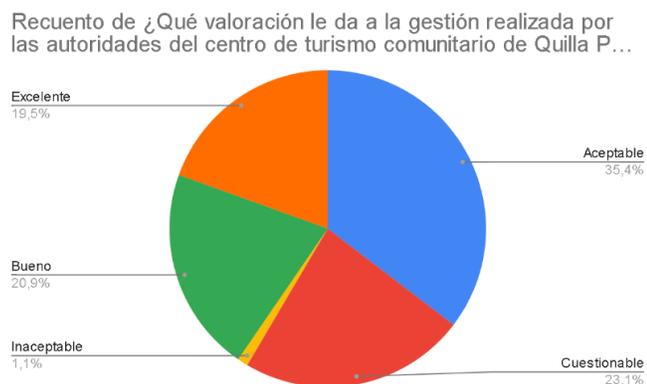


Nota. La imagen muestra el nivel de aceptación de la implementación de actividades en el CTC

Análisis e interpretación: Del 100% de los encuestados el 52,3% (145 encuestados) están de acuerdo con la implementación de actividades turísticas que mejoren la experiencia en el CTC, por otro lado, el 24,2% está totalmente de acuerdo, así también, el 21,3% (59 encuestados) no están de acuerdo ni en desacuerdo, y por último el 2,2% está totalmente en desacuerdo, concluyendo así que la mayor cantidad de los habitantes de la comunidad apoyan la propuesta para que se brinde un mejor servicio turístico.

Figura 28

Valoración de la gestión por parte d las autoridades de “Quilla Pacari”

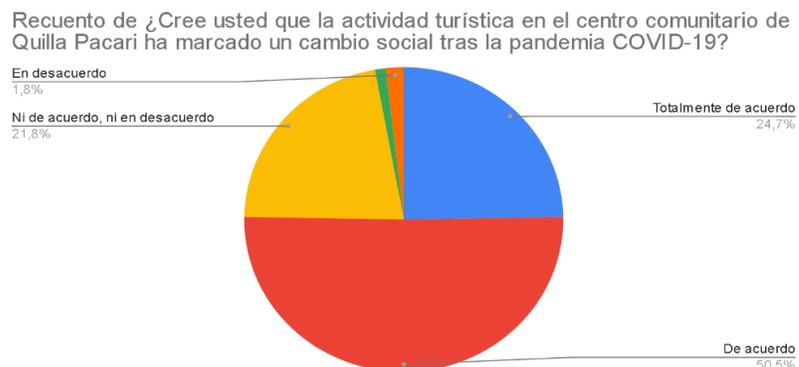


Nota. La figura muestra la valoración de la gestión realizada por las autoridades del CTC

Análisis e interpretación: Del 100% de los encuestados el 35,4% (98 encuestados) aseguran que la gestión por parte de las autoridades del CTC es aceptable, por su parte, el 23,1% (64 encuestados) aseguran que es cuestionable, por su lado, el 19,5% (54 encuestados) aseguran que es excelente, además el 20,9% menciona que es bueno, y el 1,1% (58 encuestados) aseveran que es cuestionable, es así que se llega a la conclusión que la mayor parte de los habitantes cuestiona la manera d dirigir el CTC

Figura 29

Cambio social de "Quilla Pacari" tras la Pandemia Covid-19

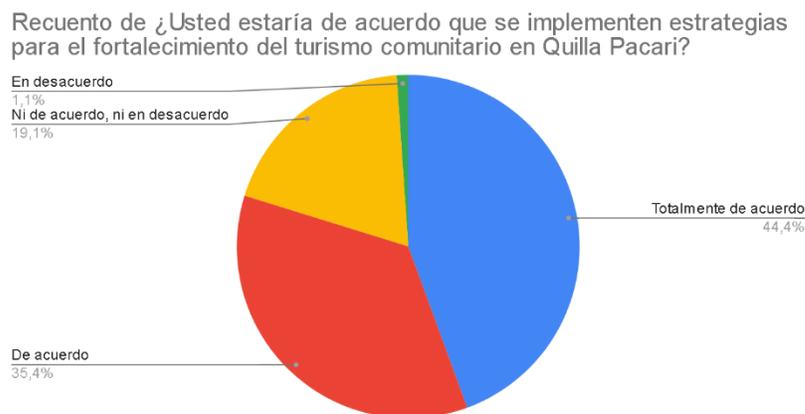


Nota. La imagen muestra el nivel de impacto social que tuvo el CTC tras la Pandemia Covid-19.

Análisis e interpretación: Del 100% de los encuestados el 50,5% (139 encuestados) está de acuerdo, por su parte, el 24,7% (68 encuestados) está totalmente de acuerdo, por otro lado, el 21,8% (60 encuestados) no están de acuerdo ni en desacuerdo, además el 1,8% (5 encuestados) están en desacuerdo, y finalmente, el 1,1% (3 encuestados) están totalmente en desacuerdo, concluyendo asique el mayor parte de los habitantes aseguran el cambio social tras la Pandemia Covid-19.

Figura 30

Implementación de estrategias para fortalecer el turismo en “Quilla Pacari”



Nota. La figura muestra el nivel de aceptación por parte de la comunidad que se implemente estrategias para fortalecer la actividad turística en el CTC.

Análisis e interpretación: Del 100% de los encuestados el 44,4% (123 encuestados) están totalmente de acuerdo, por su parte, el 35,4% (98 encuestados) están de acuerdo, así también el 19,1% (53 encuestados) no están ni de acuerdo ni en desacuerdo, y finalmente, el 1,1% (3 encuestados) está en desacuerdo con la propuesta, para concluir es importante mencionar que la mayor parte de los habitantes están de acuerdo con que se implementen estrategias para mejorar la actividad turística que ofrece “Quilla Pacari”

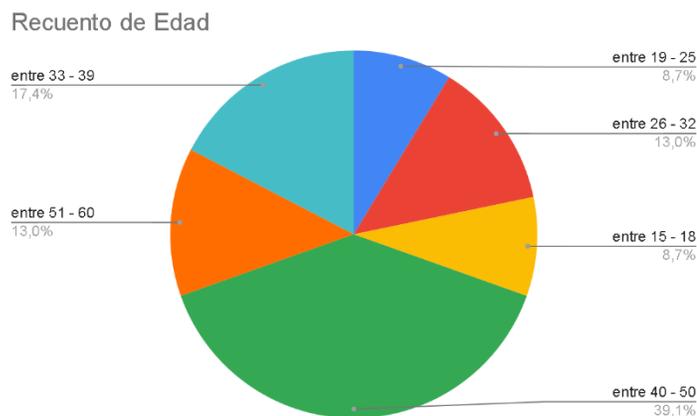
Análisis de la encuesta: Turista

Para este apartado es importante mencionar que según Bernal (2016) la encuesta debe estar diseñada con anterioridad para recabar información necesaria y específica con la finalidad de cumplir con las metas planteadas del presente proyecto. En tal sentido se aplicó la encuesta a los 23 turistas, con el objetivo de determinar el perfil del turista que visita el Centro de Turismo Comunitario de “Quilla Pacari”

En este sentido, el cuestionario consta de elementos como datos informativos tales como edad, sexo, nacionalidad, nivel de estudios y profesión y detalles que arrojan los aspectos específicos tales como motivos y duración del viaje, alojamiento, transporte, capacidad de gasto, actividades de interés, entre otra información que proporcionó el turista, como se detalla seguidamente:

Figura 31

Edad de los turistas encuestados

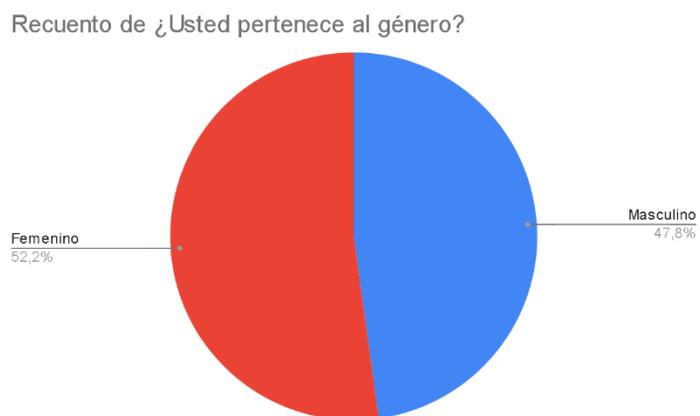


Nota. La figura muestra que la mayoría de los turistas tienen una edad de entre 40 a 50 años

Análisis y discusión: Del 100% de los turistas encuestados el 39.1% (9 encuestados) pertenece al grupo etario de entre 40 y 50 años, por otro lado, el 17.4% (4 encuestados) pertenece al grupo de entre 33 y 39 años, así mismo el 26.0% pertenece tanto al grupo de entre 51 y 60 como al grupo de entre 26 y 32, seguido del 8.7% (3 encuestados respectivamente) a los grupos de entre 15 y 18; y entre 19 y 25 y finalmente los grupos de entre 61 y 70 y 71 en adelante tienen un 0% de participación en esta encuesta; concluyendo que el porcentaje que predomina es el grupo de entre 40 y 50 años información que permite tener claro la edad promedio para poder realizar una oferta turística acorde a la vitalidad del visitante.

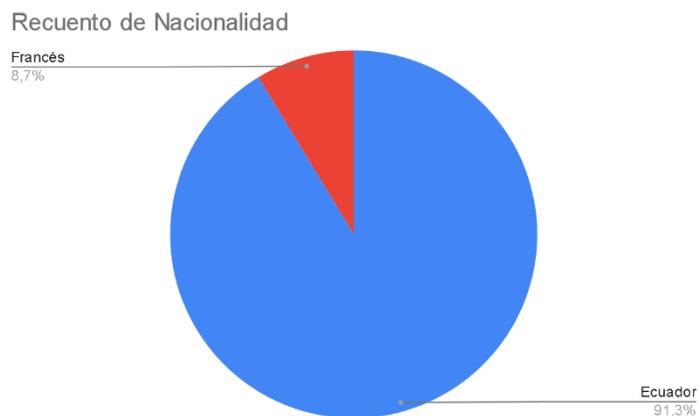
Figura 32

Género de los turistas encuestados



Nota. La figura muestra el género de los turistas encuestados

Análisis y discusión: Del 100% de los turistas encuestados el 52.2% (12 encuestados) pertenece al género femenino, mientras que el 47.8% (11 encuestados) pertenece al género masculino, concluyendo que el porcentaje mayoritario pertenece al género femenino.

Figura 33*Nacionalidad de los turistas encuestados*

Nota. La figura muestra la nacionalidad de los turistas encuestados

Análisis y discusión: Del 100% de los turistas encuestados el 91.3% (21 encuestados) es ecuatoriano, mientras que el 8.7% (2 encuestados) es de nacionalidad francesa concluyendo así que la mayor parte de los turistas que llegan al CTC son nacionales.

Figura 34

Nivel de estudios de los turistas encuestados

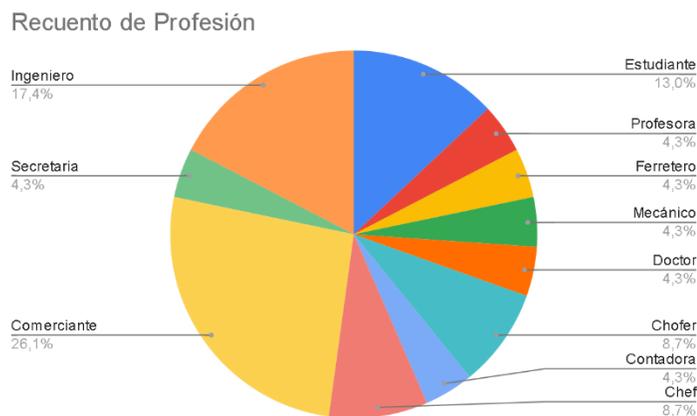


Nota. La figura muestra el nivel de estudios que tienen los turistas

Análisis y discusión: Del 100 % de los turistas encuestados el 60.9% (14 encuestados) son personas de tercer nivel, el 26.1% (6 encuestados) pertenecen a un grado de secundaria y el 13. % (3 encuestados) son personas que el nivel de estudio es de primaria, concluyendo que el mayor porcentaje de visitantes son personas con estudios superiores

Figura 35

Profesión de cada turista encuestado

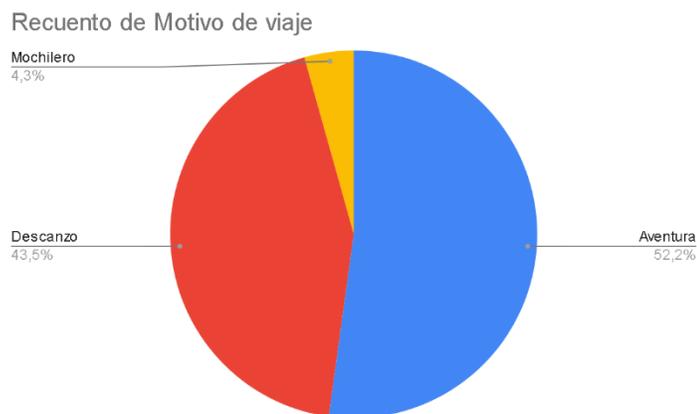


Nota. La figura muestra las distintas profesiones de los turistas

Análisis y discusión: Del 100% de los encuestados el 26,1% (6 encuestados) han respondido que son comerciantes, el 17,4% (4 encuestados) son ingenieros, el 13,0% (3 encuestados) son estudiantes, el 8,7% (2 encuestados) han respondido que su profesión es chef, adicional a esto existe el 8,7% (2 encuestados) que tiene como profesión ser chofer y el resto del porcentaje que corresponde al 24,8% (6 encuestados) presenta una amalgama de profesiones tales como: profesora, ferretero, mecánico, doctor, contador y secretaria.

