



# **UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**

**VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN, VINCULACIÓN Y POSGRADO**

## **DIRECCIÓN DE POSGRADO**

PROYECTO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
MAGÍSTER EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE EN DESTINOS  
TURÍSTICOS.

### **TEMA:**

GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD SAN FRANCISCO  
DE CUNUGUACHAY, PARROQUIA SANTIAGO DE CALPI, PROVINCIA DE  
CHIMBORAZO.

### **AUTORA:**

MAGALY ELIZABETH ROJAS CALERO

### **TUTOR:**

FRANKLIN ROBERTO QUISHPI CHOTO

RIOBAMBA- ECUADOR

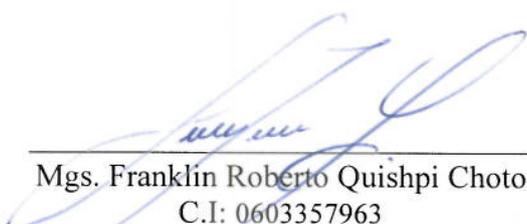
2019

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Yo, Mgs. Franklin Roberto Quishpi Choto, certifico que el presente trabajo de investigación previo a la obtención del Grado de MAGÍSTER EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE EN DESTINOS TURÍSTICOS, con el tema “Gestión y Desarrollo Turístico en la Comunidad San Francisco de Cunuguachay, Parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo” ha sido elaborado por la Ing. Magaly Elizabeth Rojas Calero, con el asesoramiento permanente de mi persona en calidad de Tutor, por lo que certifico que se encuentra apto para su presentación y defensa respectiva.

Es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Riobamba, julio de 2019.



---

Mgs. Franklin Roberto Quishpi Choto  
C.I: 0603357963  
**TUTOR**

## CERTIFICACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL



### UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO DIRECCIÓN DE POSGRADO CERTIFICACIÓN

El Tribunal de Defensa de Tesis designado por la Comisión de Posgrado., para receptar la Defensa Privada de la investigación cuyo tema es: **“GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD SAN FRANCISCO DE CUNUGUACHAY, PARROQUIA SANTIAGO DE CALPI, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”** presentada por la maestrante: **Magaly Elizabeth Rojas Calero CERTIFICA** que las observaciones realizadas por los Miembros del Tribunal se han superado, razón por la cual, se autoriza presentar el Trabajo Investigativo en la Dirección de Posgrado, para su sustentación pública.

Para constancia de la presente, firman los Miembros del Tribunal.

Riobamba, 08 de julio de 2019

Mgs. Franklin Roberto Quishpi Choto  
**TUTOR**

Dr. Roberto Salomón Villamarín Guevara, PhD  
**PRESIDENTE DE TRIBUNAL**

Mgs. Omar Patricio Flor Mora  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

Mgs. Margoth Isabel Cali Pereira  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

## AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La responsabilidad del contenido, las ideas y resultados obtenidos de esta investigación, corresponde exclusivamente a: Magaly Elizabeth Rojas Calero; y el patrimonio intelectual de la misma a la Universidad Nacional de Chimborazo.



---

Magaly Elizabeth Rojas Calero

C.I. 0603304650

## **DEDICATORIA**

El trabajo de investigación realizado, es producto del esfuerzo y la dedicación demostrada durante el período que duró el programa de maestría, no ha sido fácil pues superarse profesionalmente implica mucho sacrificio, sobre todo personal, sin embargo, es gratificante vivir el fruto del esfuerzo realizado.

La investigación se la dedico a las personas más importantes de mi vida: a mi esposo Marco, que con su apoyo, paciencia y aliento diario me impulsó a superar cada obstáculo que se me presentó en este difícil pero no imposible camino recorrido.

A mis padres Piedad y Jorge, los pilares de mi vida, quienes me han enseñado que el amor a Dios, la honestidad, la responsabilidad y el trabajo son la base para labrar un camino de éxito.

A mi hermana Patricia quien, a pesar de ser la menor de la familia, me ha dado ejemplo de superación y perseverancia.

A mi familia en general, quienes han sabido respetar y entender las veces que no he podido compartir con ellos en ocasiones y eventos especiales.

A mis compañeros y amigos con quienes he compartido dos años de buenos y malos momentos.

A todos y todas Dios les pague por cada palabra, gesto o acción de apoyo recibido.

Magaly Elizabeth Rojas Calero

## AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento primero a Dios, por regalarme la vida; y, con ello, poder luchar hasta cumplir mis sueños y anhelos personales y profesionales. A mis padres y mi hermana, quienes han sido un apoyo incondicional, en todas las actividades que he realizado. A mi esposo por tantas veces que cambiamos una salida o una reunión familiar por una velada de tareas trabajos.

Al Eco. Franklin Quishpi, por sus enseñanzas, consejos y palabras justas y oportunas para no desmayar en el cumplimiento de un sueño y anhelo personal. Dios le pague por ser una guía y un gran ser humano.

A la Ing. Margoth Cali e Ing. Patricio Flor Miembros de Tribunal, por ser profesionales a carta cabal, quienes jamás me dejaron esperar cuando se les solicitó su colaboración y ayuda.

Al Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”, por la información proporcionada.

A todas aquellas personas que directa o indirectamente contribuyeron para que esta etapa educativa concluya de la mejor manera. Mil gracias, Dios les pague.

Magaly Elizabeth Rojas Calero

## ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR .....	ii
CERTIFICACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL.....	iii
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	iv
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
ÍNDICE GENERAL .....	vii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xiii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES .....	xv
RESUMEN .....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
INTRODUCCIÓN .....	xix
CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	1
1.1 Situación Problemática .....	1
1.2 Formulación del Problema.....	2
1.3 Justificación .....	2
1.4 Objetivos .....	4
1.4.1 Objetivo General.....	4
1.4.2 Objetivos Específicos.....	4
1.4.3 Hipótesis General.....	5
1.4.4. Hipótesis Específicas .....	5
CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO.....	7
2.1 Antecedentes de la investigación .....	7
2.2 Marco Filosófico o epistemológico de la investigación .....	9

2.3 Bases Teóricas .....	9
2.3.1 Turismo comunitario.....	9
2.3.2 Actores turísticos .....	10
2.3.3 Principales actores del turismo comunitario en Ecuador .....	11
2.3.4 Proceso de colaboración entre los actores turísticos.....	11
2.3.5 Articulación y coordinación entre los distintos actores de un territorio .....	12
2.3.6 Gobernanza en el desarrollo turístico .....	13
2.3.7 Recursos turísticos .....	15
2.3.8 Clasificación de los recursos turísticos .....	15
2.3.9 Atractivos turísticos .....	16
2.3.10 Variable Independiente .....	16
2.3.11 Variable Dependiente.....	23
<b>CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA .....</b>	<b>30</b>
3.1 Tipo y Diseño de Investigación .....	30
3.1.1 Tipo .....	30
3.1.2 Diseño de Investigación.....	30
3.2 Unidad de análisis .....	31
3.3 Población de estudio .....	31
3.4 Tamaño de muestra .....	32
3.5 Selección de la muestra.....	33
3.6 Operacionalización de variables .....	33
3.6.1 Variable independiente .....	33
3.6.2 Variable dependiente .....	33
3.7 Técnicas e instrumentos de investigación.....	33
3.7.1 Técnicas .....	33

3.7.2 Instrumentos.....	34
3.8 Validez de los instrumentos .....	35
3.8.1 Selección de expertos.....	35
3.8.2 Análisis e interpretación de la validación de expertos.....	35
3.9 Confiabilidad de los instrumentos .....	36
3.10 Análisis e interpretación de la información .....	36
CAPITULO 4: RESULTADOS Y DISCUSIÒN .....	38
4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados .....	38
4.1.1 Resultados correspondientes a la variable independiente: Gestión .....	39
4.1.2 Resultados correspondientes a la variable dependiente: Desarrollo turístico.....	52
4.1.3 Presentación de resultados por objetivo.....	65
4.2 Pruebas de hipótesis.....	80
4.2.1 Hipótesis Específicas .....	80
4.2.2 Hipótesis General.....	81
4.2.3 Elección de la prueba estadística .....	81
4.2.4 Prueba de hipótesis específica 1 .....	82
4.2.5 Prueba de hipótesis específica 2 .....	83
4.2.6 Prueba de hipótesis específica 3 .....	84
4.2.7 Prueba de hipótesis general.....	86
CONCLUSIONES .....	88
RECOMENDACIONES.....	89
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	90
ANEXOS .....	97
Anexo 1. Propuesta.....	97
1.1 Datos informativos de la propuesta.....	97

1.2 Antecedentes de la propuesta.....	98
1.3 Justificación de la propuesta .....	98
1.4 Objetivos de la propuesta.....	99
1.4.1 Objetivo General.....	99
1.4.2 Objetivos Específicos.....	99
1.5 Desarrollo.....	100
1.5.1 Condiciones básicas requeridas para el Modelo de Gestión Turística Comunitaria.....	100
1.5.2 Componentes básicos para construir el Modelo de Gestión Turística Comunitaria.....	105
1.5.3 Modelo de Gestión Turística Comunitaria.....	128
CONCLUSIONES .....	130
RECOMENDACIONES.....	132
Anexo 2: Operacionalización de la variable independiente: Gestión .....	133
Anexo 3: Operacionalización de la variable dependiente: Desarrollo Turístico .....	134
Anexo 4: Matriz de consistencia.....	135
Anexo 5: Carta de aceptación para la elaboración del proyecto de investigación.....	136
Anexo 6: Encuesta variable independiente: gestión .....	137
Anexo 7: Encuesta variable dependiente: desarrollo turístico.....	140
Anexo 8: Validación del instrumento de la variable independiente: gestión.....	143
Anexo 9: Validación del instrumento de la variable dependiente: desarrollo turístico .....	146
Anexo 10: Georreferenciación de los senderos interpretativos .....	149
Anexo 11: Árbol de problemas .....	153
Anexo 12: Matriz FODA .....	154

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Expertos seleccionados .....	35
Tabla 2: Alfa de Cronbach .....	37
Tabla 3: Misión; Misión y Objetivos .....	39
Tabla 4: Herramientas de planificación .....	40
Tabla 5: Actores turísticos .....	41
Tabla 6: Actividades para conservación de recursos .....	42
Tabla 7: Actividades para conservación de bienes culturales.....	43
Tabla 8: Aspectos de mayor desarrollo social y económico.....	44
Tabla 9: Conocimiento de atractivos turísticos.....	45
Tabla 10: Productos y servicios turísticos que tienen mayor acogida .....	46
Tabla 11: Tipo de turistas que más visitan la Comunidad .....	47
Tabla 12: Imagen corporativa .....	48
Tabla 13: Estrategias de promoción.....	49
Tabla 14: Presupuesto asignado para promoción turística.....	50
Tabla 15: Medios de comunicación utilizados en promoción turística.....	51
Tabla 16: Desarrollo de actividades turísticas .....	52
Tabla 17: Conocimiento de los atractivos turísticos .....	53
Tabla 18: Estimación de gasto promedio.....	54
Tabla 19: Afluencia de turistas .....	55
Tabla 20: Creación de empleo .....	56
Tabla 21: Familias beneficiadas.....	57
Tabla 22: Cursos de capacitación turística.....	58
Tabla 23: Mejoramiento de la calidad de vida.....	59
Tabla 24: Desarrollo de proyectos sociales .....	60

Tabla 25: Capacitación relacionada al ambiente .....	61
Tabla 26: Acciones para el cuidado del ambiente .....	62
Tabla 27: Fortalecimiento de la actividad cultural .....	63
Tabla 28: Transmisión de saberes ancestrales .....	64
Tabla 29: Entrevistas realizadas.....	67
Tabla 30: Prueba de hipótesis específica 1 .....	83
Tabla 31: Prueba de hipótesis específica 2 .....	84
Tabla 32: Prueba de hipótesis específica 3 .....	85
Tabla 33: Resumen de procesamiento de casos .....	87
Tabla 34: Prueba de chi-cuadrado.....	87
Tabla 35: Directrices para diseñar la misión organizacional .....	106
Tabla 36: Directrices para diseñar la visión organizacional .....	107
Tabla 37: Plan de acción y actores turísticos .....	109
Tabla 38: Concepto y atributos del producto .....	113
Tabla 39: Análisis de la demanda en el sector .....	113
Tabla 40: Análisis de la competencia .....	114
Tabla 41: Identificación y caracterización de los potenciales clientes .....	116
Tabla 42: Requerimientos del producto turístico.....	116
Tabla 43: Componentes básicos del producto turístico. ....	117
Tabla 44: Análisis Económico del producto propuesto .....	118
Tabla 45: Posicionamiento del producto propuesto.....	119
Tabla 46: Canales de distribución del producto.....	119
Tabla 47: Estrategias de promoción y comunicación .....	120

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<i>Gráfico 1: Misión; Visión; y Objetivos</i> .....	39
<i>Gráfico 2: Herramientas de planificación</i> .....	40
<i>Gráfico 3: Actores turísticos</i> .....	41
<i>Gráfico 4: Actividades para conservación de recursos</i> .....	42
<i>Gráfico 5: Actividades para conservación de bienes culturales</i> .....	43
<i>Gráfico 6: Aspectos de mayor desarrollo social y económico</i> .....	44
<i>Gráfico 7: Conocimiento de atractivos turísticos</i> .....	45
<i>Gráfico 8: Productos y servicios turísticos que tienen mayor acogida</i> .....	46
<i>Gráfico 9: Tipo de turistas que más visitan la Comunidad</i> .....	47
<i>Gráfico 10: Imagen corporativa</i> .....	48
<i>Gráfico 11: Estrategias de promoción</i> .....	49
<i>Gráfico 12: Presupuesto asignado para promoción turística</i> .....	50
<i>Gráfico 13: Medios de comunicación utilizados en promoción turística</i> .....	51
<i>Gráfico 14: Desarrollo de actividades turísticas</i> .....	52
<i>Gráfico 15: Conocimiento de atractivos turísticos</i> .....	53
<i>Gráfico 16: Estimación de gasto promedio</i> .....	54
<i>Gráfico 17: Afluencia de turistas</i> .....	55
<i>Gráfico 18: Creación de empleo</i> .....	56
<i>Gráfico 19: Familias beneficiadas</i> .....	57
<i>Gráfico 20: Cursos de capacitación turística</i> .....	58
<i>Gráfico 21: Mejoramiento de la calidad de vida</i> .....	59
<i>Gráfico 22: Desarrollo de proyectos sociales</i> .....	60
<i>Gráfico 23: Capacitación relacionada al ambiente</i> .....	61
<i>Gráfico 24: Acciones para el cuidado del ambiente</i> .....	62

<i>Gráfico 25: Fortalecimiento de la actividad cultural</i> .....	63
<i>Gráfico 26: Transmisión de saberes ancestrales</i> .....	64

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<i>Ilustración 1:</i> Gastronomía típica ofertada .....	71
<i>Ilustración 2:</i> Bebida típica ofertada .....	71
<i>Ilustración 3:</i> Hospedaje tipo cabaña .....	72
<i>Ilustración 4:</i> Hospedaje convencional .....	72
<i>Ilustración 5:</i> Atractivo Yurak Rumi.....	73
<i>Ilustración 6:</i> Atractivo Mirador Natural Rayo Loma.....	74
<i>Ilustración 7:</i> Vertiente Natural de Agua Dulce.....	75
<i>Ilustración 8:</i> Convivencia comunitaria .....	76
<i>Ilustración 9:</i> Elaboración de artesanías.....	77
<i>Ilustración 10:</i> Elaboración de conservas.....	78
<i>Ilustración 11:</i> Festividades de la comunidad .....	79
<i>Ilustración 12:</i> Mapa de la comunidad San Francisco de Cunuguachay.....	97
<i>Ilustración 13:</i> Condiciones básicas del Modelo de Gestión Turística Comunitaria .....	100
<i>Ilustración 14:</i> Organigrama estructural de la Asociación de Mujeres "Quilla Pacari" .....	104
<i>Ilustración 15:</i> Componentes básicos del Modelo de Gestión Turística Comunitaria .....	105
<i>Ilustración 16:</i> Estructura del producto turístico .....	112
<i>Ilustración 17:</i> Imagen corporativa de la comunidad .....	122
<i>Ilustración 18:</i> Página web creada.....	124
<i>Ilustración 19:</i> Creación de una Fanpage .....	124
<i>Ilustración 20:</i> Resultados alcanzados en la Fanpage .....	125
<i>Ilustración 21:</i> Diseño de llaveros .....	125
<i>Ilustración 22:</i> Panel informativo .....	126
<i>Ilustración 23:</i> Diseño de imanes .....	126

*Ilustración 24: Diseño de Shopping bag* ..... 127

*Ilustración 25: Modelo de Gestión Turístico Comunitario propuesto*..... 128

## RESUMEN

La presente investigación se realizó con la finalidad de determinar la influencia de la gestión en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo, en dicha investigación se consideró la realidad de la actividad turística en la comunidad. La metodología que se utilizó es descriptiva, de campo y correlacional, en cuanto al diseño de la investigación es cuali-cuantitativa y experimental. En el trabajo investigación se utilizaron algunos métodos estadísticos como el Alfa de Cronbach que permitió verificar la confiabilidad de los instrumentos utilizados, el software denominado SPSS, versión 25 que permitió realizar el análisis e interpretación de los resultados; y finalmente la herramienta estadística chi-cuadrado que fue utilizada en la comprobación de hipótesis. Como resultado de la investigación se determinó que la planificación del destino, la identificación de productos y servicios turísticos; y, la promoción y comunicación influyen significativa en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay. En atención a los resultados de la presente investigación se planteó como propuesta una herramienta de gestión y planificación denominada Modelo de Gestión Turística Comunitaria, que define las acciones que contribuirán al desarrollo turístico de la zona.

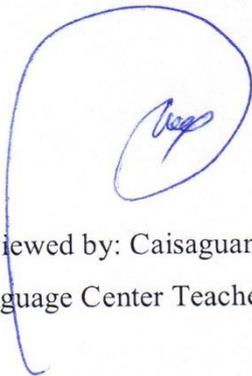
**PALABRAS CLAVE:** gestión, turismo comunitario, desarrollo turístico, promoción, influencia.

## ABSTRACT

The present investigation was carried out to determine the management influence in the San Francisco de Cunuguachay community tourism development, in Santiago de Calpi parish, in Chimborazo province. In this investigation considered the tourist activity reality. The descriptive, field, and correlational methods were used in quantitative and experimental researching design terms. Some statistical methods were used, such as Cronbach's Alpha, which allowed verifying the reliability of the instruments used, the software called SPSS, version 25, which allowed the analysis and interpretation of the results.

Finally, the chi-square statistical used in the hypothesis testing tool, as a result of this investigation determined the destination planning, the identification of tourism products and services promotion and the tourist development influence in the communication significantly in San Francisco de Cunuguachay community. In response to the results of this researching work a management and planning tool called the Community Tourism Management Model was proposed, which defines the actions that will contribute to the tourism development of the area.

Keywords: management, community tourism, tourism development, promotion, influence.



Reviewed by: Caisaguano Janneth  
Language Center Teacher

## INTRODUCCIÓN

Actualmente el turismo comunitario constituye una alternativa para el desarrollo social y económico de los sectores rurales, pues establece una forma de gestión del turismo que incorpora tres aspectos fundamentales: el entorno natural y cultural, la sostenibilidad integral; y, el control de la actividad turística por parte de las propias comunidades.

Es importante que en turismo exista una oportuna y adecuada planificación pues esto ayudará a la gestión y desarrollo exitoso de la actividad, en tal virtud, la escasez de medios o herramientas de planificación contribuye a la generación de impactos negativos en el ámbito social, cultural, económico y ecológico de carácter irreversible en turismo (Monterrubio, 2009, P. 107)

El planteamiento del problema constituyó la etapa inicial del presente trabajo de investigación, mismo que se encuentra detallado con el fin de plantear estrategias correctivas, iniciando con la justificación, seguido del planteamiento de objetivos y las hipótesis que se han considerado en la investigación.

