

RESUMEN

En el presente proyecto se realiza un modelo de gestión que permite ofrecer a la comunidad de Pinllopata una guía para desarrollar turismo rural comunitario, por esto, se vio la necesidad de realizar un análisis externo e interno del entorno de la parroquia, para determinar su situación actual. Además, se estudió a la oferta y demanda, a través de la aplicación de instrumentos de investigación, que dieron como resultado el perfil del cliente y las potencialidades de los habitantes para crear un producto turístico. El modelo de gestión está basado en un diagrama principal, el cual contiene una secuencia de pasos lógicos y ordenados, en donde, fue indispensable en primer lugar, buscar un modelo organizativo basado en el turismo comunitario, ya que este modelo administrativo busca el crecimiento de una comunidad, a través de la repartición equitativa de las ganancias, lo cual permite el mejoramiento de la calidad de vida de la población. Posteriormente, se diseñó el producto turístico de acuerdo a las exigencias de la demanda y a los recursos de la parroquia, el mismo que está basado en una ruta cuya denominación está en kichwa, Chakraruna Urku Ñan, la cual esta subdividida en seis recorridos que son el resultado de un proceso en el cual el turista es partícipe de las actividades en las que se desenvuelven los habitantes cotidianamente. Finalmente, se realizó un presupuesto que contempla la creación de hospederías, la implementación de equipos e infraestructura para los recorridos turísticos y la estructura para comercializar el producto.

PALABRAS CLAVES

- **MODELO DE GESTIÓN**
- **TURISMO RURAL**
- **TURISMO COMUNITARIO**
- **DISEÑO DE PRODUCTO**
- **COMERCIALIZACIÓN**

ABSTRACT

This project is presenting a Management Model that helps the Pinllopata community to develop rural tourism. For this purpose, it was necessary to make an external and internal environment analysis, which was used to determine the current situation in Pinllopata town. Additionally it was essential to study the supply and demand through the application of research instruments. The results of these research instruments allowed determining a customer profile and the potential of the residents of Pinllopata to create a tourism product. The management model contains a sequence of logical steps, so it was vital to define an organizational model based on community tourism. This administrative model seeks to develop a community through the sharing of profits, which allows improving the quality of life of the population. Subsequently, the tourism product was designed in accordance with the requirements of demand and given resources. It is based on a route whose name is in Kichwa, Chakiurku Ñan, which is subdivided into six parts that result a process in which the tourist is a participant in the daily activities of the inhabitants. Finally, a budget is presented that includes the creation of hospices, implementation of equipment and infrastructure for tours and it also suggests a structure to market the product.

KEYWORDS

- **MODEL MANAGEMENT**
- **RURAL TOURISM**
- **COMMUNITY TOURISM**
- **PRODUCT DESIGN**
- **MARKETING**