Figura 36

Motivo de viaje del turista encuestado

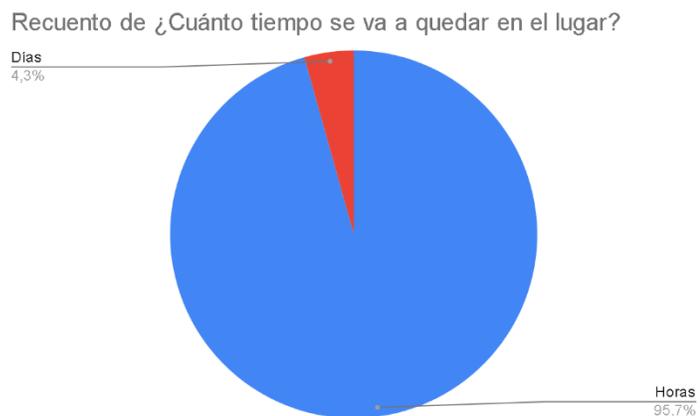


Nota. La figura muestra la motivación que presenta el turista para visitar el CTC

Análisis y discusión: Del 100% de los encuestados el 52,2% (12 encuestados) visitan el lugar buscando aventura, por otro lado, el 43,5% (10 encuestados) van por descanso, y por último el 4,3% (1 encuestado) su motivación es por mochilero, concluyendo así que la mayor parte de personas visitan el lugar en busca de aventura.

Figura 37

Tiempo de estadía del turista encuestado



Nota. La imagen muestra el tiempo de estadía de los turistas en el CTC

Análisis y discusión: Del 100 % de los encuestados el 95,7% (22 encuestados) pretenden quedarse en el lugar varias horas, por el contrario, el 4,3% (1 encuestado) asegura quedarse varios días, para concluir es evidente que la mayor cantidad de turistas visita “Quilla Pacari” con el objetivo de visitar el lugar varias horas

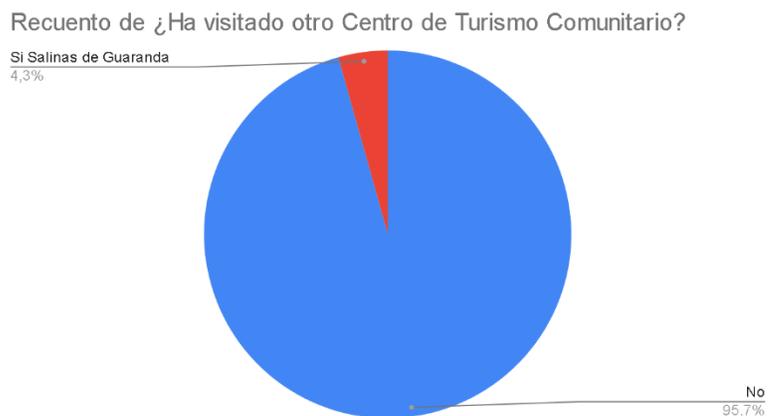
Figura 38

Cantidad de personas con las que realiza el viaje



Nota. La imagen muestra el número de personas con las que se realiza el viaje.

Análisis y discusión: Del 100% de los encuestados el 52,2% (12 encuestados) visitan el lugar en grupos familiares, por otro lado, el 21,7% (5 encuestados) visita el lugar en pareja, así también, el 21,7% (5 encuestados) llegan al lugar en grupos de amigos, y finalmente el 4,3% (1 encuestado) visita el lugar solo, por lo tanto, es evidente que la mayor cantidad de personas prefieren visitar “Quilla Pacari” en familia.

Figura 39*Visitas a otros Centro de Turismo Comunitario*

Nota. La figura muestra si los turistas han visitado o no otros Centros de Turismo Comunitario.

Análisis y discusión: Del 100% de los encuestados el 95,7% (22 encuestados) mencionan que no han visitado otros Centros de Turismo Comunitario, mientras que el 4,3% (1 encuestado) ha visitado el Centro de Turismo Comunitario de Salinas de Guaranda, por lo tanto, es evidente que la gran mayoría de los turistas no han visitado otros Centros de Turismo Comunitario.

Figura 40

Tipo de establecimiento que prefiere el turista encuestado



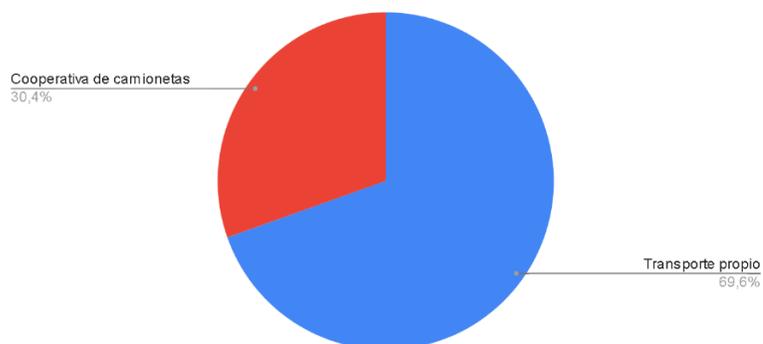
Nota. La figura muestra la preferencia de establecimientos por parte del turista

Análisis y discusión: Del 100% de los encuestados el 59,1% (14 encuestados) prefiere cabañas a l momento de visitar “Quilla Pacari”, además, el 36,4% (8 encuestados) se inclina por una casa familiar, y, por último, el 4,5% (1 encuestado) se siente como en un refugio, por lo tanto, es evidente que la mayor parte de los encuestados prefieren cabañas al momento de visitar en Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”

Figura 41

Medio de transporte que usa el turista encuestado

Recuento de ¿Qué medio de transporte utilizó para la llegada al Centro de Turismo Comunitario?



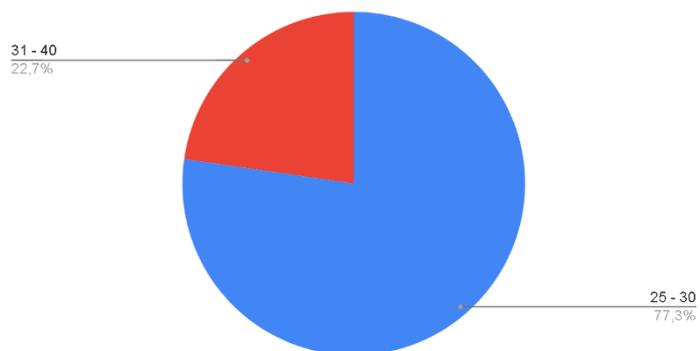
Nota. La figura muestra el medio de transporte que utiliza el turista para llegar al CTC.

Análisis y discusión: Del 100% de los encuestados el 68,2% (16 encuestados) utilizan transporte propio para llegar al CTC, mientras que el 30,4% (7 encuestados) llegan al lugar por medio del alquiler de camionetas que se encuentran a la entrada de la parroquia de Calpi.

Figura 42

Gasto promedio por parte del turista encuestado

Recuento de ¿Cuál es su gasto promedio por persona durante el viaje?

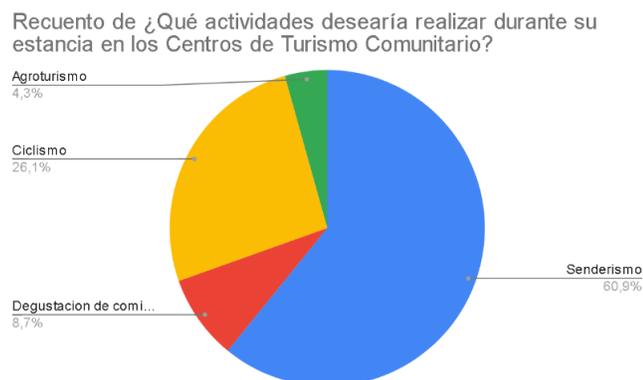


Nota. La figura muestra el gasto promedio por turista.

Análisis y discusión: Del 100% el 77,3% (16 encuestados) están dispuestos a realizar un gasto promedio de entre 25 y 30 USD, mientras que el 22,7% (7 encuestados) están dispuestos a tener un gasto de entre 31 y 40 USD, concluyendo que la mayor parte de los turistas están dispuestos a gastar entre 25 y 30 USD por visita.

Figura 43

Actividades esperadas por parte del turista encuestado



Nota. La imagen muestra las actividades esperadas por parte de los turistas.

Análisis y discusión: Del 100% de los encuestados el 60,9% (14 encuestados) prefieren realizar senderismo, además, el 26,1% (6 encuestados) se inclinan por el ciclismo, por otro lado, el 8,7% (2 encuestados) se inclina por la degustación de comida que ofrece el CTC, y por último, el 4,3% (1 encuestado) visita el lugar buscando actividades de agroturismo, es así que se puede evidenciar que la mayor cantidad de personas visita el lugar por actividades de aventura tal como el senderismo y ciclismo.

Figura 44

Motivación de viaje por parte del turista encuestado.

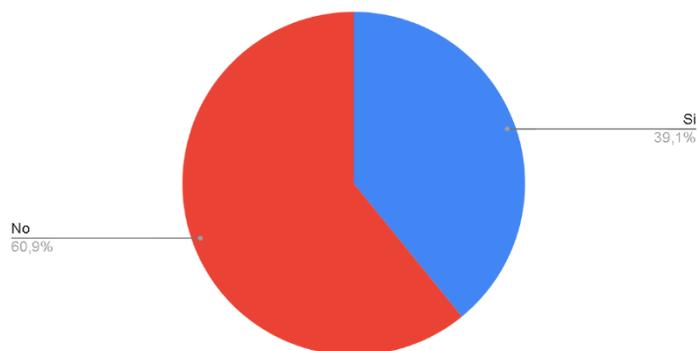


Nota. La figura muestra las principales motivaciones del turista para visitar el CTC “Quilla Pacari”

Análisis y discusión: Del 100% de los encuestados el 50,0% (11 encuestados) visita el CTC buscando descanso y convivencia con los pobladores, mientras que el 50,0% (11 encuestados) van en busca de ver las costumbres y tradiciones, por lo tanto, se concluye que los turistas van en busca de conocer nuevas formas de vida mientras que descansan de lo cotidiano.

Figura 45*Expectativas del turista*

Recuento de La visita al Centro de Turismo Comunitario ¿cubrió con sus expectativas?

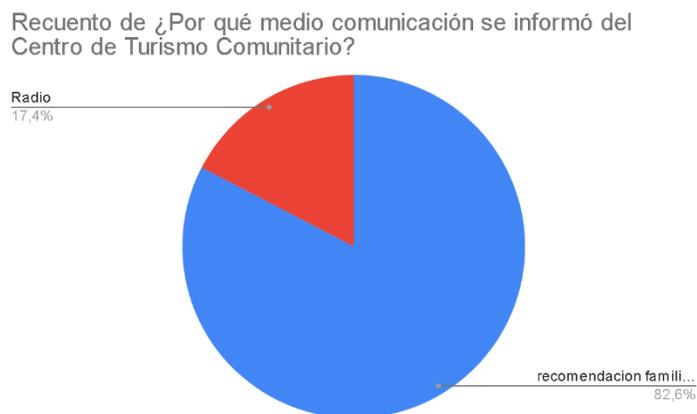


Nota. La imagen muestra el grado si el CTC cubrió las expectativas del turista

Análisis y discusión: Del 100% el CTC no cubrió con las expectativas del 60,9% (14 encuestados), mientras que el 39,1% (9 encuestados) están satisfechos, específicamente esta parte de la encuesta deja mucho que desear, ya que es evidente que existen muchas cosas por mejorar en el lugar.

Figura 46

Medio de comunicación por la que se enteró del CTC el turista encuestado



Nota. La imagen muestra los medios de comunicación por los que enteraron los turistas del CTC

Análisis y discusión: Del 100% de los encuestados el 82,6% (19 encuestados) son recomendados por familiares o amigos, mientras que el 17,4% (4 encuestados) aluden que se enteraron del lugar por radio, de tal modo que es evidente que el CTC requiere impulso en publicidad ya que la gran mayoría de los turistas llegan al lugar por recomendación familiar o de amigos.

Análisis de la entrevista: Expertos

Para realizar la entrevista respectiva se utilizó un cuestionario pre estructurado con preguntas que permitieron recopilar información general acerca de la situación actual en la que se encuentra el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”, cabe recalcar que la entrevista fue aplicada a tres expertos.