Dentro del marco teórico se forma un conocimiento más profundo respecto de la teoría que le otorga significado o sentido a la investigación, pues a partir de ello se plasman los antecedentes, así como el marco filosófico, epistemológico y finalmente el estado del arte considerando las dos variables del presente estudio.

En la metodología se han detallado las técnicas y métodos que fueron empleados en las diferentes actividades desarrolladas con la finalidad de obtener, ordenar y analizar los datos obtenidos para la investigación. Finalmente, en la propuesta, se ha plasmado el resultado final del estudio realizado, basada en las conclusiones, recomendaciones y análisis de resultados, con el fin de proporcionar una posible solución al problema planteado.

## **CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1 Situación Problemática**

La Comunidad San Francisco de Cunuguachay se encuentra ubicada a 13 km de la ciudad de Riobamba, en la parroquia rural Calpi. Dicha comunidad cuenta con un Centro de Turismo Comunitario, a través del cual se ofertan los servicios turísticos como: hospedaje, alimentación, guianza; elaboración y venta de artesanías y conservas, sin embargo, a pesar que contar con variedad en su oferta, este importante C.T.C. no ha despegado en el ámbito turístico, en virtud de que presenta un problema importante que es el escaso desarrollo turístico en la Comunidad, ligado estrechamente a la deficiente gestión principalmente en los ámbitos administrativo y comercial, generando como efecto la limitada competitividad de la Comunidad frente a sectores con similares características. Además, la gestión en este sector no ha podido desarrollarse de una manera adecuada en virtud de que no cuentan con herramientas de planificación apropiadas, por tanto, no se generan productos turísticos innovadores; y, además no cuentan con estrategias de promoción y comunicación que potencialicen la actividad turística.

Ahondando más en la problemática se ha identificado que en la comunidad San Francisco de Cunuguachay existe una escasa información referente a los atractivos turísticos que ésta posee, lo que ha provocado que tanto turistas nacionales como extranjeros desconozcan la oferta turística de la localidad; y, por ende, esta situación crea un efecto adverso que es poca afluencia de turistas que llegan a la Comunidad.

De igual forma el escaso desarrollo turístico y la deficiente o ineficiente gestión se da por el limitado conocimiento de la población, en temas relacionados al turismo, lo que ha ocasionado que existan reducidas oportunidades laborales en actividades turísticas.

Sumado a lo anteriormente expuesto, es importante recalcar que la poca actividad turística que se genera en el sector, se está ejecutando sin acompañamiento técnico, es decir de forma empírica, lo que se considera como factor desfavorable al momento de pretender un adecuado desarrollo turístico en el sector. Así mismo el escaso apoyo del gobierno parroquial y sus distintos intereses que muchas veces son opuestos a los de las comunidades, por ende, penosamente incompatibles.

El desafío en la presente investigación, es impulsar el mejoramiento de la gestión en la Comunidad San Francisco de Cunuguachay, con la finalidad de contribuir al desarrollo turístico de la misma, evitando de esta forma ocupar demasiado tiempo en la toma de decisiones, que, sin las herramientas adecuadas o un estudio técnico elaborado, sería perjudicial para el progreso de la actividad turística.

## **1.2 Formulación del Problema**

¿De qué manera la gestión influye en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo?

## **1.3 Justificación**

La necesidad de que en el país exista un desarrollo en la actividad turística sostenible ha impulsado a las personas a indagar respecto de los productos y modalidades turísticas que tengan relación con la cultura y el medio ambiente. De la misma forma, el interés para reducir la desigualdad de la población en varios aspectos como el económico ha convertido a la actividad turística en una estrategia para el desarrollo (Ruiz, Hernández, Coca, Cantero & Campo, 2008, p. 400) en tal virtud; y, en respuesta a la imperiosa necesidad de conseguir un adecuado desarrollo de la población, sobre todo de aquella que habita en comunidades y/o sectores rurales, la Constitución actual del Ecuador, basada en el Sumak Kawsay o buen vivir presenta como base fundamental la vida en sociedad, cuya convivencia busca que sea de

respeto con la diversidad natural, sana y armónica. Así mismo, la representación holística del buen vivir integra el conjunto de aspectos que orientan y constituyen la vida económica, política, social y cultural del Ecuador, bajo este modelo se ubica la participación comunitaria, como eje central en la toma de decisiones y en la creación de proyectos comunitarios.

Por otro lado, el aporte de las actividades turísticas a la economía del país se refleja en los datos correspondientes a los ingresos por exportaciones, que, según la Balanza de Pagos del Ecuador, en el año 2010 ocupó el tercer puesto, después del Petróleo crudo y Banano. Para el primer trimestre 2011, el turismo ocupó el 5to lugar, después de la exportación de Petróleo crudo, Banano, Camarón y Derivados de Petróleo (INEC, 2012)

Según las previsiones que manifiestan los expertos en el ámbito turístico, simultáneamente con los datos que se han obtenido de estudios relacionados con la actividad turística, se concluye que el turismo es uno de los pocos sectores económicos del mundo que mantiene y mantendrá un crecimiento firme, pues esta actividad fortalece y dinamiza la economía de los destinos visitados a través de los gastos que realizan los turistas en los bienes y servicios que facilitan su movilidad y el disfrute del atractivo turístico; en este sentido el turismo genera efectos directos en el destino tal como la creación de plazas de empleo, así como efectos indirectos que se basan en el desarrollo de talento humano y mejora de la infraestructura.

Dentro de este contexto la presente investigación se ha planteado con la finalidad de definir alternativas de desarrollo turístico basadas en un modelo de gestión que permita el aprovechamiento adecuado de los atractivos naturales y culturales con los que cuenta la Comunidad San Francisco de Cunuguachay, convirtiéndola en un sector que tenga la capacidad de desenvolverse dentro de los siguientes aspectos: autogestión de la comunidad que le permita forjar experiencias vivenciales a los turistas en dentro de esta Comunidad Indígena, además de efectuar comercialización directa que beneficie a la población. De igual forma se

plantearán acciones que permitan articular al turismo con las demás actividades productivas que se generarían en su entorno. Finalmente, a través de la investigación se impulsará la revalorización de la cultura local, así como el mantenimiento del entorno natural, con el único fin de obtener el mejoramiento en la calidad de vida de la población.

El presente trabajo de investigación, además servirá como un aporte y base para la orientación y formulación de investigaciones posteriores, las mismas que en el momento que se requieran podrán ser aplicadas por todas aquellas personas, instituciones, asociaciones, comunidades, etc. interesadas en apostar a la actividad turística como alternativa de desarrollo sostenible.

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 Objetivo General**

Determinar la influencia de la gestión en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.

### **1.4.2 Objetivos Específicos**

- Analizar la influencia de la planificación del destino en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.
- Identificar la influencia de los productos y servicios turísticos en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.
- Determinar la influencia de la promoción y comunicación del destino en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.

### 1.4.3 Hipótesis General

$H_0$  La gestión no influye en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.

$H_1$  La gestión influye en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.

### 1.4.4. Hipótesis Específicas

$H_0$  La Planificación del destino no influye significativamente en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.

$H_1$  La Planificación del destino influye significativamente en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.

$H_0$  La identificación de productos y servicios turísticos no influyen significativamente en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.

$H_2$  La identificación de productos y servicios turísticos influyen significativamente en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.

$H_0$  La promoción y comunicación del destino no influyen significativamente en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.

***H<sub>3</sub>*** La promoción y comunicación del destino influyen significativamente en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.

## **CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO**

### **2.1 Antecedentes de la investigación**

Según el artículo publicado por Rodríguez (2015) referente a la gestión local del turismo en Chile el autor manifiesta que para poder identificar la gestión que se realiza en el ámbito turístico es importante escoger una serie de indicadores, los cuales deberán ser determinados por la institución que se encargue de la actividad turística a nivel nacional, es en ese sentido que el autor recomienda utilizar los siguientes parámetros: institución o unidad encargada de la actividad, presupuesto que se asigna a la actividad, coordinador/es de la actividad turística, profesión del personal que labora en el ámbito turístico e instrumentos de planificación que se utilicen (p.40).

Según Revilla (2015) en su artículo publicado referente a los retos de la gestión y planificación, caso de estudio “Parque Nacional Torres del Paine”, en Chile relata y hace énfasis en la importancia de la gestión en todos los niveles, es decir tanto en la administración pública, así como en emprendimientos privados. De la misma forma el trabajo de las organizaciones gubernamentales como no gubernamentales deben gestionar las diferentes modalidades de turismo, con políticas nacionales y locales de desarrollo sostenible, fortaleciendo las ventajas de los distintos destinos; y, a su vez minimizando los impactos perjudiciales, reales o potenciales.

Murray (2014) en la investigación realizada en la ciudad de Mar del Plata; Buenos Aires-Argentina, respecto de la gestión institucional, la autora recalca que es necesario realizar en primer lugar una legitimación de los actores turísticos involucrados, en virtud de que el conocimiento en lo referente a la gestión, debe ser adaptado a la localidad y al interés de los grupos locales. En el caso del trabajo de investigación desarrollado en la ciudad de México por Monterrubio (2009) referente a la comunidad local como elemento esencial de la gestión,

enfatisa que la planificación de la actividad turística en todos los niveles es lo principal para el desarrollo y gestión exitosa del turismo (p.107).

Así mismo a nivel de Ecuador en la región costa se realiza una investigación planteada por García N (2017) concerniente a un modelo de gestión para fomentar el desarrollo turístico de comunidades, donde el autor relata que el proceso de la administración de las actividades turísticas es muy importante para alcanzar la utilización óptima de los recursos con los que cuenta el sector, así como manifiesta que implementar acciones regidas bajo un modelo de gestión eficiente y eficaz benefician al sector en general (p.85).

De la misma forma en la zona centro-Ambato se han desarrollado investigaciones tales como la propuesta por Salas, Font, & Suárez (2015) quienes dentro de la investigación realizada referente al desarrollo de una gestión turística eficaz, menciona que se debe exigir que se encuentre disponible la información respecto de los elementos que actúan en la actividad turística, teniendo como base las particularidades sociales y culturales de quienes habitan en el sector, los movimientos socioeconómicos, los productos y servicios turísticos que forman parte de la oferta, hasta el perfil del turista. En este sentido para lograr la obtención de la información antes descrita, se deben proponer acciones propias de la gestión turística, mismas que contengan una orientación integrada y participativa, es decir que involucre a los sectores públicos y privados; y que a su vez que se apropien de los compromisos de gestión que atañen a cada uno.

De igual manera en la región Amazónica – Puyo, se han desarrollado investigaciones respecto de la gestión del turismo comunitario, una de ellas es la propuesta por Reyes, Manjarres, & Ortega (2014) quienes destacan que es muy importante gestionar el turismo de forma adecuada, pues la gestión se refiere a las acciones que apoyan a tomar decisiones

encaminadas a conseguir objetivos, evaluar los resultados que se han obtenido, para finalmente orientar el trabajo hacia una mejora permanente.

## **2.2 Marco Filosófico o epistemológico de la investigación**

Según Panosso & Lohmann (2012) la epistemología en el tema turístico, no contaba con la importancia necesaria, pues quienes hacían investigación turística se enfocaban en la parte práctica de dicha actividad, es así que a partir de 1990 se da inicio al interés por este tema.

Dentro de la epistemología en el tema turístico, se destacan ciertas incógnitas que se describen a continuación, mismas que buscan cuestionar las bases teóricas. Las interrogantes más comunes están: ¿Qué se conoce en el tema turístico?; ¿De qué forma se origina el conocimiento en el tema turístico?; ¿A dónde llega el estudio del turismo?; ¿Tiene límites el conocimiento turístico? La epistemología tiene una importancia significativa en todas las ciencias debido a que esta hace referencia al conocimiento de un tema determinado (p. 9).

Referente al mismo tema Muñoz (2014) manifiesta que el turismo es considerado como un fenómeno social, multidimensional, así como multidisciplinar que para ser estudiado se apoya en varias ciencias entre las que están: ciencias sociales, sociología, antropología (p. 189).

## **2.3 Bases Teóricas**

### **2.3.1 Turismo comunitario**

En la actualidad el turismo comunitario ha tomado fuerza en la región andina, pues este se basa substancialmente en la comunidad y en la gestión del territorio. Constituye una forma de turismo en la cual la comunidad local tiene una participación activa con la que pueden acceder y generar recursos y beneficios que gestionado de una forma adecuada repercuten en la misma población (Jaime, Casa, & Soler, 2011, p. 4)

El turismo comunitario tiene la capacidad de fomentar el desarrollo integral de las comunidades locales, tratando de minimizar la situación de pobreza del sector, mediante la

creación de fuentes de empleo y la recaudación de recursos económicos complementarios, evitando la migración de la población (Inostroza, 2008, p. 80)

La modalidad de turismo antes descrita según World Tourism Organization en el año 2003, crea micro emprendimientos, que genera empleo para un alto porcentaje de mujeres, más que en otros sectores.

Kay & Bretón (2007) mencionan que la gestión dentro del territorio es vital, puesto que el turismo debe ser considerado con el medio ambiente; y, muy comprometido con el entorno social (p. 112).

El manejo inadecuado del turismo puede degradar el medio ambiente y con eso agotarían los recursos naturales, mientras que la implementación de un turismo sustentable, responsable y sostenible puede ayudar a conservar los recursos naturales y culturales existentes en el sector.

Inostroza (2008) expresa que los recursos de una comunidad, obtienen un mejor manejo, si se lo realiza de manera colectiva, en virtud de que mediante la gestión local se realiza un adecuado control en relación a los recursos utilizados (p. 80).

### **2.3.2 Actores turísticos**

Turismo es una actividad en la que actúan varios actores entre los que están: administraciones públicas y privadas, empresas que ofertan servicios turísticos en determinado sector; personas con interés empresarial; propietarios de recursos turísticos; y la población que crean opinión e influencia. Se considera actor turístico cuando reúne dos características importantes: la primera es que sea formal, es decir que pertenezca a uno de los definidos inicialmente, y la segunda es que sea funcional, que ejecute acciones que tengan directa relación con el Sistema Turístico Local (Merinero & Zamora, 2009, p. 220)

### **2.3.3 Principales actores del turismo comunitario en Ecuador**

García C. (2016) manifiesta que en Ecuador los principales actores del turismo comunitario son:

1. La Federación plurinacional de turismo comunitario del Ecuador (FEPTCE)
2. Academia
3. ONGs
4. Ministerio de Turismo

### **2.3.4 Proceso de colaboración entre los actores turísticos**

Merinero & Zamora (2009) referente a la gestión de destinos turísticos, opinan que las acciones más idóneas de realizar en forma conjunta o en colaboración entre los mencionados actores están (p. 224).

1. En lo referente a la creación del producto turístico
  - a) Construcción de las infraestructuras que permita el acceso al respectivo destino
  - b) Valorar los recursos culturales y naturales
  - c) Equipar y adecuar los sitios destinados para la visita de los turistas
  - d) Crear servicios turísticos
  - e) Organizar eventos
  - f) Crear sistemas normativos
  - g) Crear sistemas de producción y acceso a materias primas
  - h) Gestiones de innovación de productos
2. En la gestión del producto turístico
  - a) Diseñar paquetes turísticos
  - b) Recepción de turistas
  - c) Atender con personal especializado
  - d) Señalizar el acceso a los atractivos

- e) Contar con el servicio de guianza especializada
  - f) Folletería con información turística
  - g) Organizar las rutas de transporte turístico
  - h) Aplicar de sistemas de calidad
3. En la promoción turística
- a) Asistir a diferentes ferias de turismo
  - b) Asistir a varios Work Shops
  - c) Editar material promocional
  - d) Ejecutar campañas publicitarias
4. En la comercialización turística
- a) Comercializar de forma directa e indirecta

### **2.3.5 Articulación y coordinación entre los distintos actores de un territorio**

Con la finalidad de que exista un verdadero desarrollo económico de la localidad, es menester que exista confianza entre los actores turísticos, pues deben conseguir comprometerse y contar con una visión común en cuanto al desarrollo del sector. Cada actor ya sea del sector privado, público, comunitario o en general de la sociedad civil, deberá cumplir un rol específico, mismo que debe ser aprovechado de la mejor manera (Inostroza, 2008, p. 85)

En cuanto al proceso de coordinación entre los actores, es necesario aclarar que no siempre debe ser aquel que pertenezca al sector público, o al gobierno de la localidad, en este caso que se habla de turismo comunitario puede ser directamente las organizaciones de turismo comunitario o el sector privado. Sin embargo, el actor que deberá promover la asociatividad en general es el sector público, con el objeto de apoyar los espacios de coordinación entre instituciones, sobre todo en el ámbito de desarrollo que establece el estado. Es imprescindible que existan asociaciones en las diferentes comunidades u organizaciones, especialmente en lo

referente al turismo comunitario, ya que es una de las maneras de ejercer una adecuada presión ante las instancias públicas a todo nivel; y, de esta forma se faciliten los procesos encaminados a contar con un desarrollo local, además del trabajo en conjunto que contribuye en la disminución de costos en las diferentes transacciones que realice la comunidad. En definitiva, el sector público es esencial en el proceso de orientación y facilidades para sacar a flote el desarrollo de la actividad turística.

Con lo antes expuesto se puede concluir que la coordinación entre los actores turísticos, se deben producir primeramente por voluntad propia, es decir no debe ser impuesta de ninguna manera. Además, que las comunidades deben aprovechar de los espacios de coordinación para crear buenas relaciones con las entidades públicas que se encuentren en la posición de contribuir con el desarrollo turístico comunitario y de la misma manera que favorezcan y fomenten el rol de la mujer, de los jóvenes y ancianos de los sectores rurales y sobre todo en la toma de decisiones.

### **2.3.6 Gobernanza en el desarrollo turístico**

Procura satisfacer las necesidades de los actores involucrados en la actividad turística, procurando una mejora en el aspecto de comunicación entre todos, por tanto, es muy importante tener en cuenta las administraciones públicas que intervengan en la planificación y desarrollo de las actividades turísticas; y, que de una u otra manera se vean afectados por dicha actividad (Llorca, 2017, p. 1)

En lo que respecta a la gobernanza turística, se debe considerar un aspecto indispensable, que en muchos casos y por mucho tiempo ha estado olvidado, esta es la población local, que, si por algún motivo se opone a realizar alguna actividad, lograrían dejar sin efecto lo planificado. En un destino turístico, los habitantes deben ser considerados de manera prioritaria

en la planificación y ejecución de proyectos de cualquier índole, pues son los que se verán afectados de diferentes maneras:

1. La población local es la que recibe al turista. - quienes son los responsables de que la experiencia que tenga en turista sea satisfactoria.
2. La participación de la población local, en los proyectos contribuye al funcionamiento del mismo. - Es fundamental que la población local tenga conocimiento de los proyectos emprendidos; y, sean ellos quienes realicen la promoción respectiva, pues si están en discrepancia con éste, será muy complicado que sea exitoso.
3. La población local forma el tejido empresarial del destino. – Es esencial puesto que el apoyo de todas las empresas, asociaciones, organizaciones, etc. es básica para que lo que se emprenda sea beneficioso para todos. Se debe tener en cuenta a los prestadores de servicios de alimentación, hospedaje, actividades complementarias, etc. con la finalidad de que los planes desarrollados en temas turísticos sean eficientes y eficaces.

De igual manera Velasco (2014) manifiesta que la gobernanza turística es investigar formas distintas de tomar decisiones de manera colectiva, respecto de temas que implican la gestión de intereses y conflictos que buscan estimular procesos sociales innovadores, y de la misma manera busca fortalecer a los actores más débiles del sistema. Hace referencia además a la aceptación en el mundo del turismo de lo exigente que actualmente está la ciudadanía, en lo referente a nuevas decisiones que optimicen y mejoren los procesos, en la toma de decisiones; y, que además permitan que los actores sociales, tengan un rol más activo en el mundo del turismo (p. 10).

Cualquier proyecto turístico necesita que se superen los mecanismos tradicionales de hacer las cosas, es vital contar con modelos de gobernanza donde todos los actores vinculados a la

actividad turística, tengan cabida, pues de esa forma se atenderán y suplirán las necesidades de cada uno de los involucrados; y, de la misma manera se evitarán problemas en el futuro.

### **2.3.7 Recursos turísticos**

Según Zimmermann (1933) un recurso turístico son todos aquellos bienes y servicios que, a través de la actividad desarrollada por el hombre, además de los medios con los que cuenta, hacen viable la actividad turística, además de satisfacer las necesidades de la demanda.

### **2.3.8 Clasificación de los recursos turísticos**

Según García A (1970) los recursos turísticos se clasifican en recursos naturales y culturales. Los recursos culturales se clasifican en recursos históricos y contemporáneos (p. 62).

Los recursos turísticos naturales se consideran a todos los elementos geomorfológico, biofísico o la combinación de los dos, con la condición de que éstos puedan ser visitados por los turistas, son además aquellos que no pueden ser creados por el ser humano, sin embargo, pueden ser aceptadas las modificaciones que pudiera hacer el hombre.

Los recursos turísticos culturales son aquellos que pueden ser creados por el ser humano, con la condición de que cuente con características que logren atraer a los visitantes. Los recursos históricos se refieren a las manifestaciones de la cultura de otra época; y, los recursos contemporáneos son los creados por el ser humano en la actualidad, los mismos que a su vez se dividen en comerciales cuyo fin es el lucrar de manera inmediata, mientras que el no comercial su finalidad es de propagar la cultura.

Por la conservación y aprovechamiento los recursos se agrupan en tres tipos: recursos renovables tal como la fauna que debe ser aprovechada de forma responsable, los recursos permanentes son aquellos que requieren de una adecuada conservación para evitar su deterioro; y, los recursos creables pueden ser aprovechados por lapsos variados de tiempo, tienen mucha

relación con las tendencias sociales del momento, es decir estos recursos no se destruyen sino más bien pasan de moda.

### **2.3.9 Atractivos turísticos**

El Ministerio de Turismo (2018) considera que un atractivo turístico es la consecuencia de un registro valorado que, por sus caracteres naturales, culturales y oportunidades para la práctica de actividades turísticas, forman parte del patrimonio turístico. Constituye la base para realizar gestión, planificación, ejecución y evaluación turística del territorio.

### **2.3.10 Variable Independiente**

#### ***2.3.10.1 Gestión: Conceptos básicos***

Cuando se habla de gestión, es posible notar que una palabra que implica “acción”, lo que indica que no solo comprende una serie de actividades que se desarrollan, en varias oportunidades únicamente por cumplir la delegación de funciones, pues la gestión tiene una orientación directa hacia la acción imperativa de administrar.

Ahora, iniciando el análisis de lo general a lo específico, se relaciona la gestión con otras definiciones como las de Salgueiro, quien realiza un análisis desde una concepción científica más profunda: es así que según Salgueiro (2001) gestión es el “conjunto de decisiones y acciones que llevan al logro de objetivos previamente establecidos” (p. 27).

La definición que presenta el autor Salgueiro se relaciona de la misma forma con la palabra “acción”, pero con la intención de lograr objetivos que se los han planteado previamente, es decir, considera gestión a todas aquellas acciones afines o dirigidas a la ejecución y desarrollo de objetivos que han debido establecerse con anterioridad.

De la misma forma Amat (1992) menciona que, basado en lo que plantean los llamados padres de la administración, “la gestión, organizacionalmente hablando, se refiere al desarrollo

de las funciones básicas de la administración: Planear, organizar, dirigir y controlar” (p. 270). Como se puede ver en la definición de Amat, se observa la relación ya no solo con las acciones que se requieren para alcanzar un objetivo, sino que se incrementa un elemento más que corresponden a las funciones de la administración, lo cual evidencia de forma directa dos objetos de investigación muy importantes: gestión y administración, razón por la cual es importante resaltar cuatro palabras clave: planear, organizar, dirigir y controlar.

Para continuar con la investigación se presentan planteamientos y exposiciones de otros autores como Hernández quien considera que “la gestión incluye una serie de funciones diferentes que tienen el compromiso de realizar una tarea con éxito; la gestión es todo acerca de hacer las cosas. Resulta ser el camino y el proceso de cómo una organización logra los objetivos o metas, y es en este sentido que la gestión se considera un arte y una ciencia también” (Hernández M, 2001, p. 23)

Lo planteado por el autor es importante, en virtud de que sigue nutriendo el conocimiento general que hasta el momento se ha venido desarrollado. En el concepto se evidencia la adición de algunos términos como: funciones, logro, arte y ciencia, mismos que hasta el momento no habían sido mencionados, sin embargo, hace indiscutible un estudio técnico y más completo.

Investigadores del tema gestión mencionan que “sólo a través de una gestión eficaz, las empresas logran el desarrollo y ejecución de sus políticas de negocio y estrategias para maximizar sus beneficios y ofrecer a sus clientes los mejores productos y servicios” (Menguzzato, 1993, p. 21)

Es significativo el aporte de Menguzzato, pues hace énfasis en la importancia que tiene realizar una gestión manera eficaz, ya que para una organización no es aporte una gestión en sus procesos y estructura general, si ésta no es competentemente eficaz y funcional para obtener como resultados, productos y servicios de calidad para sus clientes.

Con la finalidad de contar con un concepto enfocado a la parte humana, se considera lo planteado por Chiavenato (2007) famoso escritor enfocado a la administración y relaciones Humanas, quien menciona: "La gestión es el arte de hacer las cosas bien a través de y con la gente" (p. 49).

Lo mencionado por Chiavenato tiene base fundamental en las personas, mucho más que en los procesos, en el prójimo más que en las labores; y, finalmente en la capacidad del individuo más que en las funciones que cumple.

Resulta importante resaltar que el concepto de gestión hace referencia a que se deben hacer bien las cosas, con la gente y a través de ella. Sin duda, es un razonamiento concreto, pues la responsabilidad recae sobre las personas, lo que implica que es primordial su desempeño en la gestión, sin importar la índole o tipo de gestión que realice.

Con la finalidad de establecer un concepto que sea la base de la presente investigación se ha determinado lo planteado por la SECO que textualmente menciona "La gestión de un destino turístico varía de acuerdo a su situación y necesidades particulares, sin embargo, existen tres aspectos básicos que deben ser considerados como prioritarios en la gestión de un destino turístico competitivo: Planificación y desarrollo del destino; Desarrollo de productos y servicios turísticos; Promoción y comunicación del destino" (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos de Suiza SECO, 2014, p. 27)

#### ***2.3.10.2 Destino turístico***

Según la Secretaría de Estado para Asuntos Económicos de Suiza SECO (2014) el destino turístico constituye un espacio geográfico determinado, que cuenta con características y rasgos particulares. Éste debe contar con cuatro aspectos básicos (p. 27).

- a) Atractivos y servicios turísticos que motiven y faciliten la estancia del turista.

- b) Medios que hagan posible la accesibilidad en condiciones adecuadas de precio y valor.
- c) Respaldo de la población local, implicada en los diferentes aspectos que aporten a la experiencia que tendrá el turista.
- d) Una marca que permita comercializar de forma integral el destino

Los destinos turísticos pueden ser de diferentes escalas, como ejemplo puede ser un continente (Sudamérica), un país (Ecuador), una región (Sierra), un lugar (Comunidad) o un sitio en particular (Mirador natural). Es importante mencionar que se pueden establecer redes con destinos más grandes, con la finalidad de promover su comercialización.

### ***2.3.10.3 Planificación y desarrollo del destino***

Constituye el elemento primordial que se encarga de constituir las bases en una institución u organización, dicha planeación orienta en cuanto al rumbo que se desea seguir, permitiendo que esta determine y disponga las mejores opciones para alcanzar una realización sostenible y beneficioso en el tiempo (Louffat, 2015, p. 2)

En la etapa de la planeación en primer lugar se define la misión, que establece un enunciado corto y claro que justifican la existencia de una empresa u organización, posteriormente se construye la visión, que corresponde a la proyectar de la misión en términos similares, a un futuro cercano. Basados en la misión y visión nacen los objetivos que corresponden a las metas que se espera obtener en el tiempo determinado. De manera seguida se deben crear las estrategias que permite a la organización plantear acciones que la ayuden a cumplir los objetivos. De la misma forma es importante establecer políticas, que contribuyan a tomar decisiones administrativas. Finalmente es importante establecer cronogramas y presupuestos (Louffat, 2015, p. 5)

#### ***2.3.10.4 Desarrollo de productos y servicios turísticos***

El desarrollo de productos y servicios concierne específicamente a la oferta; y, desde este punto de vista un destino turístico debe contener las siguientes condiciones:

- a) Accesibilidad: Transporte (vehículos, terminales, rutas, etc.) que hagan posible el acceso de turistas.
- b) Atractivos: naturales, culturales, eventos programados, etc.
- c) Actividades: que se realizarán en espacios determinados para aquello, estas actividades pueden ser recorridos y visitas a diferentes lugares, deportes, cursos y talleres, observación de flora y fauna, etc.
- d) Servicios: hospedaje, alimentación, tiendas de artesanías, entre otros, etc.
- e) Servicios básicos: agua, energía, servicios de salud, seguridad, etc.

Desde la perspectiva de la demanda, el destino es el lugar que el turista elige para su viaje, con la perspectiva de disfrutar y vivir de una determinada experiencia que incluya atractivos naturales, culturales, además de los servicios que este requiera.

Así pues, el denominado destino turístico es una unidad de negocio cuya gestión es importante sobre todo si se lo realiza con el criterio de competitividad, a fin de que esto genere réditos económicos y sociales. Esta visión exige cierta capacidad administrativa, a fin de desarrollar instrumentos que permitan planificar, medir y monitorear los resultados de la gestión.

#### ***2.3.10.5 Promoción y Comunicación del destino***

Según la Secretaría de Estado para Asuntos Económicos de Suiza SECO (2014) las estrategias de promoción y comunicación del destino turístico deben ser realizadas en coordinación con los diferentes actores involucrados en la gestión, dichas estrategias deben contribuir al posicionamiento en los segmentos de mercado objetivos (p. 27).

La aplicación de este componente significa también aunar esfuerzos para mejorar la cadena de comercialización del destino en los niveles local, nacional o internacional

#### **2.3.10.6      *Objetivos de la Gestión Turística***

Según Cárdenas (2008) los objetivos de la Gestión turística son los que se mencionan a continuación:

- Maximizar los ingresos
- Usar de manera sustentable de los recursos
- Protección y fomento de la biodiversidad
- Participación ciudadana
- Generación de encadenamientos

Con la finalidad de contar con una ventaja sostenible frente a la competencia, es importante contar una gestión eficiente del sector. La gestión del turismo sostenible tiene como objetivo mejorar los beneficios del turismo en los visitantes o turistas (la experiencia), de igual forma pretende mejorar los beneficios para el sector que oferta los servicios turísticos y la población local en relación al desarrollo socioeconómico; y, finalmente pretende merminar los impactos negativos generados por las actividades que se generan en busca del desarrollo turístico.

El desarrollo turístico sostenible (DTS) busca sustentar las necesidades que tienen en conjunto los denominados actores del destino turístico: la comunidad local, entorno cultural, emprendimientos turísticos y lo propio con los visitantes y turistas, con el propósito de merminar roces creados por las relaciones diarias a las que se enfrentan, propias de la actividad turística.

### **2.3.10.7      *Modelo de gestión***

Según González & Rivas (2008) un modelo de gestión constituye un instrumento que contribuye a que los actores del turismo en un determinado territorio coordinen sus actividades, teniendo como base, el conocimiento de las estrategias para su sustentabilidad.

De la misma manera considerando el concepto propuesto por Hiernaux, Cordero, & Duynen (2002) el modelo de gestión constituye una forma general de solucionar la forma de comportamiento turístico; y, de la misma forma el acompañamiento de la oferta en el destino determinado (p. 30).

### **2.3.10.8      *Condiciones básicas para la implementación de un modelo de gestión***

Según CODESPA (2011) para la implementación de un modelo de gestión de turismo comunitario es recomendable que se cuente con cuatro condiciones básicas, que permitan que el modelo de gestión funcione (p. 37).

1. Comunidades que cuenten con recursos económicos escasos, pero que tenga aptitud turística en diferentes ámbitos que pueden ser: paisajísticos, culturales, sociales o ambientales.
2. Sectores que gocen de un flujo mínimo de turistas, pues una oferta no puede ser creada desde cero.
3. Zonas que posean con un mínimo de infraestructura turística (servicios básicos y vías de acceso)
4. Localidades que practiquen el trabajo asociativo en actividades productivas tradicionales o prestación de servicios.

### **2.3.11 Variable Dependiente**

#### ***2.3.11.1 Desarrollo Turístico: Conceptos básicos***

Al hablar de desarrollo turístico de un sector determinado, no se hace referencia a la afluencia turística; sino el bienestar que genera dicha actividad, es decir se considera el número de óptimo de visitantes conforme los recursos ambientales que posee la zona o el sector, la capacidad con la que cuente la población local para orientar y organizar el desarrollo turístico; y, de la misma forma la capacidad para desarrollar productos y servicios que identifique a la población local, quien será ser la beneficiaria de los procesos turísticos, pensando al mismo tiempo en los intereses de las futuras generaciones (Viñals, 2002, p. 137)

Pearce (1991) señala además que el desarrollo turístico es el abastecimiento y el progreso de las instalaciones y servicios idóneos con la finalidad de satisfacer las necesidades del turista, además se puede decir que incluye los efectos como la creación de empleos o la generación de ingresos económicos.

Son pocos los escritores que plantean una definición propia de desarrollo turístico, sin embargo varias investigaciones indagan respecto del impacto que provoca esta actividad en la población, con mayor énfasis en las comunidades receptoras, es así que luego de realizar una investigación respecto del concepto apropiado para la presente investigación, se ha considerado el propuesto por la Organización Mundial del Turismo que menciona que el desarrollo turístico atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida (OMT, 1993, p. 2)

### ***2.3.11.2 Condicionantes que permiten el desarrollo turístico***

Según Viñals (2002) es importante mencionar la existencia de condicionantes que permiten el desarrollo turístico, éstas condicionantes son:

- Servicios generales e infraestructuras: transporte público, accesibilidad, tráfico, agua potable, recolección de basura, seguridad, etc.
- Medio ambiente: conservación ambiental, saturación del destino, contaminación, etc.
- Equipo de recreación cultural y turística, oferta turística, espacios recreativos, competencias laborales del personal que labora en el área, etc.

### ***2.3.11.3 Objetivos de desarrollo sostenible***

Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL (2016) la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, contiene 17 objetivos y 169 metas, enfocados en una visión que integra las dimensiones económica, social y ambiental. La mencionada Agenda constituye la aspiración y la prioridad referida a través de la comunidad internacional para los años subsiguientes. Lo más importante de la Agenda es la propuesta de igualdad y dignidad de las personas, además de incentivar a la población a modificar el estilo de vida y de desarrollo, respetando principalmente el medio ambiente.

Los 17 objetivos de desarrollo sostenible son los siguientes:

1. Poner fin a la pobreza en todo el mundo, pues existen países en desarrollo en el que la población vive con menos de 1,25 dólares al día, en tal virtud una de las metas relacionadas directamente con la actividad turística es la que hace referencia a garantizar que la población hombres y mujeres, particularmente los que se encuentren en situación de pobreza y vulnerabilidad, cuenten con el derecho y acceso a recursos económicos, servicios básicos, control de la tierra y otros bienes, la herencia, los recursos naturales, las

tecnologías nuevas y apropiadas; los servicios bancarios y financieros, incluidos los microcréditos.

2. Terminar con el hambre, alcanzar la seguridad alimentaria, mejorar la nutrición y motivar la agricultura sostenible, pretende garantizar la sostenibilidad de los sistemas de producción, realizando prácticas agrícolas sostenibles que incrementen la producción y favorezcan al mantenimiento de los ecosistemas.
3. Propender a la salud y bienestar para todos, mediante el desarrollo sostenible con la finalidad de garantizar una vida saludable.
4. Educación inclusiva, equitativa y de calidad, con la finalidad de incrementar considerablemente el número de personas que cuenten con las competencias requeridas para acceder a un empleo decente y al emprendimiento.
5. Igualdad entre los géneros, pues es importante que se efectúen reformas que proporcionen a las personas equidad de derechos de economía, propiedad, control de tierras, otros bienes, y los recursos naturales, en concordancia con las leyes actuales del país.
6. Disponibilidad y gestión sostenible del agua, además del saneamiento, donde intervienen directamente las comunidades locales, pues se depende de ellas para contar con el elemento imprescindible para la vida y la realización de cualquier actividad que se emprenda.
7. Acceso a la energía sostenible para todos, en virtud de que es un servicio esencial para desarrollar cualquier actividad que se emprenda y a través de ello incrementar los ingresos con el fin de lograr el mejoramiento de la calidad de vida de la población.
8. Trabajo decente y crecimiento económico con el propósito de que todas personas cuenten con la oportunidad de trabajar y generar ingresos equitativos, que brinde las mejores perspectivas de desarrollo profesional y personal, lo que conlleva además en la integración familiar y social.

9. Industria; Innovación e Infraestructura, es indispensable que exista inversión en infraestructura para alcanzar el desarrollo sostenible en los territorios, y empoderar a las comunidades en varios países, en especial en aquellos que se encuentran en desarrollo.
10. Reducir las desigualdades entre los países, es recomendable que se creen y apliquen políticas mundiales que procuren atención especial a las necesidades de las poblaciones desfavorecidas y apartadas. La única forma de contar con el mejoramiento de las condiciones de esas zonas es creando actividades que puedan realizar las personas que habitan dichas localidades, que en su mayoría cuentan con los recursos naturales y culturales que pueden ser aprovechados de mejor manera.
11. Conseguir ciudades y comunidades sostenibles, de la única forma se puede lograr este objetivo que tiene estrecha relación con la actividad turística, es duplicando el esfuerzo y las actividades que permitan resguardar y proteger el patrimonio de las comunidades, es decir los recursos naturales y culturales.
12. Contar con la producción y consumo responsables, se refiere a que los seres humanos cuenten con el incentivo de usar eficientemente los recursos, es decir realizar más y mejores actividades, con pocos recursos, con lo que se puede acrecentar las ganancias económicas a través del uso mínimo de recursos, contribuyendo así mismo a disminuir la contaminación por parte de todos los actores en cada una de las actividades, fomentando de esta manera el mejoramiento del estilo de vida de la población.

Este objetivo tiene una estrecha relación con la presente investigación, pues la agenda plantea que al año 2030, se debe practicar la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales, para ello la gente a nivel mundial contará con la información y el conocimiento necesario para realizar actividades encaminadas al desarrollo sostenible, con la única finalidad de vivir en armonía con la naturaleza.

13. Tomar medidas de emergencia para lidiar con los efectos del cambio climático, está en las manos de cada una de las personas que habita este planeta, pues únicamente modificando las actitudes individuales y colectivas; y, siendo más respetuosos con el medio ambiente, se podrá palpar la minimización de efectos respecto del cambio climático.
14. Impulsar la conservación y uso sostenible de los mares, océanos y todos los recursos marinos para el desarrollo sostenible, ya que estos constituyen vías de acceso para el transporte y el comercio, es decir son la clave para el progreso de una localidad, por tanto, se debe concientizar a nivel mundial a la ciudadanía para mejorar los hábitos y comportamiento diario con la naturaleza, ya que conservar los recursos en el planeta, lo hacen que habitable para los seres humanos.
15. Usar de forma sostenible los ecosistemas terrestres, combatir la desertificación, la degradación de las tierras y aplacar la pérdida de la diversidad biológica, pues la superficie de la tierra está cubierta por bosques que brindan alimento y protección, es decir son esenciales para lidiar con el cambio climático, porque salvaguardan la diversidad biológica y los hogares de la población indígena. Por las razones antes descritas es lógico contar con medidas que disminuyan el deterioro de los hábitats naturales, así como el detrimento de la biodiversidad.
16. Propender a la existencia de sociedades inclusivas y tranquilas, facilitando a que se genere justicia y sean inclusivas a para todos, pues al generar y fomentar la aplicación de leyes y políticas en favor del desarrollo sostenible, se contará con la paz y la justicia que todos los países a nivel del mundo lo anhelan.
17. Fortificar los medios y alianzas para lograr cada uno de los objetivos planteados, se requiere de llegar a acuerdos entre los gobiernos de todos los países, así como las autoridades de todos los sectores: público, privado y la sociedad en general. Las medidas que se tomen para lograr la consecución de los objetivos, deben estar contruidos sobre la base de valores

y principios claros que beneficien a los pobladores de cada rincón del mundo, sin distinción de ninguna clase.