En este sentido, el cuestionario consta de dos elementos, datos informativos y desarrollo de la entrevista que serán detallado a continuación:

- c) Datos generales:** Los datos generales de la entrevista constan de los nombres de las personas entrevistadas, cual es el cargo que desempeñan a la actualidad el tiempo de experiencia, su profesión y por último su edad, detallado seguidamente:

Tabla 13

Datos generales de los técnicos entrevistados

Código de Ref.	Nombre del entrevistado	Cargo	Tiempo de experiencia laboral	Profesión	Edad
MJ	María Magdalena Jaya	Presidenta del CTC “Quilla Pacari”	1 año	Primaria	74 años
EP	Eduarda Agualsaca Paca	Coordinadora del CTC “Quilla Pacari”	1 año	Primaria	65 años

Código de Ref.	Nombre del entrevistado	Cargo	Tiempo de experiencia laboral	Profesión	Edad
J V	Juan Velarde	Desarrollo Comunitario y competitividad turística	3 años	Tercer nivel Ingeniero	34 años

Nota. La tabla muestra los datos informativos de los representantes entrevistados del CTC “Quilla Pacari”

- d) Desarrollo de la entrevista:** La entrevista consta de interrogantes que permiten tener un panorama amplio y general acerca de la situación en la que se encuentra el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”. Es necesario mencionar que todas las respuestas se han sintetizado en la tabla que se muestra a continuación:

Tabla 14

Respuestas de los expertos a la entrevista aplicada

Código de Ref.	Respuestas
Pregunta 1	¿Cómo fue el proceso de desarrollo del centro de turismo comunitario del sector? ¿Cuáles han sido las principales instituciones públicas y privadas, en contribuir la formación del CTC?
MJ	El Centro de Turismo Comunitario fue creado gracias a la colaboración del párroco francés Pierri, así también la Fundación Ahuana representó y representa un soporte para continuar con la actividad.
EP	La construcción del Centro de Turismo Comunitario existe gracias a la iniciativa del párroco Pierri quien vio la necesidad de crear nuevos fuetes de ingresos económicos.

Código de Ref.	Respuestas
JV	La iniciativa de crear el Centro comunitario se la otorga al párroco de la parroquia de Calpi el Sr. Pierri quien trabajó conjuntamente con una fundación sin fines de lucro llamada “Ahuana”, además la CORDTUCH también apoyó esta idea con el objetivo de posicionar el turismo comunitario de Chimborazo.
Pregunta 2	El turismo comunitario es considerado como una de las alternativas de desarrollo para los pueblos ¿Cree usted que las actividades turísticas desarrolladas por parte del CTC son de beneficio para todos quienes conforman la comunidad?
MJ	Todos los ingresos generados en el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” son repartidos entre las personas que conforman la organización, no se reparte con las personas de la comunidad.
EP	La organización de mujeres de “Quilla Pacari” reparte entre sus miembros las ganancias, a la vez que también tienen un fondo para el mantenimiento del lugar.
JV	El Centro de Turismo Comunitario” Quilla Pacari” no tiene gran afluencia de visitantes, por lo tanto, sus ingresos son bajos, mismos que las dirigentes del lugar reparten entre todos los miembros a la vez que se encargan del mantenimiento de la casa y chozas que poseen
Pregunta 3	¿El Centro de turismo comunitario tiene una gestión administrativa adecuada que impulsa el desarrollo turístico?
MJ	Las mujeres encargadas de la administración se sienten limitadas debido a la falta de formación académica, es así que se considera que existe una gran falencia en lo que respecta a este tema.
EP	La gran limitante del Centro Comunitario es la falta de preparación por parte de los dirigentes, piden ayuda porque no saben cómo manejar esto temas.
JV	El talento humano es deficiente, son mujeres que su nivel de estudio alcanza la primaria, por tal razón la parte administrativa no se maneja de una manera correcta.
Pregunta 4	El turismo comunitario se considera como una oportunidad de vida para los sectores vulnerables ¿cree usted que el centro de turismo comunitario ha aportado al desarrollo local de la misma?
EJ	A la fecha el Centro Comunitario se encuentra sin ingresos, la causa en específico en la Pandemia Covid-19 la cual ha dejado grandes secuelas en el lugar
EP	“Quilla Pacari” se creó con la finalidad de generar trabajo y nuevas fuentes de ingresos económicos a la comunidad, sin embargo, el panorama es gris debido a la baja afluencia de turismo.

Código de Ref.	Respuestas
JV	Se sabe que “Quilla Pacari” no se puede recuperar después del duro golpe generado por la pandemia por lo que al momento no aporta al desarrollo económico de la comunidad.
Pregunta 5	¿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?
MJ	La CORDTUCH se encargó de hacer llegar un documento que contiene el protocolo de bioseguridad que se debe seguir.
EP	Dentro del CTC no existen lineamientos de reactivación, lo único que hacen es usar la mascarilla para protegerse.
JV	La CORDTUCH se encargó de hacer llegar el documento emitido por el Ministerio de Turismo “Protocolo General de Bioseguridad para Turismo Comunitario, al momento de su reapertura, en el contexto de la emergencia sanitaria por Covid-19”
Pregunta 6	¿Qué proyectos o iniciativas se están generando actualmente en el CTC en pro de la reactivación turística?
MJ	No existen proyectos
EP	No existen proyectos
JV	No se ha generado proyectos para el CTC “Quilla Pacari”
Pregunta 7	¿Existe una planificación adecuada para impulsar el desarrollo local en base a la práctica del turismo comunitario?
MJ	No existe una planificación
EP	No existe planificación
JV	El hecho de que “Quilla Pacari” sea dirigido por gente sin educación en el ámbito turístico, administrativo es una limitante para que generen una planificación para impulsar el desarrollo.

Nota. La tabla es una síntesis de las respuestas obtenidas en las entrevistas que se aplicaron a los expertos.

Análisis e Interpretación: Tras haber realizado las entrevistas a los tres expertos en torno a la situación actual del Centro de Turismo Comunitario es evidente que el CTC cuenta

con un gran apoyo económico por parte de la Fundación Ahuana, por otro lado, el CTC piensa que los ingresos generados por parte de la actividad turística solo son para el desarrollo de las personas forman parte de la organización, además, en la actualidad debido a la baja demanda turística no existe un desarrollo.

Así también, la gestión administrativa por parte del CTC es deficiente, esto es debido a que las mujeres dirigentes cuentan con un nivel de estudio primario, lo cual dificulta el avance de los procesos administrativos necesarios para el correcto funcionamiento del lugar.

Por otro lado, los entrevistados mencionan que en la actualidad no se está generando ningún aporte a la comunidad, esto es debido a la falta de afluencia turística al CTC, secuela tras la pandemia Covid-19, sin embargo, el apoyo recibido por parte de la CORDTUCH para una reactivación post pandémica ha sido oportuna, pero poco aprovechada ya que en la entrevista supieron manifestar que el único protocolo acatado a sido el uso de mascarilla.

De modo accesorio, la falta de iniciativa por parte de las representantes del Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” es evidente y lamentable, ya que no existen proyectos para la reactivación turística, y la planificación es nula lo cual desencadena una serie de problemas tales como un desarrollo local incompleto y poca competitividad en el mercado.

Análisis FODA

Maldonado (2005) asegura que las dimensiones analizadas (económica, social y turística) deben “ser abordadas de manera diferenciada” (pág. 17) en donde es significativo y oportuno diferenciar la dinámica interna con los factores externos del Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” para su posterior análisis FODA

En este sentido es necesario tener entendido la dinámica y los conceptos que usan dentro del diagnóstico estratégico conocido como FODA, los cuales se detallan en la siguiente figura:

Figura 47

Conceptos básicos del FODA



Nota. La figura muestra los conceptos básicos de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

En síntesis, para finalizar un diagnóstico estratégico elaborado correctamente debe tener como resultado una matriz entorno a las amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas como se detalla a continuación:

Tabla 15

Matriz de resumen – Síntesis FODA

Matriz de síntesis FODA	
No.	OPORTUNIDADES
O1	Interés por parte del turista en conocer lugares al aire libre
O2	Interés por parte del turista de conocer nuevas formas de vida
O3	Diversidad de grupos etarios interesados en el CTC
O4	Llegan al CTC grupos grandes
O5	Las cabañas que tiene el CTC son cotizadas por parte de los turistas
O6	Interés por parte del turista por la cultura y tradiciones
O7	Apoyo financiero por parte de la Fundación Ahuana
No.	AMENAZAS
A1	Emergencia sanitaria por el covid-19
A2	Baja capacidad de gasto de la demanda
A3	Poco interés por parte del turista nacional
A4	Baja afluencia de turistas por emergencia sanitaria Covi-19
A5	No existe transporte publico
A6	Migración
A7	Desinterés por parte de las autoridades competentes
A8	Centros de educación alejados y escasos
A9	Escasas oportunidades laborales

Matriz de síntesis FODA

No.	FORTALEZAS
F1	Producción de mermeladas artesanales
F2	Productores cárnicos y lácteos.
F3	Presencia de cooperativas de transporte (camionetas) en la parroquia Calpi.
F4	Diversidad de emprendimientos
F5	Apoyo a la actividad turística por parte de los habitantes
F6	Apoyo al género femenino
F7	Actividades turísticas variadas
F8	Contar con material de direccionamiento para un correcto retorno bio-seguro a las actividades turísticas
F9	Contar con los servicios básicos de agua, luz, teléfono y vías en buen estado.
No.	DEBILIDADES
D1	Administración y coordinación deficiente
D2	Migración
D3	Gestión deficiente por parte de las autoridades del CTC
D4	Precariedad en la comunidad
D5	Escasa promoción turística
D6	Talento humano deficiente
D7	Ausencia de profesionales en turismo en el CTC "Quilla Pacari"
D8	Escasa capacidad de adaptación al cambio tras la pandemia
D9	Clientes insatisfechos
D10	Artefactos descompuestos en el establecimiento (calefactores)
D11	Poca señalética turística
D12	Dependencia de una sola persona para todas las áreas en el CTC (cocina, recepción, lavandería)

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

Análisis y discusión: La matriz muestra el conjunto de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (factores internos y externos) que posee el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”, lugar que cuenta con una infraestructura adecuada para ofrecer actividades turísticas, sin embargo, se evidencia que el empirismo es un factor crucial que evita el desarrollo económico, además el poco interés por parte de las autoridades correspondientes después de la recesión por la Pandemia Covid-19 y sumándole la falta de visitantes han ocasionado el cierre parcial del establecimiento,

Fundamentación de la idea a defender

Dentro de la presente investigación se identifica que el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” aun sufre de los fuerte impactos generados por la Pandemia Covid-19 el cual es un factor determinante en la mitigación de la actividad turística en el CTC, por otro lado, el trabajo comparativo con documentos realizados anteriormente confirma el cumplimiento de la idea a defender.

En tal sentido, es importante mencionar que, de acuerdo a Loor, Plaza & Medina (2021) La Pandemia del Covid-19 ha dejado consecuencias graves en todos los sectores y con más impacto en el turístico esto representa todo un reto para volver a potenciar esta actividad, es así que, según las autoras es importante plantear estrategias que potencialicen el turismo el cual debe estar relacionado con los ámbitos de la sostenibilidad; además, por otro lado, es indispensable que se reconozca la relación estrecha que tiene la salud con un destino seguro y con el grado de demanda que este posee, manteniendo siempre las estrategias con el nuevo perfil del turista Post Covid-19.

En la misma línea de ideas, para Salazar & Jiménez (2022) el mundo entero atraviesa por una crisis económica y social debido a la Pandemia Covid-19, en donde varias empresas han tenido que cerrar sus puertas de manera parcial o inclusive permanente, por tal razón, es evidente la importancia de un análisis situacional para plantear estrategias que apoyen a la reactivación económica.

Finalmente, es preciso señalar que todos los autores coinciden en un planteamiento de estrategias, luego del análisis pertinente del entorno estudiado, es así que en este proyecto es necesario que después de realizar el análisis de la situación actual del Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” se trabaje en la generación de estrategias de desarrollo para dinamizar el turismo en el Centro Comunitario de “Quilla Pacari”

Direccionamiento estratégico

Según Maldonado (2005) el direccionamiento estratégico se lo plantea después de saber con exactitud cuál es la situación actual de un lugar, la cual en el presente proyecto se refiere al Turismo Comunitario en “Quilla Pacari”, es así que en este punto se da respuesta a la interrogante ¿Cuál es el objetivo de la comunidad en un tiempo definido?

Así también, aplicar el direccionamiento estratégico permite definir estrategias que buscan “consolidar y potenciar sus fortalezas; prevenir y superar los efectos de sus debilidades; anticipar y prepararse para aprovechar las oportunidades que se genere; prevenir y contrarrestar oportunamente el efecto de las amenazas externas” (Maldonado, 2005, pág. 17)

Bajo este contexto, es necesario realizar matrices en donde se consideran cada una de las variables FODA, con el fin de ponderar los impactos, realizar la evaluación interna y

externa, presentar acciones estratégicas y finalmente sintetizar todas las estrategias necesarias para el desarrollo del Turismo Comunitario en “Quilla Pacari”, tal como se especifica a continuación:

Matrices de ponderación de impactos:

Con base en la matriz de ponderación de impactos (Ver tabla 15) se estima el grado de importancia (alto, medio y bajo) que presenta cada fortaleza, oportunidad, debilidad y amenaza detallada que va en torno al Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” designadas en la matriz FODA.