Cada actividad que se emprenda por parte de una empresa u organización, de carácter público o privado, se la debe realizar de forma responsable, teniendo como base los objetivos del desarrollo sostenible, pues únicamente a través de la concientización y aplicación de aquellos objetivos, se obtendrá prosperidad sostenible para la humanidad.

#### ***2.3.11.4 El emprendimiento como factor de desarrollo turístico sostenible***

Emprender es una expresión bastante utilizada a nivel mundial; pues ha estado presente desde tiempos inmemoriales y ha sido protagonista sobre todo en los últimos años, pues el emprendimiento es una opción para vencer los problemas económicos que frecuentemente presentan todos los países del mundo, en especial los que se encuentran en desarrollo (Oyarvide, Nazareno, Roldán, & Ferrales, 2016, p. 89)

En la actualidad se ha visto que uno de las principales vías para progresar en el ámbito económico es el emprendimiento, mismo que puede ser generado por una sola persona, a través de una organización o hablando de forma mucho más amplia como país, es así que los gobiernos de turno generan programas y/o proyectos que permitan activar el desarrollo de sus países.

#### ***2.3.11.5 Desarrollo Local***

El desarrollo local sitúa como eje central al ser humano; y, con ello a los intereses de la colectividad, desarrollando diariamente las capacidades de cada individuo. Consiste en una práctica que persigue promover el desarrollo interno, la autoorganización y el bien de la sociedad en general, por lo que se pretende contar con la participación individual y colectiva de la población (Juárez, 2013, p. 5)

Martínez Y (2010) manifiesta respecto del mismo tema que luego de investigar conceptos relacionados con el desarrollo local, concuerda con lo expresado por la Dra. Luisa Rodríguez que define al mencionado desarrollo como un proceso futuro de organización en el territorio, que es el resultado de los esfuerzos realizados en temas de planificación entre los actores locales, con la finalidad de otorgar valor al recurso humano y material de un determinado territorio.

El desarrollo local tiene elementos que se interrelacionan; y, deben ser considerados si se desean alcanzar los objetivos propuestos:

1. Es importante considerar que las inversiones sectoriales no necesariamente conllevan a desarrollo local.
2. Los modelos de desarrollo local deben ser característicos de cada una de las localidades.
3. Debe nacer con la población propia del sector, con una determinada extensión.

## **CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA**

### **3.1 Tipo y Diseño de Investigación**

#### **3.1.1 Tipo**

En la presente tesis se aplicaron varios tipos de investigación, como se describe a continuación.

**Descriptiva.** - Pues se trabajó sobre la realidad que vive en el tema turístico la Comunidad San Francisco de Cunuguachay, con el objetivo concreto de presentar una interpretación real de los resultados obtenidos en la presente investigación, con fundamento en el concepto planteado por (Tamayo, 2003, p. 46)

**Investigación de campo.** - En virtud de que a través de esta investigación se comprendió la situación y necesidad que en ámbito turístico tiene la comunidad. Se trabajó en el ambiente en el que coexisten las personas, además de contar con las fuentes de consulta directa, pues la información fue extraída de forma individual y grupal de la población y organizaciones existentes en el sector, considerando la estructura social cotidiana y real de la zona, con fundamento en el concepto analizado por (Bermeo, 2011, p. 1)

**Correlacional.** - Puesto que en la presente investigación se puede apreciar y evaluar la relación estadística entre las dos variables (dependiente e independiente), pretende responder interrogantes planteadas en la investigación (Hernández R. , 2006)

#### **3.1.2 Diseño de Investigación**

Se utilizó como diseño de la investigación aquella denominada cuali-cuantitativa, cualitativa que se centra en los sujetos, que pretende comprender fenómenos humanos en una búsqueda de interpretar la realidad social, es decir la forma en la que las personas, grupos o culturas proporcionan sentido a sus experiencias y al mundo en que viven, corresponde a una práctica por lo tanto interpretativa, por lo que procura es entender más allá de medir la realidad social

que se ha construido, donde principalmente se produce una interacción entre el sujeto y fenómeno de estudio.

A través de este diseño de investigación, se ha logrado identificar las falencias de la gestión, que influye directamente en el escaso desarrollo turístico de la Comunidad San Francisco de Cunuguachay, dichos desaciertos contribuyeron a proponer acciones de mejora reales para el sector.

Cuantitativa, porque se realizó el procesamiento de datos proporcionados por las encuestas en este caso de estudio.

De la misma manera es importante recalcar que la investigación es experimental, en virtud de que los participantes fueron escogidos conforme los criterios que cada uno de ellos pudo aportar en la investigación.

### **3.2 Unidad de análisis**

La Unidad de análisis de la presente investigación es la Comunidad San Francisco de Cunuguachay, ubicada en la parroquia de Calpi, provincia de Chimborazo. Específicamente las unidades de análisis son dos: Integrantes de la Asociación de Mujeres del C.T.C. “Quilla Pacari”, quienes aportaron sus criterios respecto de la variable independiente (Gestión); La Población local quienes aportaron criterios respecto de la variable dependiente (Desarrollo Turístico). Finalmente es importante mencionar que se han realizado entrevistas a los Técnicos de Turismo como parte de los actores turísticos (entidades públicas), con la finalidad de fortalecer los criterios respecto de la gestión y desarrollo en el sector.

### **3.3 Población de estudio**

- a) **Población I:** Corresponde a la Asociación de Mujeres del Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”. Dicha asociación está conformada por 60 mujeres.

b) **Población II:** Está conformada por los 371 habitantes de la Comunidad San Francisco de Cunuguachay, que tienen entre 15 y 64 años, datos obtenidos del (GAD Parroquial Santiago de Calpi, 2015)

### 3.4 Tamaño de muestra

**Muestra I:** Para el cálculo de la presente muestra, se utilizó la fórmula de población finita, propuesta por Sampieri & Baptista (2010) considerando una población de 371 habitantes de la Comunidad San Francisco de Cunuguachay, que tienen entre 15 y 64 años.

#### Donde:

n: tamaño de la muestra

N: universo de estudio

e: error máximo aceptable (0.05)

p: probabilidad de ocurrencia (0.5)

q: probabilidad de no ocurrencia (0.5)

Z: nivel de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación del 95% de confianza equivalente a (1,96)

#### Cálculo:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{(N - 1) * e^2 + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{371 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{((371 - 1) * 0,05^2) + (1,96^2 * 0,5 * 0,5)}$$

$$n = \frac{356,308}{1,885}$$

$$n = 189$$

### 3.5 Selección de la muestra

La muestra es probabilística, pues se tomaron de manera aleatoria, es decir que, los habitantes de la Comunidad San Francisco de Cunuguachay que tienen entre 15 y 64 años, tuvieron la posibilidad de ser seleccionados para la investigación.

### 3.6 Operacionalización de variables

#### 3.6.1 Variable independiente

Gestión (Anexo 2)

#### 3.6.2 Variable dependiente

Desarrollo turístico (Anexo 3)

### 3.7 Técnicas e instrumentos de investigación

#### 3.7.1 Técnicas

Considerando el concepto planteado por Sánchez (2015) que manifiesta que las técnicas integran la estructura por medio de la cual se organiza la investigación; y, que además ordena las diferentes etapas de la investigación, aporta instrumentos para manejar la información, lleva el control de los datos, y, finalmente orienta la obtención de conocimientos, en el presente trabajo de investigación se han establecido las siguientes técnicas de investigación:

a) **Encuestas:** Dirigidas a la Asociación de Mujeres del C.T.C. “Quilla Pacari”, quienes dan su aporte respecto de la Gestión que se realiza en la Comunidad para alcanzar el desarrollo turístico en el sector.

De la misma manera las encuestas fueron aplicadas a los pobladores de la Comunidad San Francisco de Cunuguachay, con la finalidad de conocer su punto de vista respecto del desarrollo turístico que ha tenido el sector.

b) **Entrevistas:** Dirigidas a Técnicos de Turismo: Lic. Paulina Ávalos Silva Especialista de Desarrollo Turístico Zonal de la Coordinación Zonal 3 del Ministerio de Turismo, así como

a la Ing. Andrea Benavides Técnica de Turismo del GADM de Riobamba, quienes entregaron su criterio respecto de la gestión realizada por la Comunidad San Francisco de Cunuguachay, para alcanzar el desarrollo turístico del sector.

### 3.7.2 Instrumentos

Según Martínez V (2013) los instrumentos constituyen las estrategias que se emplean para recolectar la información que se requiere en el tema que se investiga, el instrumento es aquel que permite que la técnica se operative (P. 2).

En función del concepto antes descrito, es importante mencionar que como instrumentos se utilizaron los siguientes:

- a) **Cuestionario:** Diseñado para los integrantes de la Asociación del C.T.C. “Quilla Pacari”, así como para la población de la Comunidad San Francisco de Cunuguachay. Las preguntas se formularon utilizando escala de Likert, así como la utilización de preguntas dicotómicas.
  
- b) **Guía de entrevista:** Se diseñó una guía de entrevista semi estructurada, en virtud de que la misma fue formularla en términos sencillos que sean de fácil entendimiento para los entrevistados, que en este caso fueron los dirigentes de la Asociación del C.T.C. “Quilla Pacari”.

De ideal forma se realizaron entrevistas estructuradas o formales, mismas que están previamente elaboradas, pues fueron aplicadas a las profesionales en el tema turístico del MINTUR y del GADM Riobamba.

### 3.8 Validez de los instrumentos

La validez de los instrumentos se realizó mediante el juicio de expertos, mismo que consiste en la opinión de profesionales con mucha trayectoria y experiencia en el tema de investigación; y, por lo tanto, pueden proporcionar información y juicios de valor.

#### 3.8.1 Selección de expertos

Los expertos han sido seleccionados en base a la experticia que tienen en temas turísticos, planificación y académica, que a su vez cuentan con experiencia en la realización de juicios y valoraciones. Los tres profesionales docentes e investigadores de nivel superior, con formación académica de maestría y con experiencia de docente universitario.

Tabla 1:  
Expertos seleccionados

No.	Nombre y Apellidos	Cargo
1	Mgs. Franklin Roberto Quishpi Choto	Docente de la Universidad Nacional de Chimborazo. Técnico del Departamento de Planificación – UNACH.
2	Mgs. Margoth Isabel Cali Pereira	Consultor privado. Docente de la Universidad Nacional de Chimborazo
3	Mgs. Omar Patricio Flor Mora	Docente de la Universidad Nacional de Chimborazo Técnico del Investigación -UNACH

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

#### 3.8.2 Análisis e interpretación de la validación de expertos

La validación de expertos, es un proceso que fue realizado con la finalidad de contar con instrumentos confiables, mismos que fueron utilizados en la presente investigación. El tipo de validación realizada se denomina validez de constructo, de criterio y contenido. Luego de realizado el mencionado proceso, se estableció que los instrumentos tienen un diseño apropiado para el tema de investigación, conforme a las variables establecidas, lo que contribuye al logro de objetivos.

### **3.9 Confiabilidad de los instrumentos**

La fiabilidad o confiabilidad de los instrumentos, se refieren a la seguridad o estabilidad de una medida, es decir la confiabilidad es aquella que ayuda a solucionar los problemas prácticos o teóricos que forman parte de la investigación. La determinación de que un instrumento es un poco o muy confiable depende de los errores de medición estén presentes en el instrumento (Quero, 2010, p. 250)

El alfa de Cronbach es el promedio de la correlación entre los ítems que hacen parte de un instrumento. El valor mínimo aceptable para el coeficiente alfa de Cronbach es 0,70; los valores que se encuentren por debajo quiere decir que la estabilidad interna de la escala utilizada es baja. Por otra parte, el valor máximo esperado es 0,90; por arriba de este valor se considera que hay duplicación o redundancia en el instrumento (Oviedo, 2005, p. 574)

Los resultados obtenidos mediante la aplicación de alfa de Cronbach, señalan que para la variable Gestión existe un resultado de 0,801; mientras que para la variable desarrollo turístico se obtuvo un valor de 0,886; lo que demuestra que los instrumentos son confiables en virtud de que se encuentran en los rangos establecidos en los párrafos anteriores.

### **3.10 Análisis e interpretación de la información**

En el análisis e interpretación de la información de la presente investigación, se utilizó el software denominado SPSS, versión 25, conocido por la capacidad que tiene de gestionar gran volumen de datos. En primer lugar, se aplicaron las encuestas conforme la planificación establecida, posteriormente se ingresaron los datos obtenidos en el software SPSS, para obtener el resultado que se describe a continuación:

Tabla 2:  
Alfa de Cronbach

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>		
<b>Constructos</b>	<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N. de elementos</b>
<b>Gestión</b>	,801	13
<b>Desarrollo Turístico</b>	,886	13

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

Una vez realizado el análisis mediante la utilización del software antes indicado; y, conforme el criterio establecido por los tres expertos, se concluye que los instrumentos son buenos y aplicables, por cuanto sobrepasa el valor mínimo aceptable para el coeficiente alfa de Cronbach que es 0,70, en las dos variables. Para la variable gestión el Alfa de Cronbach es de 0,801; y, la variable desarrollo turístico obtuvo un Alfa de Cronbach de 0,886, por lo que se concluye que los instrumentos son confiables.

## **CAPITULO 4: RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados**

Los instrumentos aplicados en la presente investigación fueron las encuestas, mimas que se diseñaron en función de cada variable, es así que para la variable independiente gestión, las encuestas fueron aplicadas a la Asociación de Mujeres del C.T.C. “Quilla Pacari”; y, para la variable dependiente desarrollo turístico, las encuestas fueron aplicadas a la Población de la Comunidad San Francisco de Cunuguachay.

Con la información recabada a través de estos instrumentos, se procedió a realizar una base de datos en el software estadístico SPSS, versión 25, que permitió obtener tablas y gráficos que fueron interpretados y analizados, para formar parte de los resultados del presente trabajo de investigación; y, en base a ello estructurar una propuesta que beneficie a la actividad turística del sector.

A continuación, se presenta el detalle y el análisis de los datos por cada ítem o pregunta realizada en los dos instrumentos.

#### 4.1.1 Resultados correspondientes a la variable independiente: Gestión

##### 1. ¿El C.T.C. “Quilla Pacari” cuenta con una visión, misión y objetivos que guíen las acciones de la organización?

Tabla 3:

Misión; Misión y Objetivos

Misión; Visión y Objetivos					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	60	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a la Asociación de Mujeres del C.T.C. “Quilla Pacari”

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

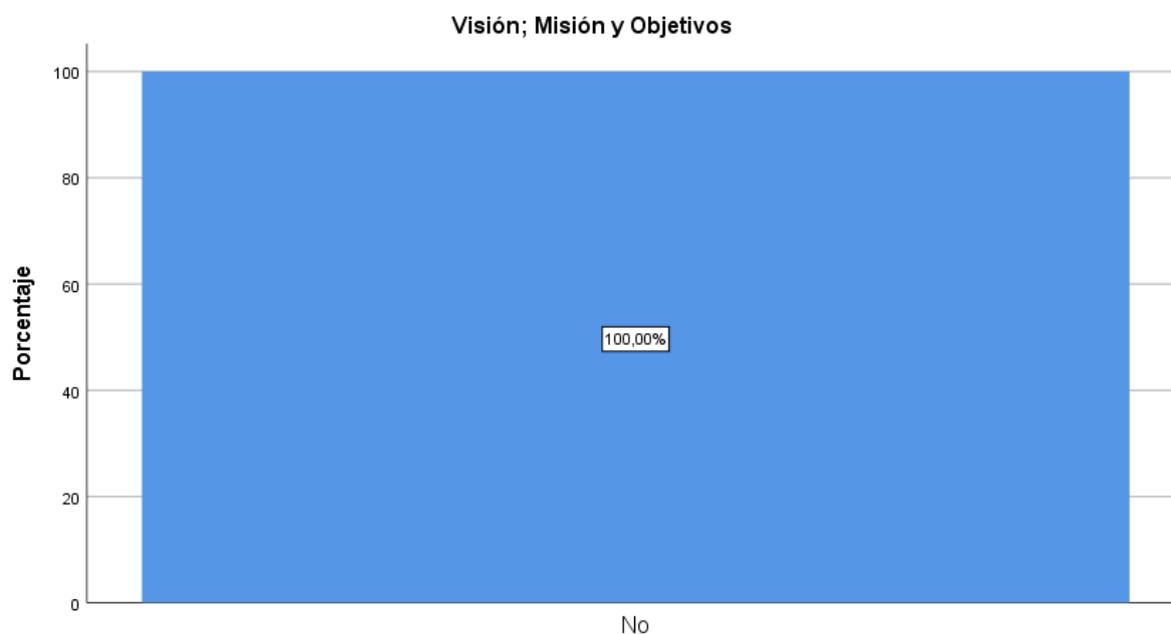


Gráfico 1: Misión; Visión; y Objetivos

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

#### Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede observar que el 100% de encuestados que pertenecen a la Asociación de Mujeres del C.T.C. "Quilla Pacari", manifiestan que el mencionado C.T.C. no cuenta con una visión, misión y objetivos que guíen las acciones en temas turísticos de la Asociación, lo que ocasiona que no se realice una adecuada gestión; y, por ende, no existe un adecuado desarrollo turístico en el sector.

## 2. ¿Con cuál de las siguientes herramientas de planificación cuenta el Centro de Turismo Comunitario?

Tabla 4:  
Herramientas de planificación

Herramientas de planificación					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ninguna Herramienta	60	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a la Asociación de Mujeres del C.T.C. "Quilla Pacari"

Elaborado por: Magaly Rojas 2019



Gráfico 2: Herramientas de planificación  
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

### Análisis e interpretación

Según los resultados que arroja la encuesta, el 100% de las personas que han sido encuestadas mencionan que el C.T.C. "Quilla Pacari", no cuenta con ninguna de las siguientes herramientas de planificación: Plan de trabajo; Modelo de gestión; Planificación territorial, lo que conlleva a que las acciones o actividades que se realizan en temas turísticos, no se ejecutan a través de una adecuada coordinación; y, por ende, no se conocen los resultados que esperarían o desearían en beneficio del C.T.C.

### 3. ¿Cuál de los siguientes actores turísticos, planifica o gestiona actividades turísticas en la Comunidad?

Tabla 5:  
Actores turísticos

Actores turísticos que planifican o gestionan actividades					
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	C.T.C. Quilla Pacari	44	73,3	73,3	73,3
	ONGs	16	26,7	26,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a la Asociación de Mujeres del C.T.C. "Quilla Pacari"

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

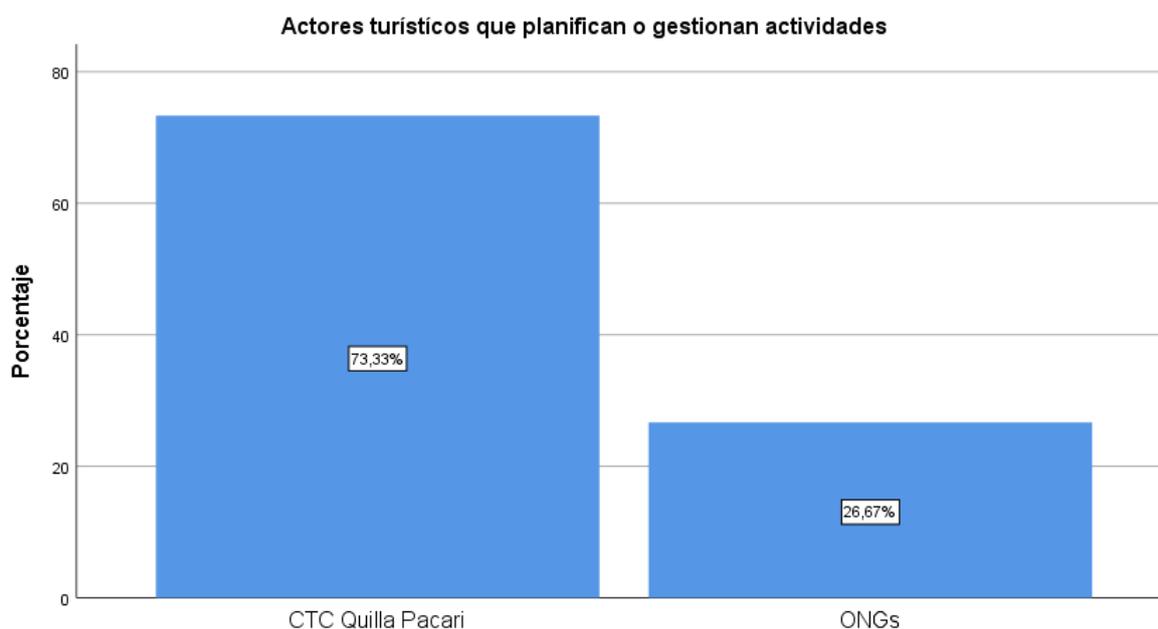


Gráfico 3: Actores turísticos

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

#### Análisis e interpretación

En el tema de los actores turísticos que gestionan o llevan a cabo algún tipo de actividad turística, se observa que 44 personas que representa el 73% mencionan que el C.T.C. "Quilla Pacari" es quien gestiona la actividad, además que 16 personas que corresponden al 27% de los encuestados manifiestan que las ONGs realizan algún tipo de gestión y planificación en temas turísticos, por lo que se concluye que la mayor parte de actores turísticos presentes en el sector no contribuyen de ninguna manera para lograr un adecuado desarrollo turístico a través de la gestión.

#### 4. ¿Cuál de las siguientes actividades se han realizado para conservar los recursos con los que cuenta la Comunidad?

Tabla 6:  
Actividades para conservación de recursos

Actividades para conservación de recursos					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Reducir el consumo diario de agua	7	11,7	11,7	11,7
	Reutilizar los envases de vidrio o lata para actividades como sembrar plantas	31	51,7	51,7	63,3
	Sembrar plantas nativas	22	36,7	36,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a la Asociación de Mujeres del C.T.C. "Quilla Pacari"

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

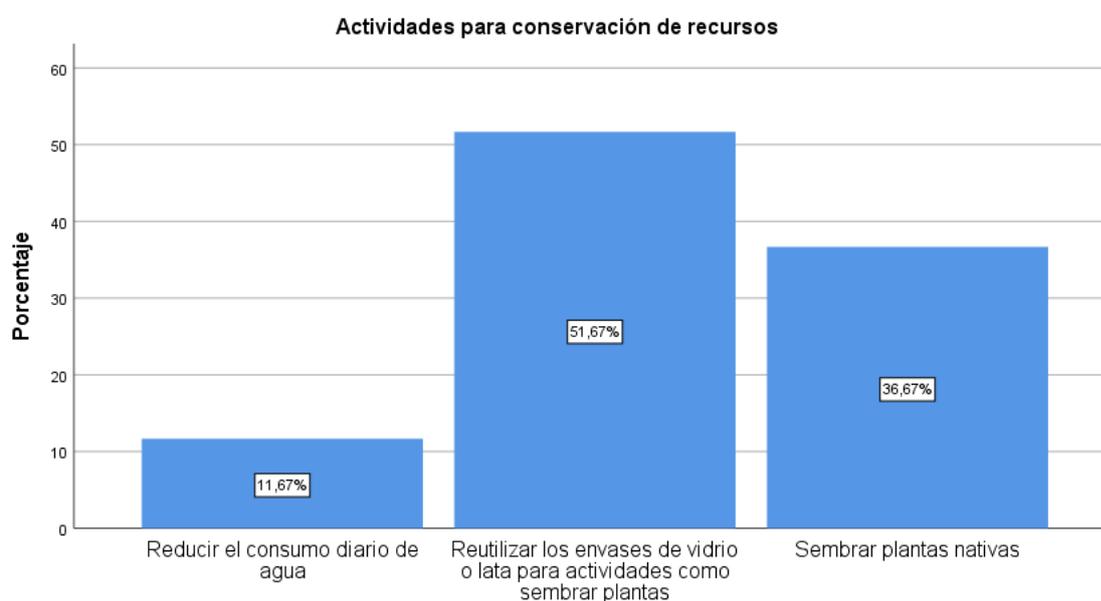


Gráfico 4: Actividades para conservación de recursos

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

#### Análisis e interpretación

De las opciones presentadas, en cuanto a las actividades que se han realizado para conservar los recursos con los que cuenta la Comunidad, los resultados muestran que un 51% reutilizan los envases en actividades como sembrar plantas, el 37% de los encuestados indica que siembran plantas nativas para conservar los recursos; y, el 12% de encuestados indican que reducen el consumo diario del agua en las actividades cotidianas. Estos resultados muestran que la población tiene la voluntad y la conciencia para conservar los recursos que son valiosos para todos, por tanto, tendrían acogida las acciones que tomen en beneficio de la Comunidad y el aprovechamiento sostenible de los recursos.

## 5. ¿Cuál de las siguientes actividades se han realizado para conservar los bienes culturales con los que cuenta la Comunidad?

Tabla 7:

Actividades para conservación de bienes culturales

Actividades para conservación de bienes culturales					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Prácticas de juegos tradicionales	9	15,0	15,0	15,0
	Prácticas de lengua materna	26	43,3	43,3	58,3
	Utilización de vestimenta típica	18	30,0	30,0	88,3
	Práctica agrícola ancestral	7	11,7	11,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a la Asociación de Mujeres del C.T.C. "Quilla Pacari"

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

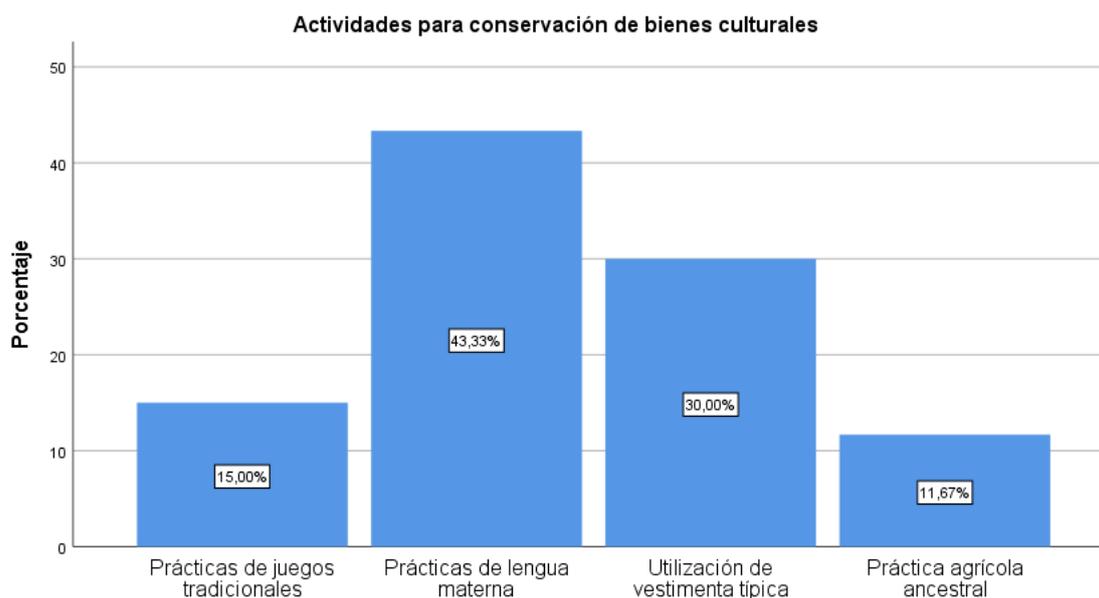


Gráfico 5: Actividades para conservación de bienes culturales

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

### Análisis e interpretación

Las actividades que se han realizado en cuanto a la conservación de los bienes culturales, los resultados muestran que el 43% practican la lengua materna; el 30% usan la vestimenta típica; un 15% de los encuestados aún practican juegos tradicionales; y, el 12% todavía realizan la práctica agrícola tradicional, lo que significa que la Comunidad cuenta con una riqueza de bienes culturales que gestionados de una forma adecuada, constituirían uno de los atractivos más importantes con los que cuenta la Comunidad.

## 6. ¿En qué aspectos, la actividad turística ha generado un mayor desarrollo social o económico?

Tabla 8:  
Aspectos de mayor desarrollo social y económico

Aspectos que generan mayor desarrollo social o económico					
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Educación a través de talleres de capacitación	26	43,3	43,3	43,3
	Incremento de recursos económicos	34	56,7	56,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a la Asociación de Mujeres del C.T.C. “Quilla Pacari”  
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

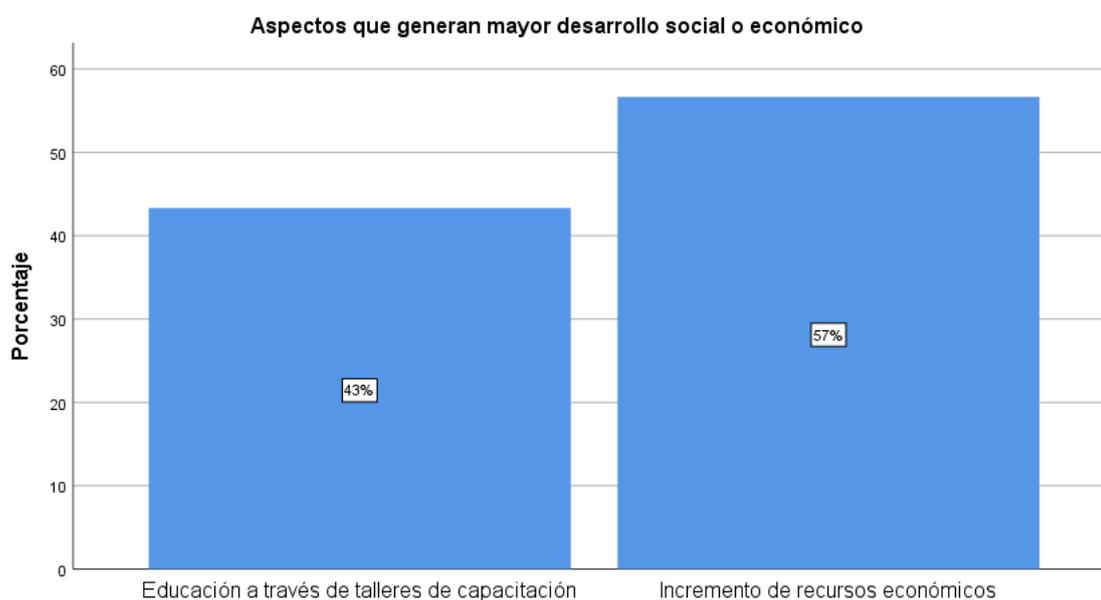


Gráfico 6: Aspectos de mayor desarrollo social y económico  
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

### Análisis e interpretación

En los resultados obtenidos se puede apreciar que los aspectos en los que la actividad turística ha generado un mayor desarrollo social y económico son los siguientes: 57% menciona que han incrementado sus ingresos económicos; y, un 43% indica que ha mejorado la educación a través de talleres de capacitación, en virtud de lo cual se concluye que la actividad turística es generadora de desarrollo en diferentes ámbitos, por tanto es importante contribuir con el desarrollo de actividad de una manera sostenible.

## 7. ¿Conoce los atractivos turísticos con los que cuenta la Comunidad San Francisco de Cunuguachay?

Tabla 9:  
Conocimiento de atractivos turísticos

Conocimiento de los atractivos turísticos					
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Si	30	50,0	50,0	50,0
	No	30	50,0	50,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a la Asociación de Mujeres del C.T.C. "Quilla Pacari"  
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

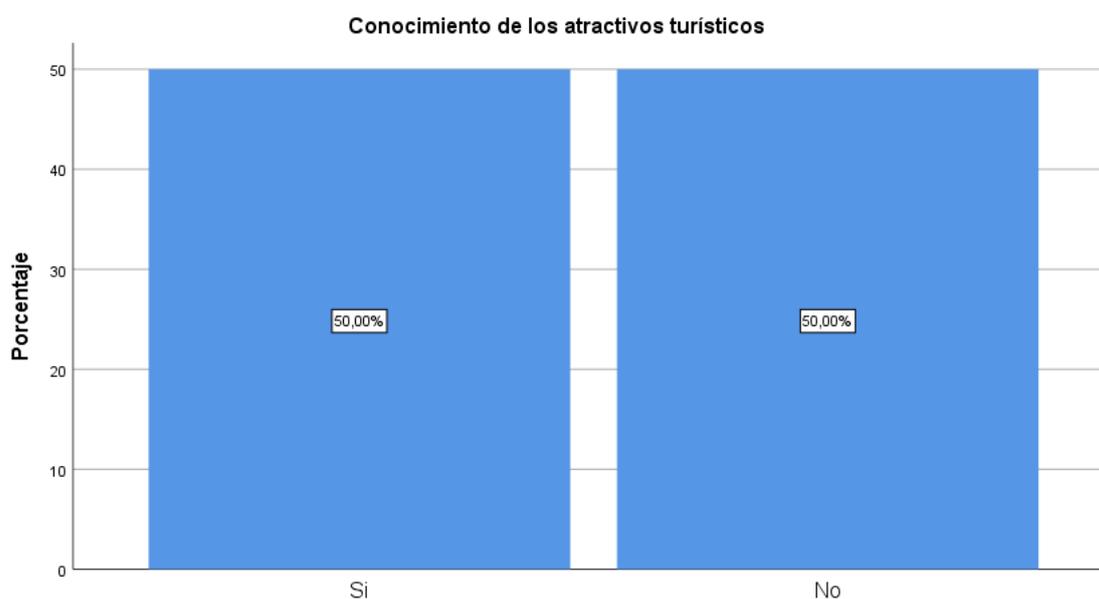


Gráfico 7: Conocimiento de atractivos turísticos  
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

### Análisis e interpretación

En cuanto al conocimiento de los atractivos turísticos con los que cuenta la Comunidad, existe un 50% de personas que conocen y un 50% que desconocen de los atractivos turísticos, por lo que es recomendable que se realicen actividades que permitan que el 100% de personas que integran la Asociación de Mujeres del C.T.C. "Quilla Pacari", conozcan la riqueza natural y cultural con la que cuenta la Comunidad, pues el conocimiento adecuado de la oferta turística, puede ser una ventaja competitiva y a la vez objeto de recomendación, o en su defecto este alto porcentaje de desconocimiento pudiera perjudicar en el desarrollo de actividades turísticas dentro de la Comunidad.

## 8. ¿Cuál de los siguientes productos y servicios turísticos que oferta la Comunidad, tiene mayor acogida?

Tabla 10:

Productos y servicios turísticos que tienen mayor acogida

Productos y servicios turísticos que tienen mayor acogida					
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Recorrido guiado a los atractivos turísticos	3	5,0	5,0	5,0
	Recorrido autoguiado a los atractivos turísticos	10	16,7	16,7	21,7
	Hospedaje	24	40,0	40,0	61,7
	Alimentación	18	30,0	30,0	91,
	Producción de conservas	5	8,3	8,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a la Asociación de Mujeres del C.T.C. "Quilla Pacari"

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

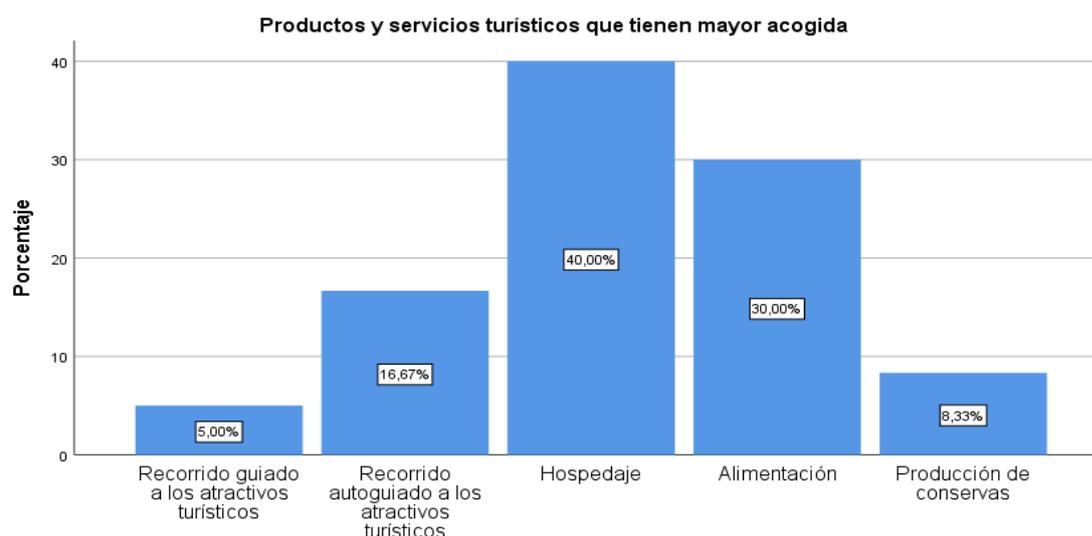


Gráfico 8: Productos y servicios turísticos que tienen mayor acogida

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

### Análisis e interpretación

Dentro de la oferta con la que cuenta la Comunidad, según las personas encuestadas, los productos o servicios que tienen mayor acogida son los siguientes: Hospedaje con un 40%; Alimentación con un 30%; Recorridos auto guiados a los atractivos turísticos con un 17%; Producción de conservas un 8%; y, recorridos guiados a los atractivos turísticos un 5%, lo que nos permite considerar la implementación de estrategias que permitan que los productos y servicios que ya tienen buena acogida se mantengan y mejoren cada día; y, aquellos que no cuentan con mucha acogida puedan ser impulsados mediante aplicación de dichas estrategias.

## 9. ¿Qué tipo de turistas son los que más visitan la Comunidad San Francisco de Cunuguachay y su C.T.C. “Quilla Pacari”?

Tabla 11:

Tipo de turistas que más visitan la Comunidad

Tipo de turistas que más visitan la Comunidad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nacionales	19	31,7	31,7	31,7
	Extranjeros	41	68,3	68,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a la Asociación de Mujeres del C.T.C. “Quilla Pacari”

Elaborado por: Magaly Rojas 2019



Gráfico 9: Tipo de turistas que más visitan la Comunidad

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

### Análisis e interpretación

Según los datos obtenidos de los encuestados, los turistas que más visitan la Comunidad son los extranjeros con un 68%; y los nacionales con un 32%, por lo que es importante brindar un buen servicio a los turistas nacionales y extranjeros para que sean ellos la mejor publicidad, pues es imprescindible seguir contando con la demanda actual; y, a la vez atraer un mayor número de turistas lo que generaría un mayor desarrollo turístico en la Comunidad.

## 10. El C.T.C. "Quilla Pacari", ¿cuenta con una imagen corporativa que le permita estar en la mente del consumidor (turista)?