Tabla 16

Matrices de impacto

Matrices de impacto				
Matriz “F”				
No.	FORTALEZAS	IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO
MATRIZ “F”				
F1	Producción de mermeladas artesanales		2	
F2	Productores cárnicos y lácteos.		2	
F3	Presencia de cooperativas de transporte (camionetas) en la parroquia Calpi.		2	
F4	Diversidad de emprendimientos			1

Matrices de impacto

F5	Apoyo a la actividad turística por parte de los habitantes	2
F6	Apoyo al género femenino	2
F7	Actividades turísticas variadas	3
F8	Contar con material de direccionamiento para un correcto retorno bio-seguro a las actividades turísticas	2
F9	Contar con los servicios básicos de agua, luz, teléfono y vías en buen estado.	2

MATRIZ "O"

No.	OPORTUNIDADES	IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO
O1	Interés por parte del turista en conocer lugares al aire libre	3		
O2	Interés por parte del turista de conocer nuevas formas de vida		2	
O3	Diversidad de grupos etarios interesados en el CTC		2	
O4	Llegan al CTC grupos grandes	3		
O5	Las cabañas que tiene el CTC son cotizadas por parte de los turistas		2	

Matrices de impacto

O6	Apoyo financiero por parte de la Fundación Ahuana	2
-----------	--	---

MATRIZ "D"

No.	DEBILIDADES	IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO
D1	Administración y coordinación deficiente		2	
D2	Gestión deficiente por parte de las autoridades del CTC	3		
D3	Precariedad en la comunidad		2	
D4	Escasa promoción turística	3		
D5	Talento humano deficiente	3		
D6	Ausencia de profesionales en turismo en el CTC "Quilla Pacari"	3		
D7	Escasa capacidad de adaptación al cambio tras la pandemia		2	
D8	Clientes insatisfechos	3		
D9	Artefactos descompuestos en el establecimiento (calefactores)		2	
D10	Poca señalética turística		2	
D11	Dependencia de una sola persona para todas las áreas en el CTC (cocina, recepción, lavandería)	3		

Matrices de impacto

MATRIZ "A"

No.	AMENAZAS	IMPACTO		
		ALTO	MEDIO	BAJO
A1	Emergencia sanitaria por el covid-19		2	
A2	Baja capacidad de gasto de la demanda		2	
A3	Poco interés por parte del turista nacional		2	
A4	Baja afluencia de turistas por emergencia sanitaria Covi-19	3		
A5	No existe transporte público		2	
A6	Migración		2	
A7	Desinterés por parte de las autoridades competentes		2	
A8	Centros de educación alejados y escasos		2	
A9	Escasas oportunidades laborales		2	

Nota. La tabla muestra la matriz de impacto por cada Fortaleza, Oportunidad, Debilidad y Amenaza del CTC

Matrices de evaluación de factores internos y externos

En base a las matrices de evaluación de factores internos y externos se le asigna una calificación, peso relativo y ponderación en cuanto a las fortalezas, oportunidades (ver tabla 16), debilidades y amenazas (ver tabla 17) que posee el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”

Tabla 17

Matriz de evaluación interna

Matrices evaluación interna				
MATRIZ EFI				
NO.	FORTALEZAS	PESO RELATIVO	CALIFICACIÓN	TOTAL PONDERADO
F1	Producción de mermeladas artesanales	0,091	4	0,364
F2	Productores cárnicos y lácteos.	0,068	3	0,205
F3	Presencia de cooperativas de transporte (camionetas) en la parroquia Calpi.	0,068	3	0,205
F4	Diversidad de emprendimientos	0,068	3	0,205

Matrices evaluación interna

F5	Apoyo a la actividad turística por parte de los habitantes	0,091	4	0,364
F6	Apoyo al género femenino	0,068	3	0,205
F7	Actividades turísticas variadas	0,091	4	0,364
F8	Contar con material de direccionamiento para un correcto retorno bio-seguro a las actividades turísticas	0,068	3	0,205
F9	Contar con los servicios básicos de agua, luz, teléfono y vías en buen estado.	0,068	3	0,205
NO.	DEBILIDADES	PESO	CALIFICACIÓN	TOTAL
		RELATIVO		PONDERADO
D1	Administración y coordinación deficiente	0,023	1	0,023

Matrices evaluación interna				
D2	Gestión deficiente por parte de las autoridades del CTC	0,023	1	0,023
D3	Precariedad en la comunidad	0,045	2	0,091
D4	Escasa promoción turística	0,023	1	0,023
D5	Talento humano deficiente en el CTC” Quilla Pacari”	0,023	1	0,023
D6	Ausencia de profesionales en el CTC “Quilla Pacari”	0,023	1	0,023
D7	Escasa capacidad de adaptación al cambio tras la pandemia	0,045	2	0,091
D8	Clientes insatisfechos	0,023	1	0,023
D9	Artefactos descompuestos en el establecimiento (calefactores)	0,045	2	0,091
D10	Poca señalética turística	0,023	1	0,023

Matrices evaluación interna				
D11	Dependencia de una sola persona para todas las áreas en el CTC (cocina, recepción, lavandería)	0,023	1	0,023
TOTAL		1	44	2,773

Nota. La tabla muestra la matriz de evaluación interna del CTC.

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 18*Matriz de evaluación externa*

Matriz de evaluación externa					
MATRIZ EFE					
N	OPORTUNIDAD	PES	CALIFICACIÓ	TOTAL	
O.	ES	O	N		PONDERAD
		RELATIVO			O
O1	Interés por parte del turista en conocer lugares al aire libre	8	0,10	4	0,432
O2	Interés por parte del turista de conocer nuevas formas de vida	8	0,10	4	0,432
O3	Diversidad de grupos etarios interesados en el CTC	1	0,08	3	0,243
O4	Llegan al CTC grupos grandes	8	0,10	4	0,243
O5	Las cabañas que tiene el CTC son cotizadas por parte de los turistas	1	0,08	3	0,243

Matriz de evaluación externa					
O.	N	AMENAZAS	PES O RELATIVO	CALIFICACIÓN N	TOTA L PONDERAD O
	O6	Apoyo financiero por parte de la Fundación Ahuana	0,10 8	4	0,243
	A1	Emergencia sanitaria por el covid-19	0,02 7	1	0,027
	A2	Baja capacidad de gasto de la demanda	0,02 7	1	0,027
	A3	Poco interés por parte del turista nacional	0,05 4	2	0,108
	A4	Baja afluencia de turistas por emergencia sanitaria Covi-19	0,05 4	2	0,108
	A5	No existe trasporte público	0,05 4	2	0,108
	A6	Migración	0,05 4	2	0,108
	A7	Desinterés por parte de las autoridades competentes	0,02 7	1	0,027

Matriz de evaluación externa					
A8	Centros de educación alejados y escasos	4	0,05	2	0,108
A9	Escasas oportunidades laborales	4	0,05	2	0,108
TOTAL			1	37	2,496

Nota. La tabla muestra la matriz de evaluación externa del CTC

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.

Análisis e interpretación: Es así, que basándose en los elementos del FODA se ha generado la matriz de evaluación para el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” en donde todos los factores internos (EFI) observados en torno a las fortalezas y debilidades se obtuvo 1 en el peso relativo, 44 de calificación y 2,773 del total ponderado. Así también, la matriz de evaluación de los factores externos (EFE) dados en torno a las oportunidades y amenazas se obtuvo 1 en el peso relativo, 37 de calificación y 2,496 del total ponderado; obteniendo como resultado los valores en la matriz interna y externa (MIE)

- a) **Matrices de acción estratégica:** Para realizar la valoración de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” se ha basado en la matriz de acción estratégica, para lo cual fue necesario realizar una comparación entre las fortalezas y oportunidades (ver tabla 18), además, se identificó la defensa estratégica combinada entre las debilidades y las amenazas en donde se encontró la dificultad para menorar las amenazas (ver tabla 19). Así también, se trabajó en las áreas de respuestas estratégicas combinadas por las fortalezas y las amenazas para encontrar maneras de contrarrestar las amenazas (ver tabla 20), y finalmente, se realizó la matriz de áreas de mejoramiento entorno a las debilidades y oportunidades con el fin de encontrar los factores débiles a eliminarse para poder centrarse en las oportunidades (ver tabla 21).

Tabla 19*Matriz de acción FO*

	O1	O2	O3	O4	O5	O6	TOTAL
F1	3	3	1	3	1	1	12
F2	2	1	3	2	1	1	10
F3	3	1	1	3	1	3	12
F4	3	2	3	2	2	3	15
F5	2	1	1	2	1	1	8
F6	2	1	1	2	1	1	8
F7	1	2	2	3	2	2	12
F8	2	1	1	2	1	1	8
F9	2	1	1	2	1	1	8
TOTAL	20	13	14	21	11	14	93

Nota. La tabla representa matriz de acción FO.

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

$$RBF(FO) = 93 / (9 \cdot 6 \cdot 3)$$

$$RBF(FO) = 93 / 162$$

$$RBF(FO) = 0,57 \cdot 100 = 57\%$$

Análisis y discusión: Las Fortalezas y oportunidades están representadas por la matriz de acción FO, donde sobresalen cuatro fortalezas a saber (F1) Producción de

mermeladas artesanales, (F2) Presencia de cooperativas de transporte (camionetas) en la parroquia de Calpi, (F4) Diversidad de emprendimientos y (F7) Actividades turísticas variadas; y dos oportunidades (O1) Interés por parte del turista en conocer lugares al aire libre y (O4) Llegan al CTC grupos grandes, las cuales de acuerdo al radio de balance figuran un ambiente favorable las mismas que generan un desarrollo en el CTC

Tabla 20*Matriz de acción DA*

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	TOTAL
D1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	10
D2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	15
D3	1	1	1	2	1	1	1	1	2	11
D4	2	2	2	2	2	2	2	1	3	18
D5	2	2	2	2	2	1	2	1	3	17
D6	1	1	2	1	2	2	2	2	2	15
D7	1	1	1	2	2	1	2	2	2	14
D8	2	2	1	3	2	2	2	1	3	18
D9	1	1	1	2	1	1	1	1	1	10
D10	3	1	1	2	2	2	2	2	1	16
D11	2	2	2	1	2	3	2	3	1	18
TOTAL	18	16	16	20	19	18	19	16	20	162

Nota. La tabla representa matriz de acción DA.

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

$$RBF(DA) = 162 / (11 * 9 * 3)$$

$$RBF(DA) = 162 / 297$$

$$RBF(DA) = 0,54 * 100 = 54\%$$

Análisis y discusión: Las debilidades y amenazas están representadas en la matriz de acción DA, en donde se evidencian cuatro debilidades (D4) Escasa promoción turística, (D5) Talento humano deficiente , (D8) Clientes insatisfechos y (D11) Dependencia de una sola persona para todas las áreas en el CTC (cocina, recepción, lavandería) ; y cuatro amenazas (A4) Baja afluencia de turistas por emergencia sanitaria Covi-19, (A5) No existe transporte público, (A7) Migración y (A9) Desinterés por parte de las autoridades competentes, las cuales de acuerdo al radio de balance generan una posición desfavorable para el desarrollo de la parroquia, las cuales deben ser superadas.

Tabla 21*Matriz de acción FA*

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	TOTAL
F1	1	1	3	2	2	2	2	3	1	17
F2	1	3	1	2	2	3	1	1	1	15
F3	1	1	1	3	3	1	3	1	3	17
F4	2	2	2	3	3	2	3	2	2	21
F5	1	1	1	2	2	1	2	1	1	12
F6	1	1	1	2	1	1	2	1	1	11
F7	2	2	2	1	2	2	2	2	2	17
F8	1	3	1	2	2	1	1	1	1	13
F9	1	1	1	2	2	1	2	1	3	14
TOTAL	11	15	13	19	19	14	18	13	15	137

Nota. La tabla representa matriz de acción FA.

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

$$\mathbf{RBF(FA)= 137 (9*9*3)}$$

$$\mathbf{RBF(FA)= 137/243}$$

$$\mathbf{RBF(FA)= 0.56*100= 56\%}$$

Análisis y discusión: Las Fortalezas y Amenazas están representadas en la matriz de acción FA, donde sobresalen cuatro fortalezas (F1) Producción de mermeladas artesanales, (F3) Presencia de cooperativas de transporte (camionetas) en la parroquia Calpi, (F4) Diversidad de emprendimientos y (F7) Actividades turísticas variadas; y tres amenazas (A4) Baja afluencia de turistas por emergencia sanitaria Covi-19, (A5) No existe transporte público y (A7) Desinterés por parte de las autoridades competentes, las cuales de acuerdo al radio de balance se puede aprovechar las fuerzas de la parroquia para evitar o disminuir las repercusiones de las amenazas en el CTC.

Tabla 22*Matriz de acción DO*

	O1	O2	O3	O4	O5	O6	TOTAL
D1	2	1	1	2	1	1	8
D2	1	2	1	1	1	2	8
D3	2	3	1	2	1	1	10
D4	1	2	2	2	2	3	12
D5	1	2	2	2	2	2	11
D6	1	1	1	1	1	1	6
D7	1	1	1	1	1	1	6
D8	2	2	2	2	2	2	12
D9	2	1	1	1	1	2	8
D10	2	1	1	3	1	1	9
D11	3	1	1	1	1	1	8
TOTAL	18	17	14	18	14	17	98

Nota. La tabla representa matriz de acción DO.