Tabla 12:  
Imagen corporativa

Imagen corporativa					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	60	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a la Asociación de Mujeres del C.T.C. "Quilla Pacari"  
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

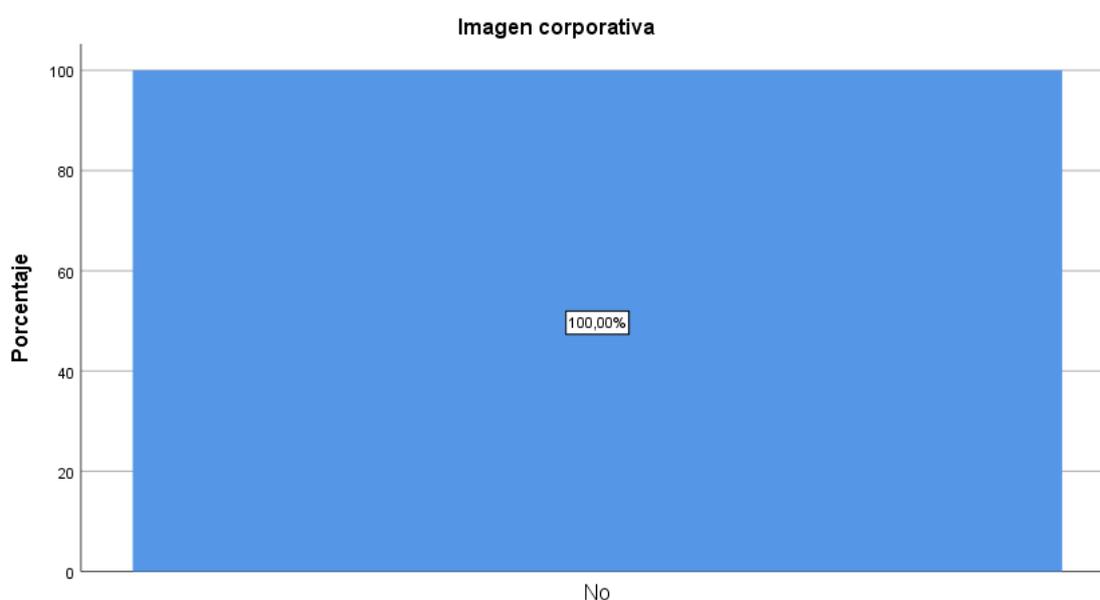


Gráfico 10: Imagen corporativa  
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

### Análisis e interpretación

El C.T.C. "Quilla Pacari", según el 100% de encuestados no cuenta con una imagen corporativa que le permita estar en la mente de los consumidores o turistas, por tanto, es importante que el C.T.C. cuente con la imagen turística, pues es la carta de presentación de una empresa, institución u organización que brinda un producto o servicio al turista.

## 11. ¿Cuál de las siguientes estrategias de promoción se utilizan para atraer mayor número de turistas?

Tabla 13:  
Estrategias de promoción

Estrategias de promoción					
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Trípticos	18	30,0	30,0	30,0
	Correo electrónico	2	3,3	3,3	33,3
	Boca a boca	19	31,7	31,7	65,0
	Alianzas con instituciones	12	20,0	20,0	85,0
	Ninguna de las anteriores	9	15,0	15,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a la Asociación de Mujeres del C.T.C. "Quilla Pacari"  
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

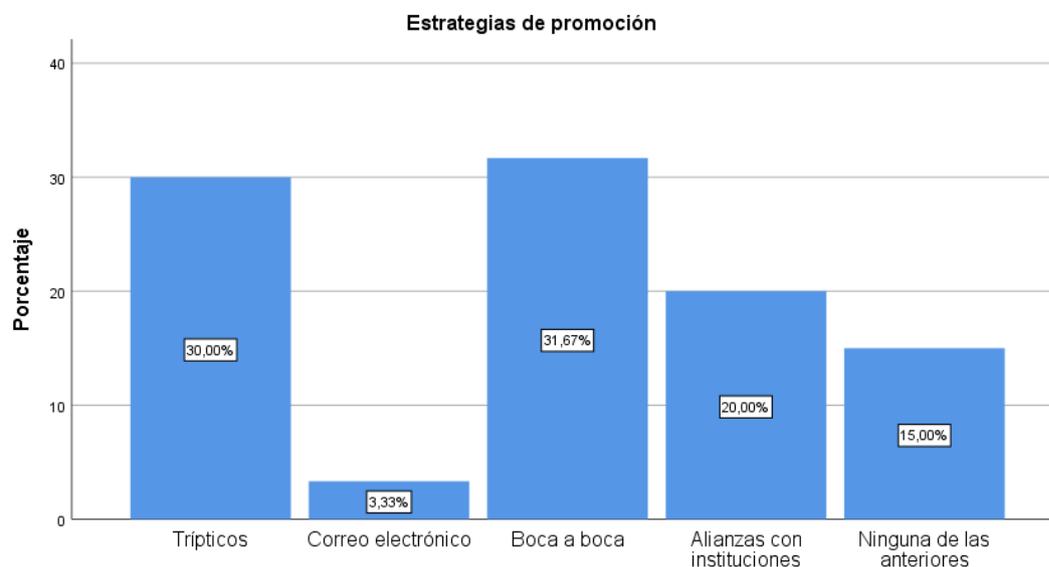


Gráfico 11: Estrategias de promoción  
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

### Análisis e interpretación

Dentro de las estrategias de promoción que se utilizan para atraer mayor número de turistas según los encuestados son: 32% boca a boca de quienes visitan el C.T.C. ; un 30% con el uso de trípticos que no son generados por la Comunidad, sino otorgados en años anteriores por la CORDTUCH; un 20% menciona que la promoción se realiza a través alianzas con instituciones, en este caso una ONG Francesa, que envía turistas extranjeros mediante contacto externo a la Comunidad, un 15% manifiesta que no utiliza ninguna estrategia de promoción; y, un 3% indica que promociona a través de correo electrónico. Lo antes descrito demuestra que no existe una decisión ni el asesoramiento técnico necesario para que el C.T.C. aplique sus propias estrategias de promoción; y, de esta manera contar con un mejor flujo de turistas.

## 12. ¿Cuál es el presupuesto que se asigna de forma mensual para promocionar los atractivos turísticos de la Comunidad?

Tabla 14:

Presupuesto asignado para promoción turística

Presupuesto asignado para promoción turística					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ningún valor	60	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a la Asociación de Mujeres del C.T.C. "Quilla Pacari"

Elaborado por: Magaly Rojas 2019



Gráfico 12: Presupuesto asignado para promoción turística

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

### Análisis e interpretación

El 100% de encuestados manifiestan que no se asigna presupuesto para promocionar los productos o servicios que oferta la Comunidad, por tanto, es importante que los integrantes y dirigentes del C.T.C. "Quilla Pacari", tomen conciencia de que se requiere invertir en promoción de atractivos, pues si no se toman cartas en el asunto, la demanda no se verá incrementada; y, por tanto, los ingresos económicos también se verán afectados.

### 13. ¿Cuál de los siguientes medios de comunicación se utilizan para generar promoción y publicidad turística?

Tabla 15:

Medios de comunicación utilizados en promoción turística

Medios de comunicación utilizados para realizar promoción turística					
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Boca a boca	26	43,3	43,3	43,3
	Ninguna de las anteriores	34	56,7	56,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a la Asociación de Mujeres del C.T.C. "Quilla Pacari"

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

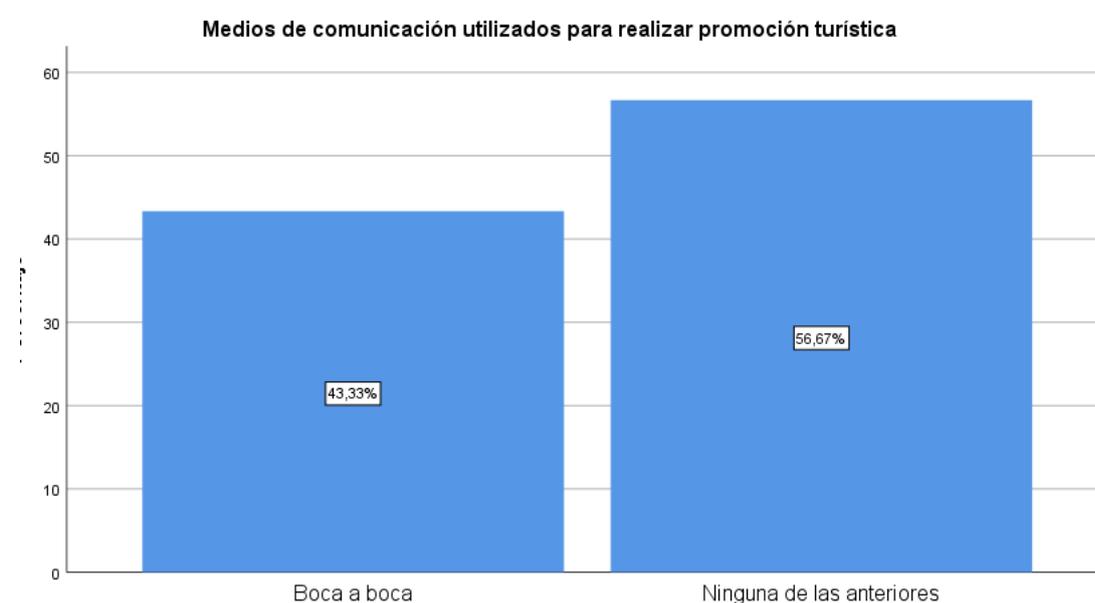


Gráfico 13: Medios de comunicación utilizados en promoción turística

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

### Análisis e interpretación

Según las personas encuestadas, el 57% menciona que no utilizan ningún medio de comunicación para generar promoción y publicidad, mientras que el 43% señala que los medios de comunicación que utilizan para promoción y publicidad turística es únicamente la boca a boca, por lo que es importante que el C.T.C. cuente con medios de promoción y publicidad, pues hoy en día si los emprendimientos turísticos no están a la vanguardia de la tecnología, en cuanto a servicio, promoción y publicidad, no tendrán futuro.

#### 4.1.2 Resultados correspondientes a la variable dependiente: Desarrollo turístico

##### 1. ¿Cómo habitante la Comunidad San Francisco de Cunuguachay, está de acuerdo con el desarrollo de actividades turísticas en el sector?

Tabla 16:

Desarrollo de actividades turísticas

De acuerdo con el desarrollo de actividades turísticas					
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Si	121	64,0	64,0	64,0
	No	68	36,0	36,0	100,0
	Total	189	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de la Comunidad San Francisco de Cunuguachay

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

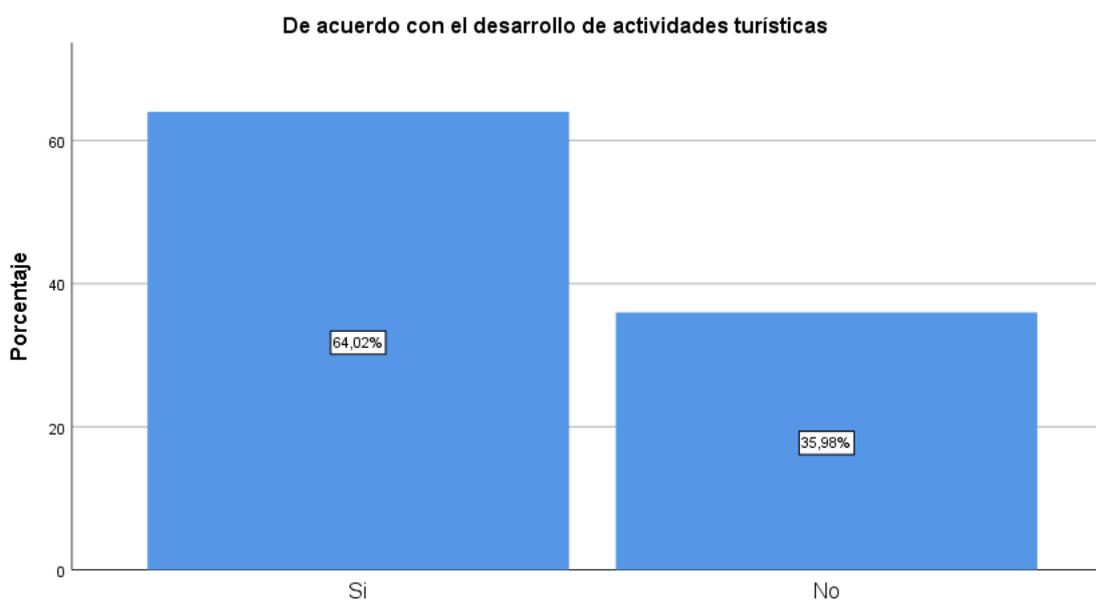


Gráfico 14: Desarrollo de actividades turísticas

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

#### Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos, se puede observar que el 64% está de acuerdo con el desarrollo de las actividades turísticas del sector, mientras que el 36% no está de acuerdo con el desarrollo de dichas actividades, por lo que se evidencia la existencia de un apoyo significativo de la Comunidad, aspecto que debe ser aprovechado de mejor forma por parte de los gestores de la actividad turística en la Comunidad.

## 2. ¿Conoce los atractivos turísticos con los que cuenta la Comunidad San Francisco de Cunuguachay?

Tabla 17:  
Conocimiento de los atractivos turísticos

Conocimiento de los atractivos turísticos					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	100	52,9	52,9	52,9
	No	89	47,1	47,1	100,0
Total		189	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de la Comunidad San Francisco de Cunuguachay  
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

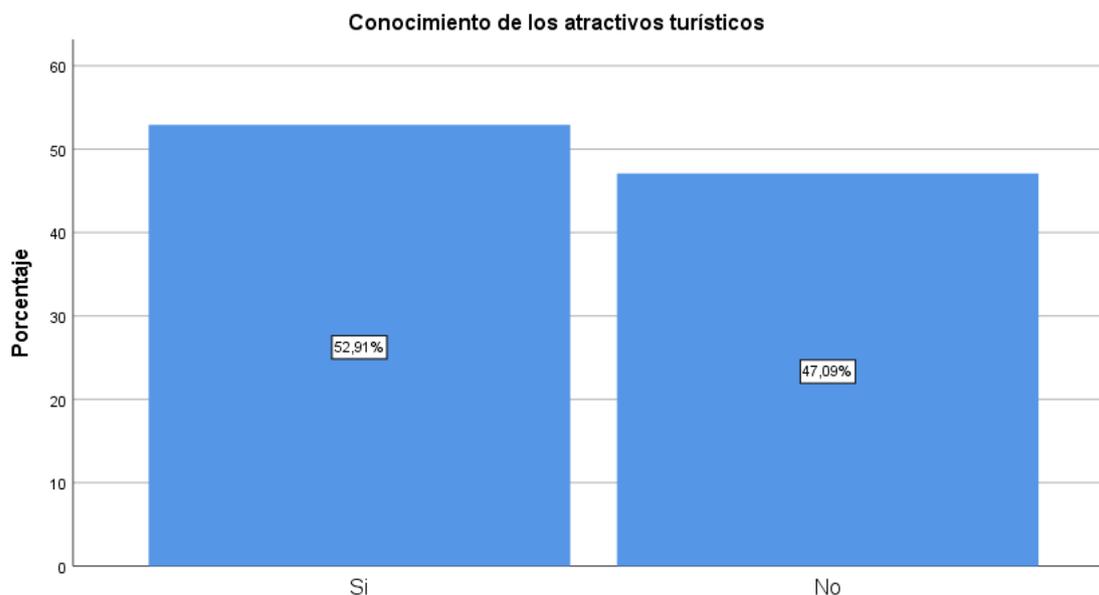


Gráfico 15: Conocimiento de atractivos turísticos  
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

### Análisis e interpretación

El 53% de los encuestados manifiesta que, si conocen los atractivos con los que cuenta la Comunidad, sin embargo, también existe un porcentaje considerablemente alto que es del 47% que desconoce de la existencia de los atractivos, lo que constituye una debilidad en la Comunidad, que puede ser revertida con la aplicación de estrategias adecuadas.

### 3. ¿Cuánto cree usted que gasta en promedio un turista que permanece en la Comunidad, por al menos una noche?

Tabla 18:  
Estimación de gasto promedio

Gasto promedio					
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	10 a 20 dólares diarios	100	52,9	52,9	52,9
	21 a 31 dólares diarios	75	39,7	39,7	92,6
	Más de 31 dólares diarios	10	5,3	5,3	97,9
	Otro valor	4	2,1	2,1	100,0
Total		189	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de la Comunidad San Francisco de Cunuguachay  
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

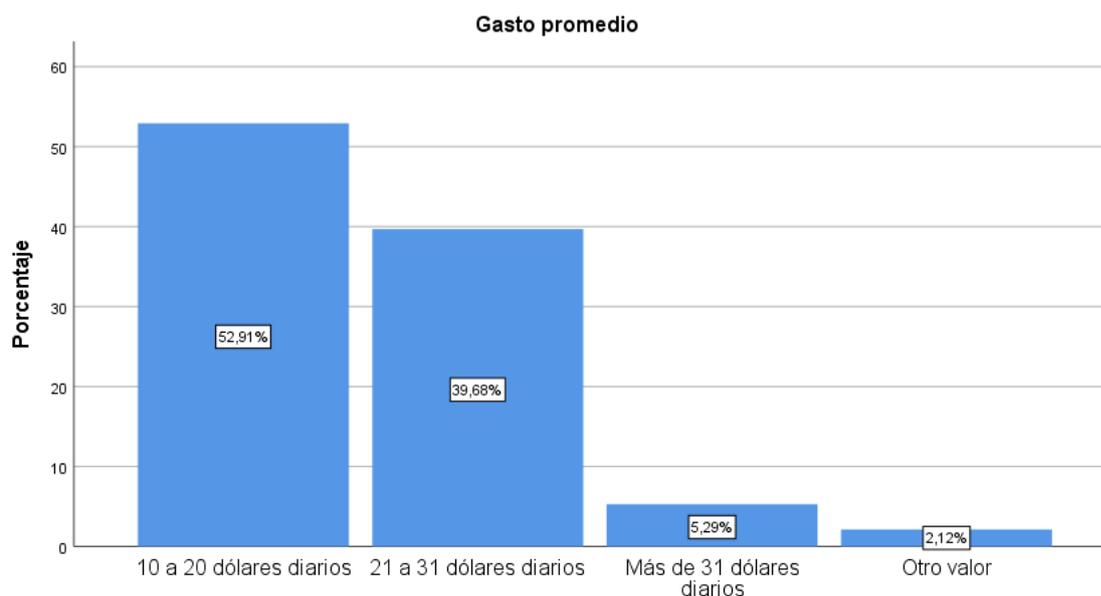


Gráfico 16: Estimación de gasto promedio  
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

#### Análisis e interpretación

En cuanto al gasto promedio que realiza un turista que llega a la Comunidad San Francisco de Cunuguachay, los encuestados consideran en un 53% que el gasto es de 10 a 20 dólares diarios, el 40% estima que el valor de gasto diario va de 21 a 31 dólares diarios, el 5% manifiesta que los turistas gastarían más de 31 dólares diarios; y, finalmente un 2% considera que gastarían otro valor. Lo antes descrito demuestra que la población considera que los costos por los servicios y productos que ofrecen en la Comunidad, son accesibles al público.

#### 4. ¿Cómo califica usted la afluencia de turistas a la Comunidad San Francisco de Cunuguachay?

Tabla 19:  
Afluencia de turistas

Afluencia de turistas a la Comunidad					
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Muy bueno	11	5,8	5,8	5,8
	Bueno	37	19,6	19,6	25,4
	Regular	72	38,1	38,1	63,5
	Malo	69	36,5	36,5	100,0
	Total	189	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de la Comunidad San Francisco de Cunuguachay  
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

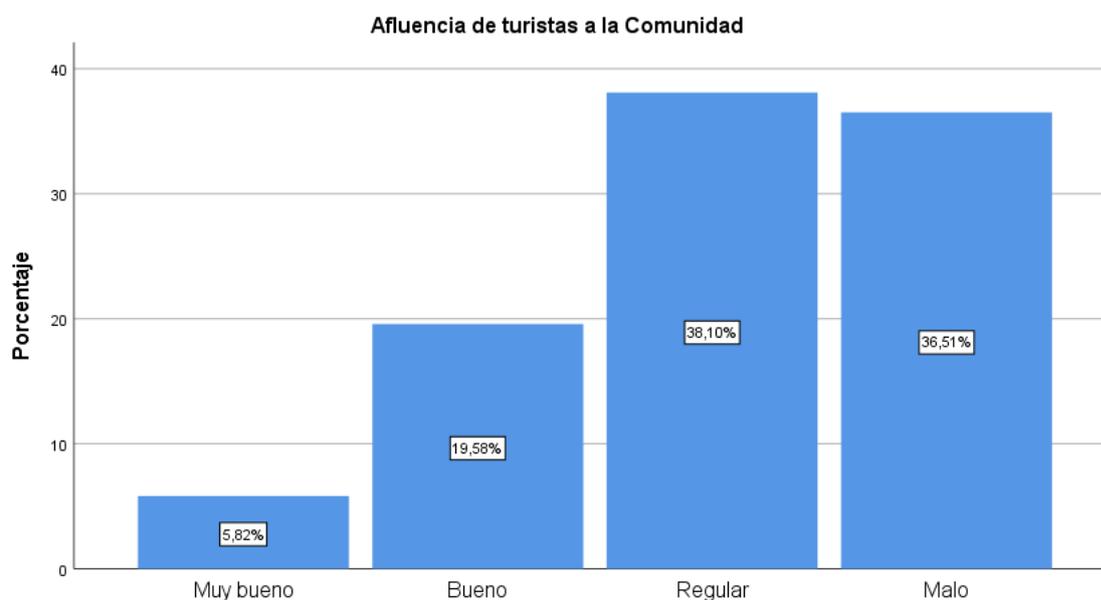


Gráfico 17: Afluencia de turistas  
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

#### Análisis e interpretación

La población encuestada en un 38% considera que la afluencia de turistas es regular, el 36 % indica que le parece que la afluencia turística es mala, un 20% considera que existe una buena afluencia y un 6% considera que dicha afluencia es muy buena. A través de los resultados se puede notar que es urgente la aplicación de acciones que permitan mejorar el flujo turístico en el sector.