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

$$\mathbf{RBF(DO)}= 98/ (11*6*3)$$

$$\mathbf{RBF(DO)}= 98/ 198$$

$$\mathbf{RBF(DO)}= 0,49* 100= 49\%$$

Análisis y discusión: Las debilidades y amenazas están representadas en la matriz de acción DO, donde sobresalen cuatro debilidades (D4) Escasa promoción turística, (D5) Talento humano deficiente, (D8) Clientes insatisfechos, (D11) Dependencia de una sola persona para todas las áreas en el CTC (cocina, recepción, lavandería); y cuatro oportunidades (O1) Interés por parte del turista en conocer lugares al aire libre, (O2) Interés por parte del turista de conocer nuevas formas de vida, (O4) Llegan al CTC grupos grandes y (O6) Apoyo financiero por parte de la Fundación Ahuana, las cuales de acuerdo al ratio de balance generan una posición poco favorable para el desarrollo del Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” las cuales a corto o largo plazo deberán convertirse en oportunidades para el beneficio del territorio.

En este sentido, se tuvo como resultado que la matriz (FO) fortalezas y oportunidades tiene un ratio de balance de fuerza del 57% lo que quiere decir, que existen una probabilidad considerable acerca de las oportunidades en el ambiente externo, seguido de la matriz (DA) debilidades y amenazas con 54% evidente que las debilidades pueden opacar o evitar hacer uso de las oportunidades del ambiente externo, asimismo la matriz (FA) fortalezas y amenazas con el 56% donde es evidente que existe una corta diferencia con las oportunidades, y finalmente la matriz (DO) debilidades y oportunidades con el 49% evidente que las debilidades pueden opacar o evitar hacer uso de las oportunidades del ambiente externo, porcentajes que muestran el valor de importancia para establecer estrategias a corto o largo plazo para el fortalecimiento del desarrollo del Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” Ver tabla 22.

Tabla 23*Ratio de balance de fuerza*

RATIO DE BALANCE DE FUERZA		
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FORTALEZAS	FO	FA
	57%	56%
DEBILIDADES	DO	DA
	49%	54%

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

Al concluir con el cálculo del Ratio Balance Fuerza, se identificó el porcentaje de mayor importancia de los ámbitos internos y externos del presente proyecto, los mismos que son representados en las matrices FODA-FADO, las cuales permitieron identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas más relevantes para el Centro de Turismo Comentario “Quilla Pacari” descritas en la siguiente tabla:

Tabla 24*Fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relevantes*

Fortalezas, debilidades, Oportunidades y Amenazas relevantes
FORTALEZAS RELEVANTES
F1: Producción de mermeladas artesanales
F3: Presencia de cooperativas de transporte (camionetas) en la parroquia Calpi
F4: Diversidad de emprendimientos
F7: Actividades turísticas variadas

Fortalezas, debilidades, Oportunidades y Amenazas relevantes

DEBILIDADES RELEVANTES

D4: Escasa promoción turística

D5: Talento humano deficiente

D8: Clientes insatisfechos

D11: Dependencia de una sola persona para todas las áreas en el CTC (cocina, recepción, lavandería)

D7: Ausencia de profesionales en turismo dentro del Gad Parroquial

OPORTUNIDADES RELEVANTES

O1: Interés por parte del turista en conocer lugares al aire libre

O2: Interés por parte del turista de conocer nuevas formas de vida

O4: Llegan al CTC grupos grandes

O6: Apoyo financiero por parte de la Fundación Ahuana

AMENAZAS RELEVANTES

A4: Baja afluencia de turistas por emergencia sanitaria Covi-19

A5: No existe transporte público

A6: Migración

A7: Desinterés por parte de las autoridades competentes.

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

Elaborado propia, 2022.

Análisis y discusión: Identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de mayor importancia es crucial ya que son estas las que permiten tener una visión amplia de la situación actual del lugar con el fin de generar estrategias en pro de la dinamización del turismo en el Centro Comunitario “Quilla Pacari”

b) **Matriz de síntesis estratégica:** Mediante la matriz de síntesis estratégica (ver tabla 24) se generan estrategias de desarrollo para dinamizar el turismo en el Centro Comunitario “Quilla Pacari”, en donde existe una confluencia entre las fortalezas y las oportunidades (FO) que permiten aprovechar de los factores externos obteniendo estrategias ofensivas, por otro lado la confluencia entre las fortalezas y amenazas (FA) generan estrategias defensivas que atenúan el riesgo del entorno, además se crea el cruce entre las debilidades y oportunidades (DO) con el propósito de mitigar las debilidades internas aprovechando las oportunidades externas y por último la combinación entre las debilidades con las amenazas (DA) se dan uso para aminorar las debilidades cuando no existen las fortalezas necesarias.

Tabla 25

Matriz de síntesis estratégica

Estrategias					
		OPORTUNIDADES	AMENAZAS		
		O1	Interés por parte del turista en conocer lugares al aire libre	A4	Baja afluencia de turistas por emergencia sanitaria Covi-19
		O2	Interés por parte del turista de conocer nuevas formas de vida	A5	No existe transporte público
		O4	Llegan al CTC grupos grandes	A7	Desinterés por parte de las autoridades competentes.
		O6	Apoyo financiero por parte de la Fundación Ahuana	A9	Escasas oportunidades laborales
	FORTALEZAS	FO		FA	
F1	Producción de mermeladas artesanales	E1	F1-O4 Implementar ferias y actividades turísticas	E9	F1-A4 Coordinar la distribución de productos

Estrategias			
			<p>basados en la producción de mermeladas artesanales.</p> <p>mediante empresas intermediarias para no depender de la venta directa al consumidor</p>
F3	Presencia de cooperativas de transporte (camionetas) en la parroquia Calpi	E2	<p>F3-O1-O4 Generar un convenio con las cooperativas de transporte para permitir a los turistas movilizarse libremente y conocer los recursos naturales del sector.</p> <p>F3-A5 Implementar puntos y horarios estratégicos de las cooperativas de camionetas para mitigar la necesidad de transporte público.</p>
F4	Diversidad de emprendimientos	E3	<p>F4-O6 Destinar una parte de financiamiento del CTC para impulsar ferias de emprendimientos locales, los cuales sirvan como atractivo turístico y a su vez permita</p> <p>F4-A9 Impulsar los emprendimientos locales para generar fuentes de empleo.</p>

Estrategias					
			generar nuevas fuentes de ingresos		
F7	Actividades turísticas variadas	E4	F7-O4 Generar horarios de tours guiados para recorrer los diferentes lugares turísticos	E12	F7-A7 Buscar medios alternativos para promocionar la oferta turística del CTC
	DEBILIDADES	DO		DA	
D4	Escasa promoción turística	E5	D4-O6 Implementar una campaña de marketing para la promoción de los atractivos turísticos.	E13	D4-A4 Gestionar campañas de promoción de atractivos de Quilla Pacari
D5	Talento humano deficiente	E6	D5-O4 Contratar personal capacitado para la atención de turistas y gestión del CTC.	E14	D5-A9 Generar convenios de capacitación con el objetivo que el talento humano siga aprendiendo.
D8	Clientes insatisfechos	E7	D8-O2 Incorporar actividades que compartan el estilo de	E15	D8-A4 Mejorar la calidad del servicio a los clientes e

Estrategias				
			vida dentro de la comunidad y medir el nivel de acogida de los turistas	incentivar que recomienden el lugar
			Dependencia de una sola persona para todas las áreas en el CTC (cocina, recepción, lavandería)	
D11		E8	D11-O4 Incorporar personal calificado para abastecer las necesidades de los turistas	E16 D11-A9 Crear ferias para promocionar Quilla Pacari con el objetivo de atraer a la demanda turística.

Nota. La tabla representa la matriz de síntesis estratégica.

Análisis y discusión: Las estrategias anteriormente descritas fueron diseñadas mediante el cruce metodológico FOFA - DODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) de mayor relevancia logrando obtener una amalgama de actividades que permitan el dinamizar el turismo en “Quilla Pacari”.

Proyección estratégica

Para la proyección estratégica es necesario tener claro los objetivos y estrategias planteadas en el direccionamiento estratégico, en este punto de la investigación es necesario dar respuesta a la siguiente interrogante: ¿Cómo logrará Quilla Pacari los objetivos y metas planteadas?, es así que es en esta etapa es primordial definir el tiempo en el que se esperan ver los resultados.

Además, es necesario establecer planes de acción para las actividades y sus posibles fuentes de refuerzo, así mismo “la proyección estratégica permite concretar, con mayor o menor grado a detalle, las aspiraciones de la comunidad a nivel de proyectos sustentados en el potencial que poseen y en el patrimonio comunitario” así también para el desarrollo de esta es necesario seguir los siguientes pasos:

- a) Planificación de proyectos:** Realizar un levantamiento de los proyectos (ver tabla 25) basados en las estrategias planteadas, teniendo en cuenta su dimensión (económica, social y turística), así también el objetivo estratégico que persigue la misma, tiene la finalidad de conseguir un crecimiento socioeconómico dentro del Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”.

Tabla 26*Planificación de proyectos*

Centro de Turismo Comunitario “QUILLA PACARI”		
Dimensión	Objetivo estratégico	Proyectos
Económico	Implementar ferias y actividades turísticas basados en la producción de mermeladas artesanales.	Promoción de las mermeladas.
	Coordinar la distribución de productos mediante empresas intermediarias para no depender de la venta directa al consumidor.	Convenios con supermercados.
	Destinar una parte de financiamiento del CTC para impulsar ferias de emprendimientos locales, los cuales sirvan como atractivo turístico y a su vez permita generar nuevas fuentes de ingresos	Direccionamiento de recursos económicos a planes de acción locales.
	Impulsar los emprendimientos locales para generar fuentes de empleo	Ferias de emprendimientos.
	Crear ferias de trabajo para contratar más personal y ofrecer oportunidades de trabajo a los habitantes de la comunidad	Contratación de personal.

Centro de Turismo Comunitario “QUILLA PACARI”		
Social	Generar un convenio con las cooperativas de transporte para permitir a los turistas movilizarse libremente y conocer los recursos naturales del sector.	Gestión de tarifas apropiadas
	Implementar puntos y horarios estratégicos de las cooperativas de camionetas para mitigar la necesidad de buses públicos.	Alianza estratégica con la cooperativa de camionetas de Calpi
	Mejorar la calidad del servicio a los clientes e incentivar que recomienden el lugar.	Capacitaciones en mejora continua.
Turístico	Generar horarios de tours guiados para recorrer los diferentes lugares turísticos.	Diseño la oferta turística de “Quilla Pacari”.
	Buscar medios alternativos para promocionar la oferta turística del CTC.	Alianzas estratégicas con la CORDTUCH.
	Implementar una campaña de marketing para la promoción para los atractivos turísticos.	Plan de marketing del producto turístico.
	Gestionar campañas de promoción de atractivos de Quilla Pacari.	Publicidad del producto turístico.
	Contratar personal capacitado para la atención de turistas y gestión del CTC.	Plan de contratación con lineamientos específicos.

Centro de Turismo Comunitario “QUILLA PACARI”	
<p>Generar convenios con programas de capacitación para contar con un personal mejor capacitado.</p>	<p>Plan de incentivos para que el personal se capacite</p>
<p>Incorporar actividades que compartan el estilo de vida dentro de la comunidad y medir el nivel de acogida de los turistas.</p>	<p>Tardes culturales</p>
<p>Incorporar personal calificado para abastecer las necesidades de los turistas</p>	<p>Talento humano calificado.</p>

Nota. La tabla muestra las estrategias con sus respectivos proyectos.

- b) Priorización de proyectos:** Evaluación cuantitativa de los proyectos planteados, para la priorización de los mismos, según el posible valor de impacto (Fuerte (9), Moderado (6), Débil (3) y Ninguno (0)).

Una vez asignado el valor de impacto por cada proyecto se multiplica el peso de cada objetivo por el valor de impacto, este resultado se suma generando un valor indicativo para la priorización de dichos proyectos, para finalmente dar prioridad a los valores más altos, tal como se observa a continuación:

Tabla 27

Matriz de priorización de proyectos

QUILLA PACARI																		
Dimensión	Valor de impacto:																	
	Fuerte (9) Moderado (6) Débil (3) Ninguno (0)	Proyectos	Promoción de las mermeladas.	Convenios con supermercados.	Direccionamiento de recursos económicos a planes de acción	Ferias de emprendimientos.	Contratación de personal.	Gestión de tarifas apropiadas	Alianza estratégica con la cooperativa de camionetas	Capacitaciones en mejora continua	Diseño la oferta turística de " Quila Pacari"	Alianzas estratégicas con la CORDTI ICH	Plan de marketing del producto turístico	Publicidad del producto turístico.	Plan de contratación con lineamientos específicos	Plan de incentivos para que el personal que se capacite	Tardes culturales	Talento humano calificado
Objetivos estratégicos	Peso	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	
Económica	Implementar ferias y actividades turísticas	6,25 %	9	6	3	3	6	6	9	6	6	6	9	3	3	3	3	

Destinar una
parte de
financiamien
to del CTC
para
impulsar
ferias de
emprendimi
entos
locales, los
cuales
sirvan como
atractivo
turístico y a
su vez
permita
generar
nuevas

6,25
%

6 6 9 3 3 6 3 0 9 3 6 9 3 6 6 6

fuentes de
ingresos

Impulsar los
emprendimi
entos

locales para generar	6,25 %	9	6	3	3	3	6	0	6	6	6	6	9	3	3	3	3
-------------------------	-----------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

fuentes de
empleo

Impulsar los
emprendimi
entos

locales para generar	6,25 %	3	9	3	3	6	6	3	3	6	6	6	9	3	3	3	3
-------------------------	-----------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

fuentes de
empleo

de las
cooperativas
de
camionetas
para mitigar
la necesidad
de buses
públicos.

Mejorar la
calidad del
servicio a

los clientes 6,25
e incentivar %

3	6	9	3	3	3	9	6	6	6	3	9	3	3	3	9
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

que
recomiende
n el lugar

Implementar una campaña de marketing para la promoción para los atractivos turísticos.

6,25 %

3 9 3 6 3 9 6 6 3 6 3 9 6 9 6 9

Gestionar campañas de promoción de atractivo de Quilla Pacari

6,25 %

6 6 6 3 9 3 6 3 3 3 3 9 6 6 3 9

Contratar personal capacitado para la atención de turistas y gestión del CTC

6,25 %	3	3	6	6	6	9	9	3	3	3	3	6	6	9	3	3
--------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Generar convenios con programas de capacitación para contar con un personal

6,25 %	0	3	3	3	3	9	6	3	3	6	3	6	3	3	3	3
--------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

mejor
capacitado

Incorporar
actividades
que
compartan
el estilo de
vida dentro
de la
comunidad y
medir el
nivel de
acogida de
los turistas

6,25
%

3 3 6 9 3 3 6 3 6 3 3 9 9 9 6 3

Incorporar nuevo personal para abastecer las necesidades de los turistas	6,25 %	3	9	3	3	3	3	9	3	3	3	6	6	3	9	3	3
Sumatoria	100%	5	5,625	4,687	5	5	6,2	5,81	5	4,31	5	4,31	7,5	5	6,6	4	5,063
Priorización de proyectos		7	5	8	8	8	3	4	8	9	8	9	1	8	2	10	6

Nota. La tabla muestra la matriz de pririzacion de proyectos.

La tabla tiene una calificación del 100% y presenta 10 niveles; los cuales se considera del nivel 1 al 5, involucrando al nivel 5 con su máxima puntuación con 7.5; el nivel 2 con una puntuación de 6.6; el nivel 3 con una puntuación de 6.2; el nivel 4 con una puntuación de 5.81; y finalmente el nivel 5 con una puntuación de 5.6.

Tabla 28

Proyectos priorizados

Prioridad	Proyecto
1	Publicidad del producto turístico
2	Plan de incentivos para que el personal se capacite
3	Gestión de tarifas apropiadas.
4	Alianza estratégica con la cooperativa de camionetas.
5	Convenios con supermercados.

Nota. La tabla muestra los proyectos priorizados.

- c) Determinación de proyectos:** Es el proceso por el cual se definieron las actividades necesarias a seguir en cada proyecto planteado (Ver tablas de 27 a 32), así mismo se identificaron las metas, recursos y limitaciones que se podrían presentar en el transcurso de la realización, así también se identificaron los valores estimados para el cumplimiento de los objetivos planeados, además se eligieron los proyectos de acuerdo a la tabla de priorización dando el desglose de 5 proyectos.

Tabla 29
Publicidad del producto turístico

PROYECTO N°1																		
INFORMACION GENERAL																		
1.		TURISTICA																
PERSPECTIVA:		Publicidad del producto turístico																
PROYECTO		Coordinación del CTC "Quilla Pacari"																
RESPONSABLE																		
2. OBJETIVOS																		
Objetivo estratégico		Gestionar campañas de promoción de atractivos de Quilla Pacari																
Objetivo Operativo		Diseñar publicidad que permita difundir la oferta del CTC "Quilla Pacari" con la finalidad de captar al mayor publico posible																
3. CURSOS DE ACCION																		
a) Planificación del estudio																		
ACTIVIDAD		2022					2023					INDICADOR DE ÉXITO		% DE CLIENTES CLAVES				
		OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	METAS	RECURSOS	LIMITACIONES	PRESUPUESTO
Publicidad del producto turístico																		370
1	Capacitaciones de marketing														Automatizar procesos			100
2	Capacitaciones de creación de páginas														Conocer estándares y mejores prácticas	Capacitaciones on line,	Escaso deseo de aprender	100
3	Generar un banco multimedia digital														Tener FB e Insta de "QP"	Cursos gratuitos en la web,	Incentivo escaso	25
4	Crear paginas oficiales														Tomar fotografías de "QP"	Internet exequible,		100
5	Hacer publicidad 3 veces por semana														Generar contenido	computadoras en el CTC	Mujeres adultas mayores	30
6	Pagar a FB para llegar a la mayor cantidad de personas con la publicidad														Presupuesto para publicidad pagada			15
Fecha de inicio		Octubre del 2022																
Fecha de Terminación		Octubre del 2023																
Unidad de medida:		Porcentaje de avance del proyecto																
b) Seguimiento y Retroalimentación		Informe semestral																
Verificación Parcial Inicial:		Octubre del 2022																
Verificación Parcial Final		Octubre del 2023																
4.-		OBSERVACIONES																

Nota. La tabla muestra el proyecto de prioridad 1 que gira en torno a la publicidad del producto turístico.

Tabla 30

Plan de incentivos para que el personal se capacite

PROYECTO N°2																		
1	INFORMACION GENERAL																	
.-	PERSPECTIVA: TURISTICA																	
	PROYECTO Plan de incentivos para que el personal se capacite																	
	RESPONSABLE Secretaria del CTC "Quilla Pacari"																	
2	OBJETIVOS																	
.-	Objetivo estratégico Generar convenios con programas de capacitación para contar con un personal capacitado																	
	Objetivo Operativo Contar con talento humano especializado en el sector turístico																	
3	CURSOS DE ACCION																	
.-	a) Planificación del estudio																	
ACTIVIDAD		2022					2023					INDICADOR DE ÉXITO		% DE CLIENTES CLAVES				
		OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGS	SEP	OCT	METAS	RECURSOS	LIMITACIONES	PRESUPUESTO
Plan de incentivos para que el personal se capacite																		610
1	Buscar programas de capacitación														Obtener información			10
2	Generar incentivos para el autoaprendizaje															Internet, Computadoras, libros y cursos	Falta de interés	500
3	Inscribir al personal														Aumentar cantidad de personal inscrito			100
4	Generar espacios de divulgación de saberes														Compartir conocimientos			0
	Fecha de inicio													Octubre del 2022				
	Fecha de Terminación													Enero del 2023				
	Unidad de medida:													Porcentaje de avance del proyecto				
															b) Seguimiento y Retroalimentación		Informe bimestral	

Verificación Parcial Inicial:	Octubre del 2022
Verificación Parcial Final	Enero del 2023
4	
.- OBSERVACIONES	

Nota. La tabla muestra el proyecto de prioridad 2 que gira en torno a las capacitaciones con incentivos para el autoaprendizaje

Tabla 31

Gestión de tarifas apropiadas

PROYECTO N°3																		
1. INFORMACION GENERAL																		
PERSPECTIVA:		SOCIAL																
PROYECTO		Gestión de tarifas apropiadas.																
RESPONSABLE		Tesorera del CTC "Quilla Pacari"																
2.- OBJETIVOS																		
Objetivo estratégico		Generar convenios con las cooperativas de transporte para una mejor movilización																
Objetivo Operativo		Contar con medios de transporte disponibles en el CTC																
3.- CURSOS DE ACCION																		
a) Planificación del estudio																		
ACTIVIDAD		2022							2023						INDICADOR DE ÉXITO		% DE CLIENTES CLAVES	
		OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	METAS	RECURSOS	LIMITACIONES	PRESUPUESTO
Gestión de tarifas apropiadas.																		0
1	Acercamiento con la compañía de transporte														Plantear posibles alianzas	Lista de posibles rutas, camiones netas.	Posible desinterés por parte de los transportistas	0
2	Definir tarifas y rutas turísticas														Definición de precios			0
3	Firmar un contrato de prestación de servicios														Legalizar el convenio			0
4	Realizar seguimiento de los choferes														Medir calidad de servicio			0

Fecha de inicio	Abril del 2023
Fecha de Terminación	Octubre del 2023
Unidad de medida:	Porcentaje de avance del proyecto
b) Seguimiento y Retroalimentación	Informe trimestral
Verificación Parcial Inicial:	Abril del 2023
Verificación Parcial Final	Octubre del 2023
4.- OBSERVACIONES	

Nota. La tabla muestra el proyecto de priorización 3 que gira en torno a la contratación de camionetas de Calpi.

Tabla 32

Alianza estratégica con la cooperativa de camionetas

PROYECTO N°4																		
1.- INFORMACION GENERAL																		
PERSPECTIVA:		SOCIAL																
PROYECTO		Alianza estratégica con la cooperativa de camionetas.																
RESPONSABLE		Coordinadora del CTC "Quilla Pacari"																
2.- OBJETIVOS																		
Objetivo estratégico		Generar convenios con las cooperativas de transporte para una mejor movilización																
Objetivo Operativo		Contar con medios de transporte disponibles en la Comunidad																
3.- CURSOS DE ACCION																		
a) Planificación del estudio																		
ACTIVIDAD		2022					2023					INDICADOR DE ÉXITO		% DE CLIENTES CLAVES				
Presupuesto		CT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	METAS	RECURSOS	LIMITACIONES	PRESUPUESTO
		30																
1	Acercamiento con la compañía de transporte														Plantear posibles alianzas	Lista de posibles rutas, cooperativa de	Posible desinterés por parte de los	0
2	Definir horarios, paradas y tarifas														Definición de precios			0

3	Socializar la disposición a la comunidad										Promover el uso	transpo	transporti	0
4	Realizar seguimiento de los choferes										Medir calidad de servicio	camionetas.		30
	Fecha de inicio	Octubre del 2022												
	Fecha de Terminación	Enero del 2023												
	Unidad de medida:	Porcentaje de avance del proyecto												
	b) Seguimiento y Retroalimentación	Informes bimestrales												
	Verificación Parcial Inicial:	Octubre del 2022												
	Verificación Parcial Final	Enero del 2023												
.- OBSERVACIONES														

Nota. La tabla muestra el proyecto de priorización 4 que gira en torno a alianzas estratégicas con la cooperativa de camionetas.

Tabla 33

Convenios con supermercados

PROYECTO N°5																		
1.- INFORMACION GENERAL																		
PERSPECTIVA:		ECONOMICO																
PROYECTO		Convenios con supermercados																
RESPONSABLE		Presidenta del CTC "Quilla Pacari"																
2.- OBJETIVOS																		
Objetivo estratégico		Coordinar la distribución de productos mediante empresas intermediarias para no depender de la venta directa al consumidor																
Objetivo Operativo		Generar ventas masivas con el objetivo de un desarrollo económico																
3.- CURSOS DE ACCION																		
a) Planificación del estudio																		
ACTIVIDAD	2022												2023		INDICADOR DE ÉXITO	% DE CLIENTES CLAVES		
Convenios con supermercados	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	METAS	RECURSOS	LIMITACIONES	PRESUPUESTO	

					1150			
1	Acercamiento con los supermercados				Definir posibles alianzas comerciales	Contactos, productos a ofrecer, instalaciones.	Desinterés por falta de los supermercados	0
2	Enseñar el producto				Control financiero			50
3	Definir precios, cantidades y comisiones				Legalización			0
4	Firmar un convenio				Abastecer a la demanda		Poca producción	500
5	Aumentar el volumen de producción							600
	Fecha de inicio	Febrero del 2023						
	Fecha de Terminación	Mayo del 2023						
	Unidad de medida:	Porcentaje de avance del proyecto						
	b) Seguimiento y Retroalimentación	Informes bimestrales						
	Verificación Parcial Inicial:	Febrero del 2023						
	Verificación Parcial Final	Mayo del 2023						
4.-	OBSERVACIONES							

Nota. La tabla muestra el proyecto de priorización 5 que gira en torno a los convenios con supermercados.

Conclusiones

- El presente proyecto de investigación está fundamentado teóricamente en diferentes trabajos del estado del arte, concernientes al Turismo Comunitario y Análisis Situacional, lo cual permitió generar el marco teórico y metodológico para sustentar la información recabada y planteada en este documento, además de seguir una serie de pasos metodológicos diseñados por distintos autores para plantear la estructura de la investigación y generar la descripción y análisis de la experiencia de Turismo Comunitario.
- El análisis del entorno situacional, en el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”, se realizó mediante distintas herramientas de recolección de datos, las cuales permitieron palpar de cerca el panorama generado tras la Pandemia Covid-19, en donde se pudo observar instalaciones equipadas en desuso, salas de eventos cerradas, además que el personal que laboraba en torno al turismo ahora está enfocado en otras actividades (ganaderas, agrícolas, comercio informal), todo esto debido a la baja afluencia turística que tiene el CTC.
- En las visitas realizadas al Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” se observó que la infraestructura y actividades turísticas son excelentes, sin embargo, no existe talento humano capacitado para dirigir el lugar lo cual genera un retraso en la reactivación y desarrollo económico tan esperado por quienes hacen del turismo de su profesión.
- Con la ayuda de la matriz FODA se estableció 16 estrategias entorno a las dimensiones económica, social y turística; además se planificaron varios proyectos para cumplir con cada estrategia sometiéndolos a un trabajo de priorización donde 6 proyectos son de carácter urgente para generar la reactivación paulatina del CTC.