## 5. ¿Considera usted que con el desarrollo de la actividad turística se han creado fuentes de empleo para la población local?

Tabla 20:  
Creación de empleo

Creación de fuentes de empleo					
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Si	32	16,9	16,9	16,9
	No	109	57,7	57,7	74,6
	No sabe	48	25,4	25,4	100,0
	Total	189	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de la Comunidad San Francisco de Cunuguachay  
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

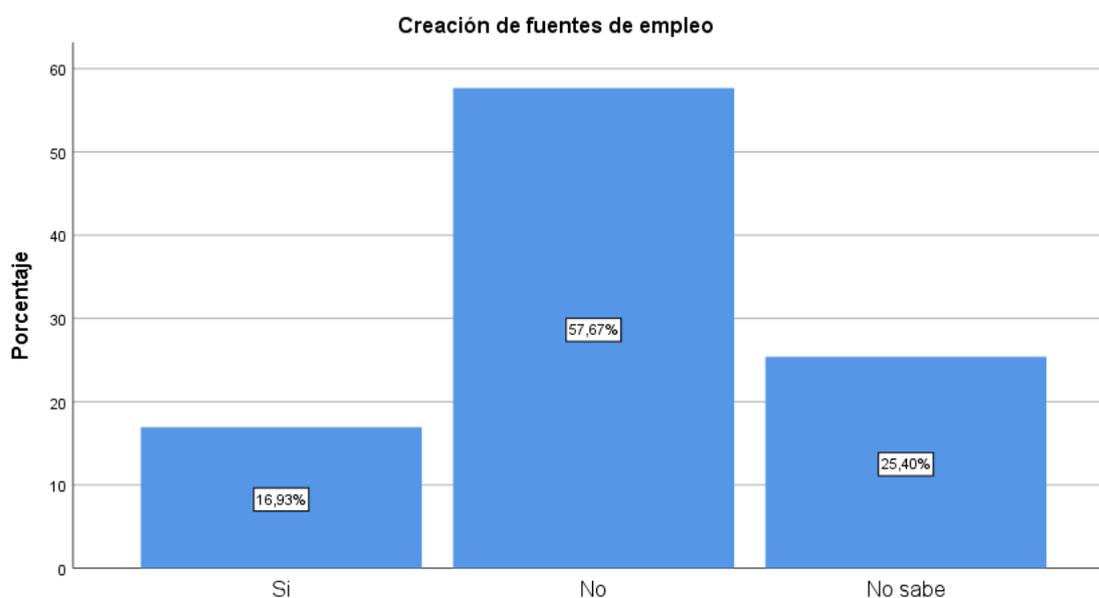


Gráfico 18: Creación de empleo  
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

### Análisis e interpretación

El 58% de los encuestados manifiesta que no se han creado fuentes de empleo mediante la actividad turística, el 17 % indica que, si se han creado fuentes de empleo, y finalmente un 25% indica que desconoce si se han creado fuentes de empleo. Es decir que con estos resultados la población deja claro que la actividad turística no tiene un adecuado desarrollo, pues uno de sus indicadores que son fuentes de empleo, no ha despegado de buena manera.

## 6. ¿Qué número de familias cree usted que se benefician con el desarrollo de la actividad turística en la localidad?

Tabla 21:  
Familias beneficiadas

Número de familias beneficiadas de la actividad turística					
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	De 10 a 20 familias	4	2,1	2,1	2,1
	De 21 a 31 familias	5	2,6	2,6	4,8
	De 32 a 42 familias	5	2,6	2,6	7,4
	De 43 a 53 familias	62	32,8	32,8	40,2
	Más de 53 familias	113	59,8	59,8	100,0
	Total	189	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de la Comunidad San Francisco de Cunuguachay  
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

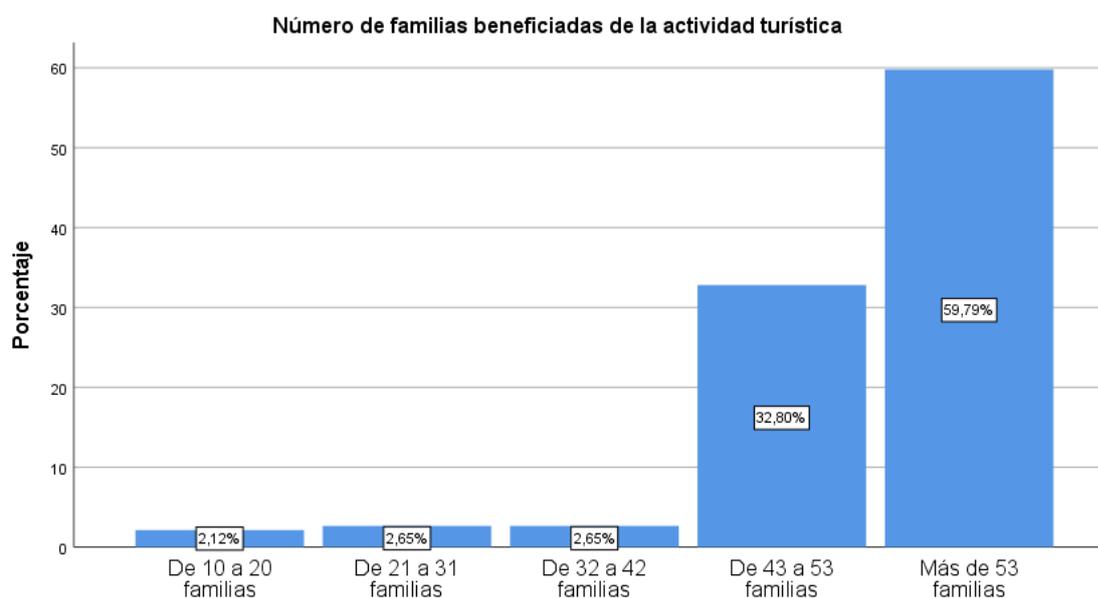


Gráfico 19: Familias beneficiadas  
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

### Análisis e interpretación

Las personas que contestaron el presente cuestionario, han manifestado en un 60% que el número de beneficiarios de la actividad turística es más de 53 familias; el 33% menciona que son de 43 a 53 familias son beneficiadas, un 3% de los encuestados manifiestan que los beneficiarios son de 32 a 42 familias, un porcentaje igual 3% manifiesta que los beneficiarios son de 21 a 31 familias; un 2% considera que 10 a 20 familias son beneficiadas. Los resultados muestran que es considerable el número de familias son beneficiadas de la actividad; y, sería importante que se generen actividades que involucren a más familias y por ende se observe un mejor desarrollo turístico.

## 7. ¿Cómo habitante de la Comunidad San Francisco de Cunuguachay, ha sido invitado a recibir algún curso de capacitación referente al tema turístico?

Tabla 22:  
Cursos de capacitación turística

Invitado a participar en cursos de capacitación					
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Si	75	39,7	39,7	39,7
	No	114	60,3	60,3	100,0
	Total	189	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de la Comunidad San Francisco de Cunuguachay  
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

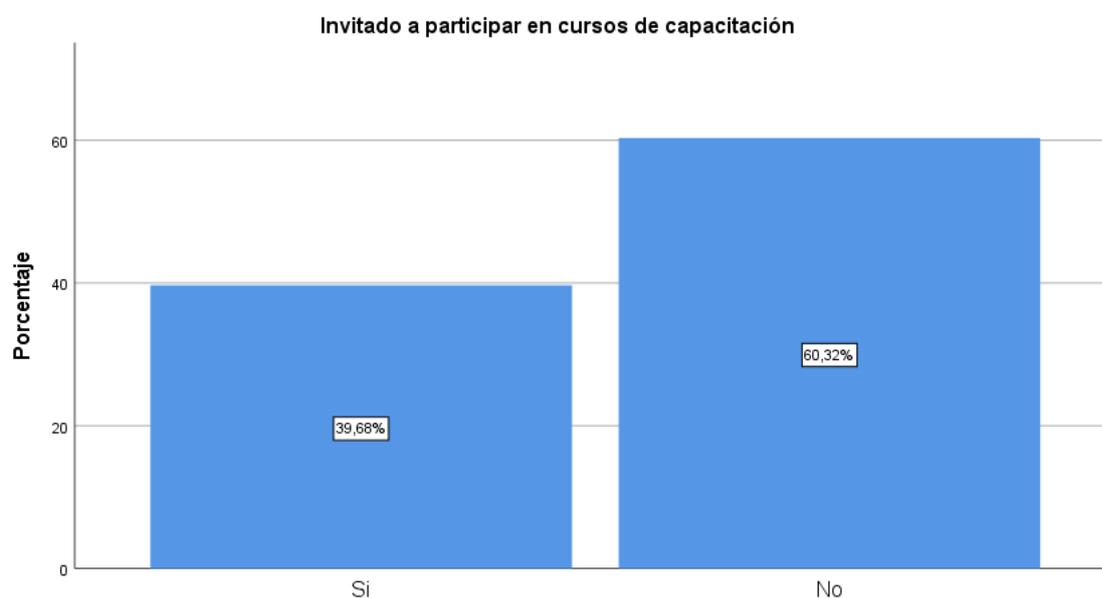


Gráfico 20: Cursos de capacitación turística  
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

### Análisis e interpretación

El 60% de la población encuestada no ha sido invitada a participar en algún curso de capacitación referente a temas turísticos, mientras que el 40% manifiesta que, si han sido invitados a participar de dichos cursos, sin embargo, se puede evidenciar que la invitación realizada no pudo haber tenido la acogida necesaria, pues la población en general no participa de la actividad turística, sino únicamente aquellos que pertenecen al C.T.C. "Quilla Pacari".

## 8. ¿Con el desarrollo de la actividad turística en el sector, en que aspectos considera usted que ha mejorado la calidad de vida de los pobladores?

Tabla 23:  
Mejoramiento de la calidad de vida

Aspectos que han mejorado la calidad de vida de los pobladores					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Educación	19	10,1	10,1	10,1
	Vías de acceso	62	32,8	32,8	42,9
	Ingresos económicos	58	30,7	30,7	73,5
	Fuentes de empleo	25	13,2	13,2	86,8
	Ninguno de los anteriores	25	13,2	13,2	100,0
	Total	189	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de la Comunidad San Francisco de Cunuguachay

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

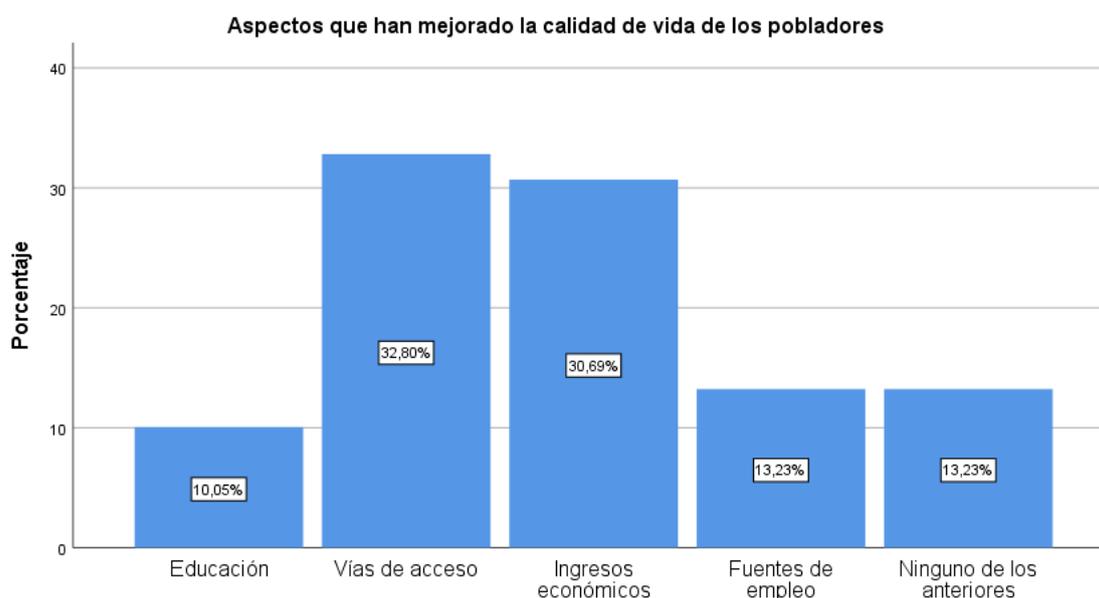


Gráfico 21: Mejoramiento de la calidad de vida

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

### Análisis e interpretación

Con el desarrollo de la actividad turística, los aspectos en los que han mejorado la calidad de vida de los pobladores según los encuestados son: 33% vías de acceso; 31% ingresos económicos; un 13 % menciona que han mejorado las fuentes de empleo; un porcentaje igual 13% indica que no han mejorado de ninguna forma; y, el 10% ha mejorado la educación en la población. Sin duda la población conoce que la actividad turística es generadora de una mejor calidad de vida para quienes participen de forma directa e indirecta, lo importante es concientizar a los pobladores del apoyo que requiere el desarrollo de la actividad; y, con ello seguramente obtendrán beneficios individuales y colectivos.

## 9. ¿La actividad turística que se desarrolla en el sector, ha contribuido en el desarrollo de proyectos sociales que beneficien a la población en general?

Tabla 24:  
Desarrollo de proyectos sociales

Contribución en el desarrollo de proyectos sociales					
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Si	50	26,5	26,5	26,5
	No	139	73,5	73,5	100,0
	Total	189	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de la Comunidad San Francisco de Cunuguachay  
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

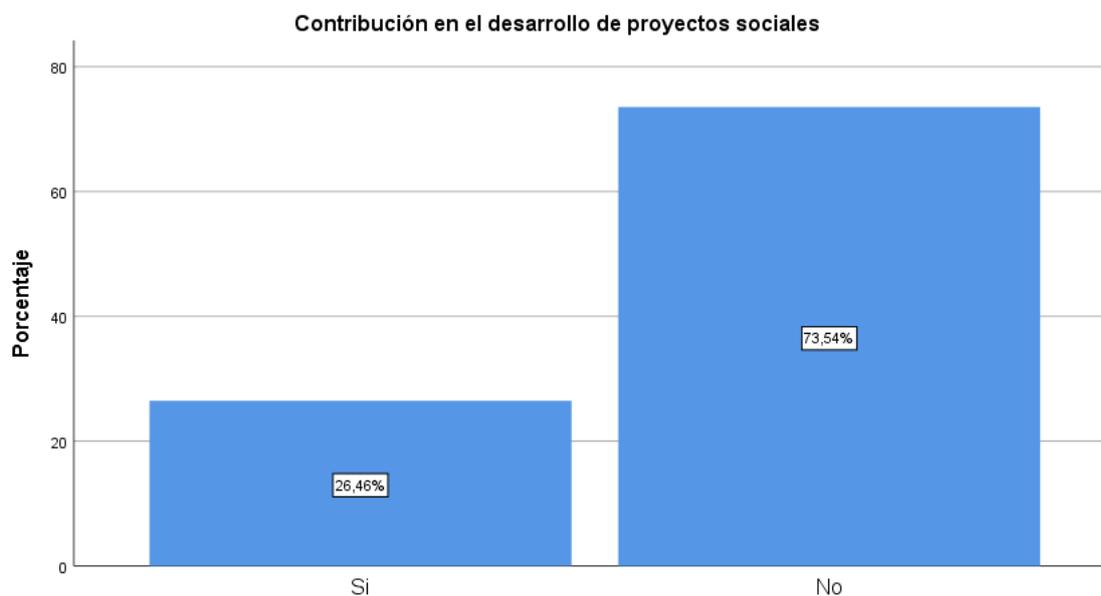


Gráfico 22: Desarrollo de proyectos sociales  
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

### Análisis e interpretación

La población encuestada considera en un 74% que la actividad turística no ha contribuido en el desarrollo de proyectos sociales, mientras que un 26% considera que, si ha contribuido en proyectos sociales, los datos son claros y concretos. Es así que, con dirección técnica, se podrían canalizar mejor la contribución de la actividad turística en beneficio de la sociedad.

## 10. ¿Han recibido capacitación en temas relacionados al ambiente?

Tabla 25:  
Capacitación relacionada al ambiente

Capacitación relacionada al ambiente					
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Si	67	35,4	35,4	35,4
	No	122	64,6	64,6	100,0
Total		189	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de la Comunidad San Francisco de Cunuguachay  
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

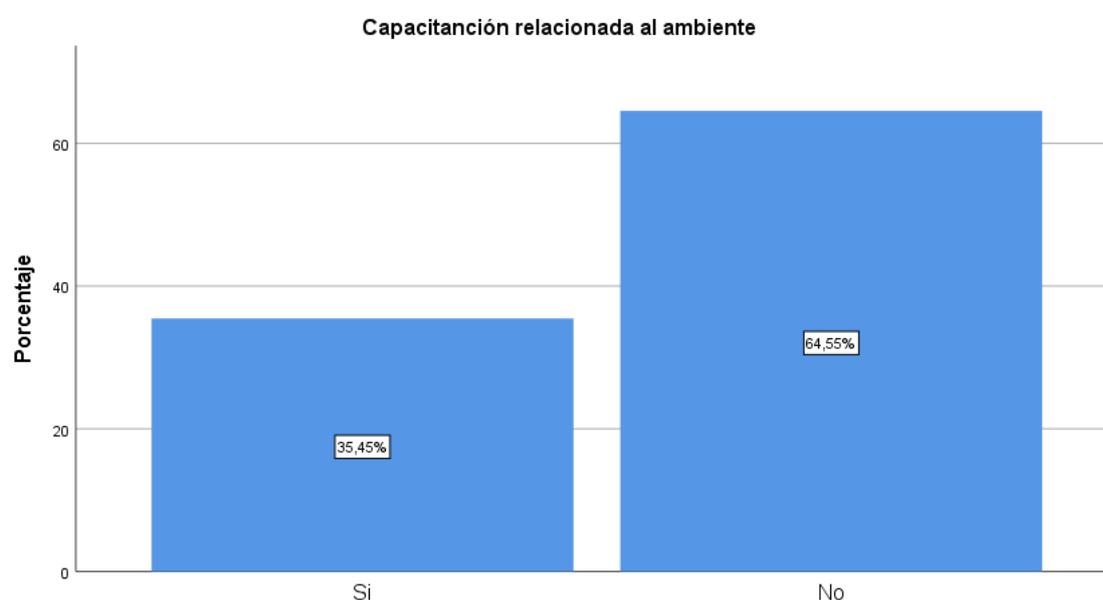


Gráfico 23: Capacitación relacionada al ambiente  
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

### Análisis e interpretación

El 65% de la población encuestada no ha recibido capacitación en temas relacionados al ambiente, mientras que un 35% si ha recibido alguna capacitación en el tema, lo que implica que es muy importante planificar este tipo de capacitaciones con la finalidad de no deteriorar el mediante y aprovechar de forma mesurada los recursos con los que cuenta la Comunidad, pues dichos recursos son generadores de beneficios para la sociedad en general.