Recomendaciones

- A la comunidad estudiantil se le recomienda que para la realización de proyectos investigativos es necesario basarse en fuentes bibliográficas confiables tales como tesis, libros, revistas, artículos científicos, entre otros; con el objetivo de fundamentar las futuras investigaciones.
- Al Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari” se le exhorta alcanzar a cumplir los proyectos planteados en el presente documento con la finalidad de lograr un mejor posicionamiento en el mercado turístico para generar un desarrollo económico y social.
- A los entes reguladores de la actividad turística de Chimborazo se anima a generar planes de reactivación y fomentar el turismo en todos los Centros Comunitarios que posee la provincia tales como Palacio Real, Comuna Tolte, La Moya y Quilla Pacari.
- A la Fundación Ahuana se le motiva a revisar el presente proyecto detenidamente, en especial las estrategias con sus respectivos proyectos con el fin de reactivar la actividad turística en el Centro Comunitario.

Bibliografía

Trabajos citados

- Agüera, F. O. (07 de Mayo de 2015). *Los impactos económicos, sociales y medioambientales negativos en el ecoturismo: una revisión de la literatura*. Recuperado el 06 de MAYO de 2022, de <https://revistas.ucm.es/index.php/NOMA/article/view/48781>
- AMA. (2022). *American Marketing Association*. Recuperado el 21 de Julio de 2022, de <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>
- Anguayca, L., & Díaz, L. (13 de abril de 2021). *Estrategia de turismo comunitario sostenible. caso comunidad san miguel bajo, Otavalo, Ecuador*. Recuperado el 06 de 17 de 2022, de *Estrategia de turismo comunitario sostenible. caso comunidad san Miguel bajo, Otavalo, Ecuador*: <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/498/341>
- Azevedo, L. L. (2007). *Ecoturismo de pueblos indígenas: Propuestas sostenibles*. La Paz - Bolivia: Artes Gráficas Sagitario srl. Obtenido de ECOTURISMO DE PUEBLOS INDÍGENAS: PROPUESTAS SOSTENIBLES: <http://documentoskoha.s3.amazonaws.com/11502.pdf>
- Baena, E., Sánchez, J., & Montoya, O. (Diciembre de 2003). *El entorno empresarial y la teoría de las cinco fuerzas competitivas*. Recuperado el 03 de Junio de 2022, de <file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-ELENTORNOEMPRESARIALYLA TEORIA DE LAS CINCO FUERZAS COMP-4845158.pdf>
- Baldeón, L. (2018). *Turismo de aventura para diversificar la oferta en la reserva de producción de fauna Chimborazo*. Recuperado el 18 de Julio de 2022, de

<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/4745/1/UNACH-EC-FCP-GEST-TUR-2018-0004.pdf>

Bebbington, A. (2019). *Gobernanzas de las industrias extractivas*. Lima : Universidad del Pacífico.

Beeton, S. (14 de Septiembre de 2006). *Community Development through Tourism*. Obtenido de Community Development through Tourism: <https://ebooks.publish.csiro.au/content/community-development-through-tourism#tab-info>

Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación*. Colombia: Pearson. Recuperado el 28 de Julio de 2022

Bernal, C. (2016). *Metodología de la Investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Colombia: PEARSON. Recuperado el 20 de Junio de 2022, de <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>

Bernal, C. (2016). *Metodología de la Investigacion. Administración, económica, humanidades y ciencias sociales*. Colombia, Colombia: Géminis Ltda. Recuperado el 19 de 06 de 2022

Blasco , M. (2005). *1er Jornadas sobre Turismo Sostenible en Aragón*. Obtenido de INTRODUCCIÓN AL CONCEPTO DE TURISMO SOSTENIBLE: <file:///C:/Users/HP/Desktop/DOC%20TEISS/aragon%2020065%20jornadas%20de%20t.%20sostenible.pdf>

Brundtland, B. (1987). *El desarrollo sostenible. Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo. Asamblea General de las Naciones Unidas*. Recuperado el 01 de JUNIO de 2022, de El desarrollo sostenible. Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio

Ambiente y Desarrollo. Asamblea General de las Naciones Unidas:
<https://desarrollosostenible.wordpress.com/2006/09/27/informe-brundtland>.

Bustamante, M., Albán, M., & Arguello, M. (2011). *LOS PÁRAMOS DEL CHIMBORAZO Un estudio socioambiental para la toma de decisiones. Gobierno autónomo descentralizado de Chimborazo / EcoCiencia / CONDESAN / Programa BioAndes / Proyecto Páramo Andino. Quito*. Recuperado el 21 de Julio de 2022, de LOS PÁRAMOS DEL CHIMBORAZO Un estudio socioambiental para la toma de decisiones. Gobierno autónomo descentralizado de Chimborazo / EcoCiencia / CONDESAN / Programa BioAndes / Proyecto Páramo Andino. Quito.: <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/56619.pdf>

Cañada, E., & Gascón, J. (Enero de 2005). “*Viajar a todo tren. Turismo, desarrollo y sostenibilidad*”. Recuperado el 30 de MAYO de 2022, de “Viajar a todo tren. Turismo, desarrollo y sostenibilidad”:
<https://www.researchgate.net/search.Search.html?type=publication&query=%E2%80%9CViajar%20a%20todo%20tren.%20Turismo,%20desarrollo%20y%20sostenibilidad%E2%80%9D>

Carrillo, A. (Septiembre de 2015). *Población y Muestra*. Recuperado el 20 de Junio de 2022, de <http://ri.uaemex.mx/oca/view/20.500.11799/35134/1/secme-21544.pdf>

Chicaiza, T., & Chontasi, D. (1 de MARZO de 2021). *Turismo Comunitario y Museo: Articulación para el Fortalecimiento de bases locales*. Recuperado el 30 de MAYO de 2022, de Turismo Comunitario y Museo: Articulación para el Fortalecimiento de bases locales: <https://journals.gdeon.org/index.php/esj/article/view/97/81>

College, O. (30 de 06 de 2016). *What is a PESTEL Analysis*. Recuperado el 02 de JUNIO de 2022, de <https://blog.oxfordcollegeofmarketing.com/2016/06/30/pestel-analysis/>

Comferencia Mundial del Turismo Sostenible. (Abril de 1995). CARTA DEL TURISMO SOSTENIBLE. *CARTA DEL TURISMO SOSTENIBLE*. Islas Canarias, España. Recuperado el 04 de JUNIO de 2022, de <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/11/Carta-del-Turismo-Sostenible-Lanzarote-Espan%CC%83a-1995.pdf>

Congreso Nacional. (27 de Diciembre de 2002). *Ley de Turismo*. Recuperado el 30 de MAYO de 2022, de Ley de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>

Constitución del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Recuperado el 29 de Junio de 2022, de <https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2008/6716.pdf>

Contreras, A. V. (enero - abril de 2005). *Análisis situacional, intervención y aprendizaje organizacional*. Recuperado el 02 de JUNIO de 2022, de <https://www.redalyc.org/pdf/206/20605305.pdf>

CORDTUCH. (2018). *Constituciones*. Recuperado el 01 de JULIO de 2022, de www.cordtuch.org.

Cumbre Mundial del Ecoturismo. (19 - 22 de Mayo de 2002). Declaración de Quebec sobre el ecoturismo. *Declaración de Quebec sobre el ecoturismo*. Quebec, Canadá. Recuperado el 04 de JUNIO de 2022, de <https://www.turismoycooperacion.org/OBSERTUR/X/03.pdf>

De Mendivil, E. (2013). *Análisis del entorno y prospectiva*. Instituto mediterraneo publicaciones. Recuperado el 19 de 06 de 2022, de

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=kMo1BgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA5&dq=+análisis+macroentorno&ots=l2JKIGXF1&sig=Mbh5s_Yyl5cZvriSoRPjKlwOtX0#v=onepage&q&=false

Del Valle, H. (2004). *Análisis Situacional* (Vol. I). México. Recuperado el 02 de JUNIO de 2022, de [file:///C:/Users/HP/Downloads/Analisis%20Situacional%20Libro%20%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/Analisis%20Situacional%20Libro%20%20(2).pdf)

Díaz, F. J., & Toro, A. I. (2020). *SARS-CoV-2/COVID-19: The virus, the disease and the pandemic*. Recuperado el 01 de junio de 2022, de SARS-CoV-2/COVID-19: The virus, the disease and the pandemic: <file:///C:/Users/HP/Downloads/covid-19.pdf>

Escribano, G., Alcaraz, J., & Fuentes, M. (2014). *Políticas de Marketing*. España: Paraninfo. Recuperado el Julio19 de 2022

FEPTCE. (2002). *Estatuto de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador*. Obtenido de Estatuto de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador.

FEPTCE. (2002). *Federación plurinacional de turismo comunitario del Ecuador*. Recuperado el MAYO de 06 de 2022, de Federación plurinacional de turismo comunitario del Ecuador: https://www.equatorinitiative.org/wp-content/uploads/2017/05/case_1_1363900152.pdf

FEPTCE. (2006). *Federación plurinacional de turismo comunitario del Ecuador*. Recuperado el 30 de MAYO de 2022, de Federación plurinacional de turismo comunitario del Ecuador: https://www.equatorinitiative.org/wp-content/uploads/2017/05/case_1_1363900152.pdf

Fosher, H. (2018). *Understanding the Marketing and Management of trails using PESTEL Analysis*. Recuperado el 02 de JUNIO de 2022, de Understanding the Marketing and Management of

trails using PESTEL Analysis:
<https://scholars.unh.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2182&context=thesis>

Fundación CODESPA. (2011). *Memoria 2011*. Recuperado el 06 de Mayo de 2022, de https://www.codespa.org/app/uploads/migrated_uploads/joomla/memoria/memoria-2011-codespa.pdf

GAD Parroquial Calpi . (2015). *Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquia de Santiago de CALPI*. Recuperado el 15 de Julio de 2022, de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0660821800001_Calpi%20ultimo%20_30-10-2015_21-08-14.pdf.

GAD Parroquial Calpi. (2015). *Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquia de Santiago de Calpi*. Recuperado el 19 de Julio de 2022, de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0660821800001_Calpi%20ultimo%20_30-10-2015_21-08-14.pdf.

GAD Riobamba. (Abril de 2021). *Riobamba o mejor*. Recuperado el 06 de Mayo de 2022, de <https://riobamba.com.ec/es-ec/chimborazo/riobamba/gestores-comunitarios/quilla-pacari-turismo-comunitario-a996ca701>

Gámez, F. (26 de Septiembre de 2014). *La dimensión social: un proceso sinérgico en la interacción universidad-comunidad a través de la función de extensión*. Obtenido de La dimensión social: un proceso sinérgico en la interacción universidad-comunidad a través de la función de extensión: <http://ve.scielo.org/pdf/ip/v30n1/art06.pdf>

- Grupo Banco Mundial. (2021). *Plan de inclusión indígena*. Recuperado el 01 de JULIO de 2022, de <https://documents1.worldbank.org/curated/en/813821468299972118/IPP5170v30SPAN0n0Indigena019072012.docx>
- Höckert, E. (16 de JUNIO de 2009). *Sociocultural sustainability of rural community-based tourism*. Recuperado el 30 de MAYO de 2022, de Sociocultural sustainability of rural community-based tourism: <file:///C:/Users/HP/Downloads/GraduHckert.pdf>
- Huilcapi, S., & Gallegos, D. (22 de 10 de 2020). *Importance of the situational diagnosis of the company*. Recuperado el 02 de junio de 2022, de Importance of the situational diagnosis of the company: [file:///C:/Users/HP/Downloads/ANALISIS%20SITUACIONAL%20REVISTA%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/ANALISIS%20SITUACIONAL%20REVISTA%20(3).pdf)
- INEC. (JULIO de 2019). *Pruebas de significancia estadística en encuestas de hogares*. Recuperado el 06 de MAYO de 2022, de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Junio/Pruebas_de_significancia_estadística_hogares.pdf
- Jiménez López, O., & Cavazos Arroyo, J. (2012). *El turismo orientado a los pobres: una alternativa estratégica para los países en desarrollo*. Recuperado el 30 de MAYO de 2022, de El turismo orientado a los pobres: una alternativa estratégica para los países en desarrollo: http://www.pasosonline.org/Publicados/10512/PS0512_02.pdf
- Kapferer, J. (1975). El análisis situacional: un enfoque olvidado en la investigación. *Revista del Centro de Estudios Educativos*, 37-74. Recuperado el 30 de Junio de 2022
- Koenes, A., & Soriano, C. (1994). *El plan de negocios*. Madrid. Recuperado el 19 de 06 de 2022, de <https://books.google.com.ec/books?id=9GnvdQknUeIC&printsec=frontcover&dq=El+plan+>

de+negocios.+Madrid:+Diaz+de+Santos&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=El%20plan%20de%20negocios.%20Madrid%3A%20Diaz%20de%20Santos&f=false

Landers, D. (1997). *The influence of exercise on mental health. President's Council on Physical Fitness and Sports*. Recuperado el 02 de JUNIO de 2022, de The influence of exercise on mental health. President's Council on Physical Fitness and Sports: <https://www.webharvest.gov/peth04/20041015212357/http://www.fitness.gov/mentalhealth.htm>

Linares, H., & Garrido, G. (ENERO - ABRIL de 2014). *Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento complejo*. Recuperado el 30 de MAYO de 2022, de Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento complejo: <https://www.redalyc.org/pdf/881/88130205003.pdf>

Loor, L., Plaza, N., & Medina, Z. (2021). Turismo comunitario en Ecuador: Apuntes en tiempos de pandemia. *Revista de Ciencias Sociales, XXVI (1)*. Recuperado el 04 de Agosto de 2022, de Turismo comunitario en Ecuador: Apuntes en tiempos de pandemia: <file:///C:/Users/HP/Downloads/35312-Textodelartculo-60601-1-10-20210228.pdf>

López, T., & Sánchez, S. (2009). *Turismo comunitario y generación de riqueza en países en vías de desarrollo. Un estudio de caso en el salvador*. MADRID, ESPAÑA. Recuperado el 30 de Junio de 2022, de <https://www.redalyc.org/pdf/367/36711903004.pdf>

Mabán, R. (11 - 17 de Diciembre de 2006). *La Agenda 21 impulsora del desarrollo sostenible y de la protección del medio ambiente en Europa y España*. Recuperado el 04 de JUNIO de 2022, de La Agenda 21 impulsora del desarrollo sostenible y de la protección del medio ambiente en Europa y España.

- Maldonado, C. (2005). *Pautas Metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario*. Ginebra - Suiza: Organización Internacional del Trabajo. Recuperado el Julio 18 de 2022
- Maldonado, C. (2005). *Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario*. Suiza. Recuperado el 28 de Julio de 2022
- Méndez, J. (2009). *Fundamentos de economía para la sociedad del conocimiento*. México: Mc Graw Hill. doi:file:///C:/Users/HP/Downloads/287393972_funadamentos_de_economia_pdf.pdf
- Millán, S. (2016). *Plan de negocio para la creación y puesta en marcha de una plataforma tecnológica que ofrece servicios online para la búsqueda de empleo: "Worksite"*. Recuperado el 02 de JUNIO de 2022, de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/65118/TRABAJO%20FINAL%20DE%20CARRERA%20SOFIA%20MILL%C3%81N%20CALABUIG%202016.pdf?sequence=1>
- Ministerio de Turismo. (2020). *Protocolo general de bioseguridad para turismo bioseguridad para turismo reapertura, en el contexto de la reapertura, en el contexto de la emergencia sanitaria por covid-19*. Recuperado el 01 de junio de 2022, de Protocolo general de bioseguridad para turismo bioseguridad para turismo reapertura, en el contexto de la reapertura, en el contexto de la emergencia sanitaria por covid-19: file:///C:/Users/HP/Downloads/Protocolo-General-de-Bioseguridad-para-Turismo-Comunitario-FINAL.pdf
- MINTUR. (2002). *Reglamento general de actividades turísticas*. Quito: Lexis. Recuperado el 30 de MAYO de 2022, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-GENERAL-DE-ACTIVIDADES-TURISTICAS.pdf>

MINTUR. (07 de ABRIL de 2009). *Instructivo para registro de centros turísticos comunitarios*.

Recuperado el 30 de MAYO de 2022, de Instructivo para registro de centros turísticos comunitarios: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/INSTRUCTIVO-PARA-REGISTRO-DE-CTC.pdf>

MINTUR. (22 de Junio de 2022). *Turismo en cifras*. Recuperado el Julio de 20 de 2022, de Turismo

en cifras: <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/>

MINTUR. (20 de Julio de 2022). *Turismo en Cifras*. Recuperado el 31 de Julio de 2022, de Turismo

en Cifras: <https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador>

Miranda, S., Tierra, N., Lozano, P., & Tayupanta, M. (01 de Junio de 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. Recuperado el 06 de Mayo de 2022, de <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/2743/5789#>

Murphy, P. (1985). *Tourism a xommunity approach* (Vol. 4). New York : Routledge. Obtenido de

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=QjDseptVZ_IC&oi=fnd&pg=PR1&dq=peter+murphy+1985+Tourism:+A+community+approach&ots=As8WARBocc&sig=a7sXwBsDxA3lgLKw3uHBO90OI4l#v=onepage&q=peter%20murphy%201985%20Tourism%3A%20A%20community%20approach&f=false

National Centre For Tourism. (1999). *Successful Tourism at Heritage Places ? A guide for tourism*

operators, heritage managers and communities. Australia. Recuperado el 30 de MAYO de 2022, de <https://www.ecotourism.org.au/assets/Resources-Hub-Indigenous-Tourism/Successful-Tourism-at-Heritage-Places.pdf>

- OIT. (2005). *Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario*. Ginebra. Recuperado el 30 de Junio de 2022, de <file:///C:/Users/HP/Desktop/deberes%20mic/Pautas%20metodol%C3%B3gicas%20para%20el%20an%C3%A1lisis.pdf>
- OMS. (11 de Marzo de 2020). Recuperado el 06 de MAYO de 2022, de <https://www.paho.org/es/noticias/11-3-2020-oms-caracteriza-covid-19-como-pandemia>
- OMT. (2002). *Tourism and Poverty Alleviation*. Recuperado el 06 de MAYO de 2022, de *Tourism and Poverty Alleviation*.
- OMT. (2020). *COVID-19 Y EL SECTOR TURÍSTICO*. Recuperado el 01 de junio de 2022, de *COVID-19 Y EL SECTOR TURÍSTICO*: unwto.org/es/covid-19-y-sector-turistico-2020
- ONU. (4 de AGOSTO de 1987). *Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo*. Recuperado el 30 de MAYO de 2022, de *Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo*: https://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE_LECTURE_1/CMMAD-Informe-Comision-Brundtland-sobre-Medio-Ambiente-Desarrollo.pdf
- ONU. (1992). *Convenio sobre la diversidad biológica*. Recuperado el 30 de MAYO de 2022, de *Convenio sobre la diversidad biológica*: <https://www.cbd.int/doc/legal/cbd-es.pdf>
- OPS, O. P. (04 de Abril de 2021). *Novel Coronavirus 2019*. Recuperado el 01 de junio de 2022, de *Novel Coronavirus 2019*: [file:///C:/Users/HP/Downloads/organizacion%20panamaamericana%20de%20la%20salud%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/organizacion%20panamaamericana%20de%20la%20salud%20(1).pdf)

Orgaz, F. (02 de Septiembre de 2013). *El turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados*. Recuperado el 01 de Junio de 2022, de El turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados: file:///C:/Users/HP/Downloads/42908-Texto%20del%20art%C3%ADculo-62854-2-10-20130911%20(4).pdf

Orgaz, F. (2013). *El turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados*. República Dominicana. Recuperado el 30 de Junio de 2022, de file:///C:/Users/HP/Downloads/42908-Texto%20del%20art%C3%ADculo-62854-2-10-20130911%20(6).pdf

Orjuela, L., & Chaparro, M. (2008). *Perfil del consumidor y comportamiento de compra en la tienda la Riviera del centro comercial "el retiro"*. Recuperado el 02 de JUNIO de 2022, de Perfil del consumidor y comportamiento de compra en la tienda la Riviera del centro comercial "el retiro": <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9229/tesis317.pdf>

Orozco, A., & Tierra, J. (2011). *"Plan de negocios para la comercialización de mermeladas en la asociación Quilla Pacari en la parroquia de Chimborazo, ciudad de Riobamba, parroquia Calpi, comunidad san francisco de Cunuguachay en el periodo 2011-2012"*. RIOBAMBA. Recuperado el 14 de Julio de 2022, de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2738/1/52T00205.pdf>

Palacios, C. G. (04 de OCTUBRE de 2016). *TURISMO COMUNITARIO EN ECUADOR*. Recuperado el 30 de MAYO de 2022, de TURISMO COMUNITARIO EN ECUADOR: <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180747502011.pdf>

- PDOT. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Chimborazo*. Recuperado el 06 de 17 de 2022, de Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Chimborazo: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0660000280001_PDyOT%20FINAL%20-%20160516%2013y50_16-05-2016_19-06-53.pdf
- Ponce, H. (2006). *La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales*. Recuperado el 02 de JUNIO de 2022, de La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales: <http://www.eumed.net/ce/>
- Ponce, H. (enero junio de 2007). *La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones*. Recuperado el 02 de JUNIO de 2022, de La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones: <https://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf>
- Ponce, H. (2007). La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 12, 113 - 130. doi:<https://www.redalyc.org/pdf/292/29212108.pdf>
- Porter, M. (Enero de 2008). *Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia*. Recuperado el 02 de JUNIO de 2022, de Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia: https://utecno.files.wordpress.com/2014/05/las_5_fuerzas_competitivas-_michael_porter-libre.pdf

Porter, M. (2017). *Ser Competitivo*. España: Artes Gráficas Huertas. Recuperado el 02 de JUNIO de 2022, de file:///C:/Users/HP/Desktop/SER_COMPETITIVO_Edicion_actualizada_y_au.pdf

Professional Academy. (2018). *Marketing theories- PESTEL analysis*. Recuperado el 02 de JUNIO de 2022, de Marketing theories- PESTEL analysis: <https://www.professionalacademy.com/blogs/marketing-theories-pestel-analysis/>

Rio de Janeiro, B., & Naciones Unidas. (1992). *Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo: Principios relativos a los bosques*. Recuperado el 04 de JUNIO de 2022, de Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo: Principios relativos a los bosques: http://siga.jalisco.gob.mx/assets/documentos/TratadosInt/DeclaraRio_92.htm

Rivera, J., & de Garcillán, M. (2012). *Dirección de Marketing Fundamentos y aplicaciones* (tercera ed.). Madrid: Esic. Recuperado el 19 de 06 de 2022

Rodríguez, D. (2015). *Diagnóstico Organizacional*. Santiago de Chile: Ediciones UC. Recuperado el 02 de JUNIO de 2022, de <https://ediciones.uc.cl/diagnostico-organizacional.html>

Ruiz, E., & Solis, D. (2007). *TURISMO COMUNITARIO EN ECUADOR Desarrollo y sostenibilidad social*. Recuperado el 30 de MAYO de 2022, de TURISMO COMUNITARIO EN ECUADOR Desarrollo y sostenibilidad social: <https://animacionsociocultural2013.files.wordpress.com/2013/05/turismo-comunitario-en-ecuador.pdf>

Salazar, C., & Jiménez, W. (2022). Reactivación económica post Covid-19: Estrategias corporativas en el sector textil de Ambato. *593 Digital Publisher CEIT*, 48-61. Recuperado el 04 de Agosto

de 2022, de Reactivación económica post Covid-19: Estrategias corporativas en el sector textil de Ambato: <https://doi.org/10.33386/593dp.2022.3-1.1129>

Santamaria, E., & López, S. (2019). *Beneficio social de la actividad turística en Ecuador*. Recuperado el 31 de Julio de 2022, de Beneficio social de la actividad turística en Ecuador: <https://www.redalyc.org/journal/290/29059356007/html/>

Santos, N. F., & Salas, R. (2020). *Medwave*. Recuperado el 01 de junio de 2022, de Medwave: <https://www.medwave.cl/link.cgi/Medwave/Revisiones/RevisionClinica/8037.act#>

Schnarch, A., & Schnarch, D. (2010). *Marketin para emprendedores*. Bogotá: Eco Ediciones. Recuperado el 19 de 06 de 2022, de https://books.google.com.ec/books?id=Aq9JDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Tapia, G. (2013). *TURISMO SOSTENIBLE. INTRODUCCIÓN Y MARCO FINANCIERO*. Recuperado el 01 de junio de 2022, de TURISMO SOSTENIBLE. INTRODUCCIÓN Y MARCO FINANCIERO: <file:///C:/Users/HP/Downloads/t%20sostenible%20gustavo%20tapia.pdf>

Tayupanda, M. N. (2018). *Estudio de la superestructura de las organizaciones deturismo comunitario filiales a la Coporación para el Desarrollo del Turismo Comunitario de Chimborazo*. Recuperado el 01 de JUNIO de 2022, de Estudio de la superestructura de las organizaciones deturismo comunitario filiales a la Coporación para el Desarrollo del Turismo Comunitario de Chimborazo: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/8390>

UNCTAD. (2021). *Covid-19 and Tourism an update*. Recuperado el 31 de Julio de 2022, de https://unctad.org/system/files/official-document/ditcinf2021d3_en_0.pdf

UNL. (2021). *Protocolo General de Bioseguridad en el marco de la pandemia Covid-19*. Recuperado el 06 de 17 de 2022, de Protocolo General de Bioseguridad en el marco de la pandemia Covid-19: https://www.unl.edu.ar/bienestar/wp-content/uploads/sites/7/2018/10/protocolo_bioseguridad.pdf

Vallejo, A., & Álvarez, J. (03 de Enero de 2022). *Impacto del Covid-19 en la demanda turística de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo*. Recuperado el 31 de Julio de 2022, de Impacto del Covid-19 en la demanda turística de la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo: <file:///C:/Users/HP/Downloads/4265-Art%C3%ADculo-15631-1-10-20220104.pdf>

Vinasco, M., Montenegro, S., Palomino, M., & Mosquera, R. (MAYO de 2019). *TURISMO: Modelos de turismo Sostenible Comunitario*. Recuperado el 30 de MAYO de 2022, de TURISMO: Modelos de turismo Sostenible Comunitario: https://www.researchgate.net/publication/336180000_Turismo

Yungán, S. (Marzo de 2012). *Influencia de los proyectos ejecutados por la fundación Ahuana en la Parroquia Capli - Chimborazo*. Recuperado el 21 de Julio de 2022, de Influencia de los proyectos ejecutados por la fundación Ahuana en la Parroquia Capli - Chimborazo: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/12491/1/50604_1.pdf

Anexos