## 11. ¿Cuál de las siguientes acciones, se realizan en la Comunidad, con la finalidad de cuidar el ambiente?

Tabla 26:  
Acciones para el cuidado del ambiente

Acciones que permitan cuidar el ambiente					
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Reciclaje	3	1,6	1,6	1,6
	Plantas de especies nativas	42	22,2	22,2	23,8
	Conservación de páramos	12	6,3	6,3	30,2
	Conservación de flora y fauna	11	5,8	5,8	36,0
	Cuidado de las fuentes de agua	63	33,3	33,3	69,3
	Ninguna de las anteriores	58	30,7	30,7	100,0
	Total	189	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de la Comunidad San Francisco de Cunuguachay  
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

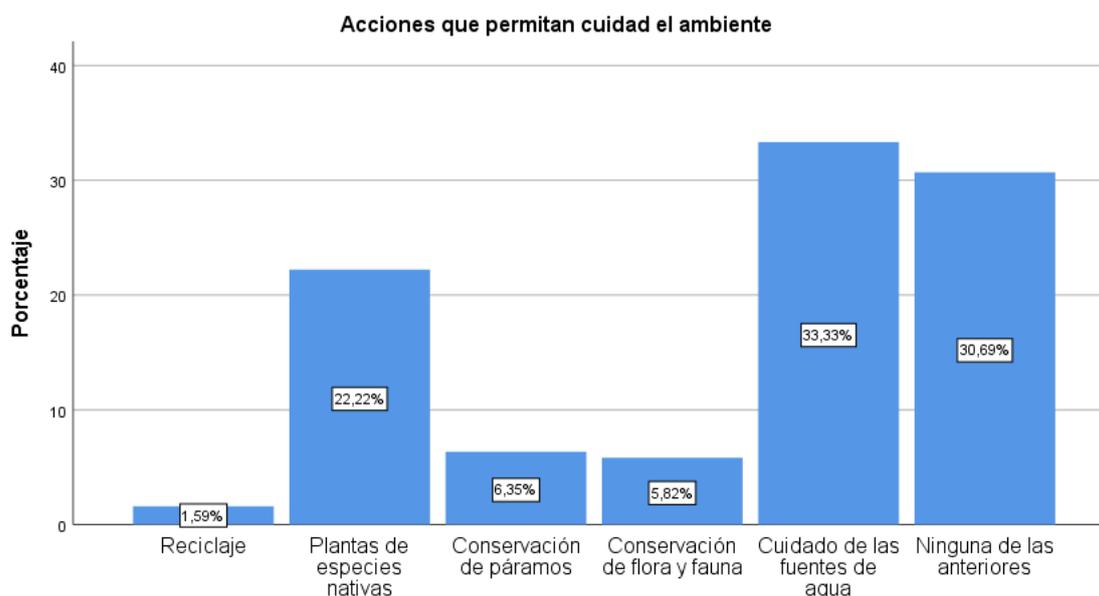


Gráfico 24: Acciones para el cuidado del ambiente  
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

### Análisis e interpretación

Los resultados demuestran que las acciones que realiza la Comunidad para cuidar el ambiente son las siguientes: 33% cuidado de las fuentes de agua; 22% plantación de especies nativas; 6% de conservación de páramos; 6% conservación de flora y fauna; 2% reciclaje; y, un alto porcentaje que es el 31% no realiza ninguna acción, lo que indica que es necesario fomentar actividades de cuidado del ambiente, pues en la actualidad un turismo consiente está en tendencia y es beneficioso para los habitantes y turistas.

## 12. ¿Cuál de las siguientes actividades se practican en la Comunidad, como parte del fortalecimiento de la identidad cultural?

Tabla 27:  
Fortalecimiento de la actividad cultural

Actividades de fortalecimiento de la actividad cultural					
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Juegos tradicionales	19	10,1	10,1	10,1
	Medicina alternativa-tradicional	28	14,8	14,8	24,9
	Participación en festividades locales	33	17,5	17,5	42,3
	Conservación del patrimonio cultural tangible e intangible	15	7,9	7,9	50,3
	Práctica de lengua nativa	32	16,9	16,9	67,2
	Producción y prácticas agrícolas ancestrales	33	17,5	17,5	84,7
	Ninguna de las anteriores	29	15,3	15,3	100,0
	<b>Total</b>	<b>189</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de la Comunidad San Francisco de Cunuguachay  
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

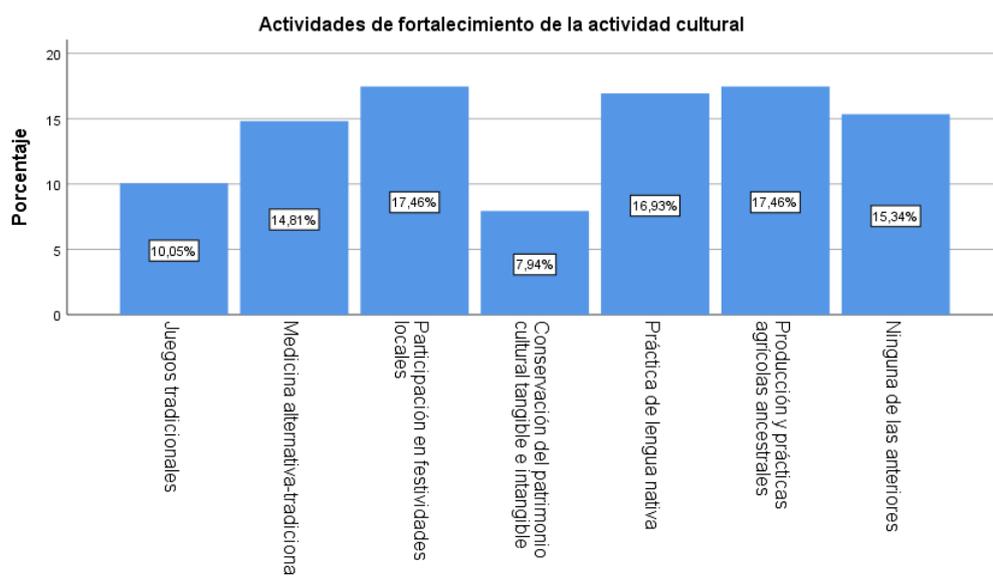


Gráfico 25: Fortalecimiento de la actividad cultural  
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

### Análisis e interpretación

Las actividades que se practican en la Comunidad, como parte del fortalecimiento de la actividad cultural son las que se describen a continuación, conforme las personas que fueron encuestadas: 18% manifiesta que participan de las festividades locales, un porcentaje igual 18% indican que realizan las prácticas agrícolas ancestrales; el 17% practica la lengua nativa; un 15% practica la medicina alternativa tradicional, un 10% practican juegos tradicionales y un 15% mencionan que no practica ninguna actividad que contribuya a fortalecer la identidad cultural, lo que hace notar que quizá no es muy importante para la población conservar su identidad, lo que implica que hay que concientizar a los habitantes en la importancia de conservar su identidad, pues constituye uno de los atractivos más importantes de la zona.

### 13. ¿Los saberes ancestrales son transmitidos de generación en generación, hasta la actualidad?

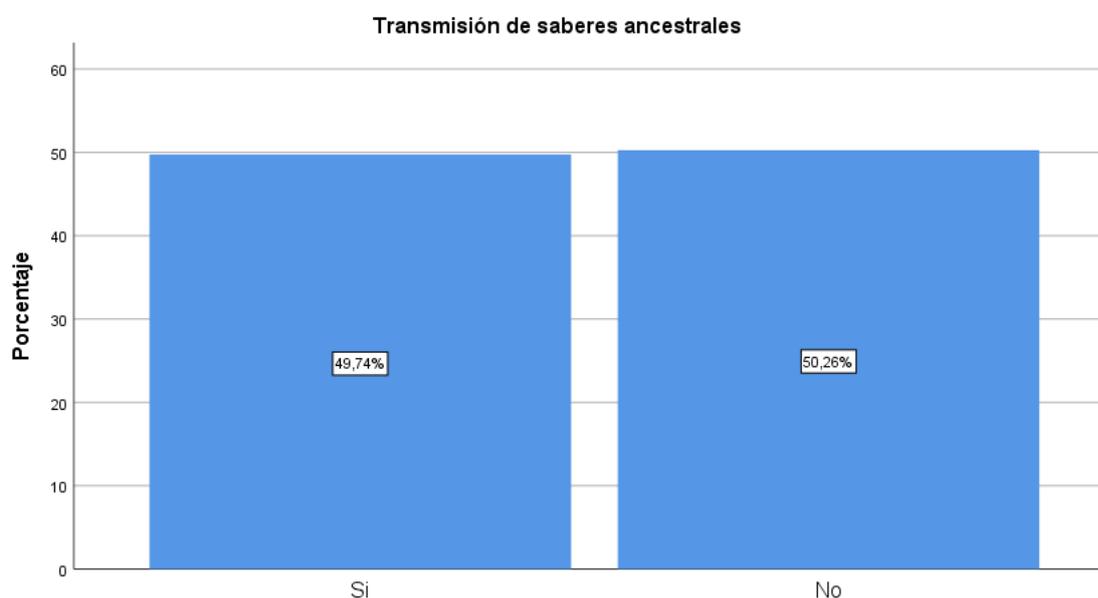
Tabla 28:

Transmisión de saberes ancestrales

Transmisión de saberes ancestrales					
Válido	Si	Frecuencia 94	Porcentaje 49,7	Porcentaje válido 49,7	Porcentaje acumulado 49,7
	No	95	50,3	50,3	100,0
	Total	189	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los habitantes de la Comunidad San Francisco de Cunuguachay

Elaborado por: Magaly Rojas 2019



Elaborado por: Magaly Rojas 2019

Gráfico 26: Transmisión de saberes ancestrales

### Análisis e interpretación

Los encuestados manifiestan que el 50% transmite sus saberes de generación en generación, mientras que el otro 50% indica que dichos saberes no son transmitidos de generación en generación, lo que podría demostrar que los saberes ancestrales son poco importantes para la Comunidad (población adulta y joven); y, los mencionados saberes se estarían perdiendo si no se toman las medidas necesarias para evitar esta situación.

### **4.1.3 Presentación de resultados por objetivo**

El presente proyecto de investigación se lo realizó con la finalidad de determinar la deficiente Gestión en la Comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo, estableciéndose los siguientes resultados:

Luego de realizar el proceso de validación de los instrumentos de investigación, mediante la aplicación de Alfa de Cronbach, se obtuvo el resultado de que dichos instrumentos cuentan con la confiabilidad adecuada para ser aplicados. De la misma forma mediante la utilización del software denominado SPSS, versión 25, se realizó la prueba de hipótesis general, donde se estableció lo siguiente: La gestión influye en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.

De la misma manera se realizaron las pruebas de hipótesis específicas, donde según los resultados del nivel de significancia, se aceptan las hipótesis alternativas y se rechazan las hipótesis nulas.

Conforme la investigación realizada se presentan los resultados a continuación:

#### ***4.1.3.1 Objetivo 1: Planificación del destino***

Con respecto a la planificación del destino, luego de realizar la investigación correspondiente aplicando la encuesta establecida para el efecto; y, la metodología participativa para comprender y analizar los problemas de estudio, planteada por (Solíz & Maldonado, 2012), que consistió en trabajar con grupos de habitantes de la localidad, quienes realizaron un árbol de sueños miedos y compromisos, mismo que posteriormente se transformó en una matriz FODA, se identificó que la comunidad no cuenta con una misión, visión y objetivos, que permitan alcanzar un adecuado desarrollo turístico del sector, considerando que el turismo es una actividad que genera impactos tales como: económicos, medioambientales y socioculturales, por tanto la planificación del destino constituye una importante forma de

detectar los problemas más significativos y comunes del turismo, con el objetivo de minimizarlos. De la misma manera dicha planificación permite identificar los potenciales beneficios del turismo, con la finalidad de maximizarlos.

En cuanto a las herramientas de planificación enfocadas a las actividades turísticas del sector, se pudo evidenciar que no se cuenta con ninguna herramienta, que permita gestionar de mejor manera las actividades o proyectos que se desarrollan en la zona.

En lo referente a los actores turísticos, se puede identificar que claramente los dos actores turísticos que generan actividad en el Sector es propiamente el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”, que es una forma de proyecto turístico alternativo, que integran por un grupo de mujeres de la Comunidad San Francisco de Cunuguachay que han incursionado en la actividad turística con la finalidad de obtener el bienestar de sus familias y en de la comunidad en general.

Otro actor que impulsa y mantiene “viva” la actividad turística es La Red Ahuana, una ONG que poya las iniciativas de desarrollo socio-económico de las comunidades indígenas que pertenecen a la parroquia Calpi, provincia de Chimborazo. La creación e implementación de los proyectos en los que ha apoyado la mencionada ONG, surge de la voluntad propia de cada organización comunitaria.

Las actividades que se desarrollan a través del apoyo de la Red Ahuana, se caracterizan por la creación de micro-empresas comunitarias, con un sistema de economía solidaria cuyo objetivo es crear fuentes de ingreso alternativas, en virtud de que las que existen en la actualidad son insuficientes para mejorar la calidad de vida de los habitantes de las comunidades indígenas donde tienen directa intervención. De la misma manera con este apoyo que recibe la Comunidad se busca mejorar la salud, la educación y el ambiente, así como la valorización y conservación de la cultura indígena.

En la conservación de recursos se puede evidenciar que la población si realiza actividades que benefician la conservación de la naturaleza, pues conocen que, para lograr un adecuado desarrollo turístico en la Comunidad, la conservación es una herramienta fundamental

El Desarrollo social y económico, ha visto sus frutos en los ingresos económicos que tiene el C.T.C. “Quilla Pacari”, por concepto de la actividad turística; ingresos que son en beneficio de la Asociación y por ende de las familias que mejoran su calidad de vida. Las capacitaciones que han recibido en C.T.C., así como en la Comunidad también forma parte del desarrollo social de la ciudadanía, que, aunque dichas capacitaciones no han sido en gran número, fortalece y mejora su conocimiento.

Para fortalecer la investigación realizada, se ha desarrollado entrevistas a las personas que se encuentran a cargo del Turismo Comunitario en la Zona 3, así como en el Cantón Riobamba, es así que a continuación se describen los resultados obtenidos en la mencionada entrevista:

Tabla 29:  
Entrevistas realizadas

<b>Entrevista No.</b>	<b>Nombre y Apellidos</b>	<b>Cargo</b>
E1	Lic. Paulina Ávalos	Especialista de Desarrollo Turístico Zonal de la Coordinación Zonal 3 del Ministerio de Turismo
E2	Ing. Andrea Benavides	Técnica encargada de Turismo Comunitario en el Cantón Riobamba

Fuente: Entrevistas aplicadas a expertos en Turismo Comunitario  
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

La licenciada Paulina Ávalos menciona que hace unos tres años más o menos es encuentra a cargo de Turismo Comunitario en la Zona 3, indica que en la actualidad el MINTUR se encarga de asesorar y registrar los Centros de Turismo Comunitario. Básicamente en todas las comunidades que se oferta esta modalidad de turismo, el Ministerio de Turismo ha intervenido con un plan de capacitación turística en manipulación de alimentos, con la finalidad de que cuenten con la capacidad de preparar adecuadamente los platos que ofertan y de la misma forma

diversifiquen su oferta gastronómica. En el tema de inversión en instalaciones, no han podido invertir en la Comunidad San Francisco de Cunuguachay, sin embargo, esta actividad es de gran importancia para el MINTUR, en virtud de que es una forma de mejorar la calidad de vida de la población, sin embargo, los C.T.C. “deben garantizar la prestación del servicio” (E1) indica que es un sector muy importante pues dinamiza la economía y minimiza la migración.

Como ente rector de la actividad turística están planificando una capacitación referente a temas de planificación, con la finalidad de que la comunidad conozca la forma apropiada de gestionar y planificar la actividad turística.

De la misma manera menciona la profesional antes citada, que la gestión en el tema turístico no sería el mismo si no se contara con el acompañamiento del Padre Pierrick Van Dorpe, es decir la Comunidad si estuviera sola la calificación en gestión sería regular. En lo referente a la generación de proyectos en coordinación con los actores turísticos, menciona la Lic. Ávalos que no se han planteado ni ejecutado ninguno para la Comunidad.

De la misma forma menciona que no se han tomado acciones, ni se han realizado proyectos que contribuyan a la conservación de recursos naturales ni culturales. Lo que si se ha realizado en coordinación con el GAD Municipal es la actualización del inventario turístico. El inventario más actual es del año 2004; y, es competencia del GAD Municipal tener actualizado el mismo.

En el tema turístico la sostenibilidad es importante, en todos los ámbitos, social, cultural, económico y ambiental, sin embargo, considera que el tema social es el más importante por cuanto socialmente se organizan todas las actividades en la comunidad.

En cuanto a los servicios que oferta la Comunidad, considera la Lic. Paulina Ávalos que cuenta con una mayor acogida el tema de hospedaje, y en mayor número los turistas que llegan a la Comunidad son extranjeros.

En lo referente a la imagen corporativa, el MINTUR no ha contribuido en la construcción de ninguna imagen turística, sin embargo, si ha intervenido en la promoción y difusión.

Las estrategias de promoción que utiliza el Ministerio es la promoción digital, es decir levanta información audiovisual e información turística que permitan difundir de manera general los Centros de Turismo Comunitario, pues el presupuesto es asignado de manera general.

Los medios a través de los cuales se promociona son mediante la página del Ministerio de Turismo y redes sociales.

En cuanto a las falencias del Ministerio y la Comunidad, menciona la Lic. Paulina Ávalos que por parte del MINTUR hace falta la creación de productos, hay falencia en la regularización de los Centros de Turismo Comunitario, hace falta impartir temas de capacitación; y, lo más álgido en el tema comunitario es la organización, pues sin el compromiso adecuado los proyectos se van a la baja.

Finalmente considera que una forma de contribuir al desarrollo turístico de la Comunidad San Francisco de Cunuguachay es mediante un plan de marketing, sin embargo, hay que considerar manifiesta la profesional que se requiere de personal capacitado y consciente de que debe estar pendiente siempre de lo que solicita el turista a la hora que lo solicite, considerando que pueden ser turistas que se encuentren al otro lado del mundo.

De la misma manera la Ing. Andrea Benavides Técnica encargada de Turismo Comunitario en el Cantón Riobamba, menciona que para el GAD Municipal de Riobamba la actividad

turística comunitaria tiene mucha importancia, en tal virtud manifiesta que esta institución pública se encarga de realizar promoción y difusión turística de los atractivos turísticos con los que cuenta el cantón, a través de medios digitales y material impreso. Igualmente proporcionan capacitación cada año, en temas relacionados al turismo. Dentro de los proyectos ejecutados en la parroquia Calpi, específicamente en el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”, la mencionada profesional manifiesta que se han adecuado las baterías sanitarias, la plazoleta y han contribuido con la Asociación de Mujeres de la Comunidad, con la finalidad de brindar un mejor servicio al turista.

La Ing. Benavides coincide con el criterio de la Lic. Ávalos en cuanto a la gestión por parte de la comunidad, pues menciona que la gestión comunitaria se realiza a través del Padre Pierrick Van Dorpe, quien realiza los requerimientos necesarios en la institución respectiva.

Finalmente, la profesional considera que las falencias para que el turismo comunitario no se desarrolle de mejor manera es el presupuesto reducido, pues este factor limita las acciones del GAD Municipal en este tema.

#### ***4.1.3.2 Objetivo 2: Identificación de productos y servicios turísticos***

Para la identificación de los productos y atractivos turísticos naturales se utilizó la investigación de campo en la que se combinó el método de la observación, las entrevistas y el análisis personal realizado, además en la identificación de atractivos culturales se utilizaron fuentes secundarias que proporcionaron la información necesaria.

El Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”, ubicado en la Comunidad San Francisco de Cunuguachay, oferta productos y servicios que se encuentran al alcance de turistas nacionales y extranjeros:

- a) **Alimentación:** La gastronomía que oferta el C.T.C. se basa en un menú de comida típica andina, su especialidad es el cuy, como plato típico que se ofrece los fines de semana, además de mellocos, habas, maíz y diversos cereales.



*Ilustración 1:* Gastronomía típica ofertada  
Fuente: C.T.C “Quilla Pacari” – Magaly Rojas 2019



*Ilustración 2:* Bebida típica ofertada  
Fuente: C.T.C “Quilla Pacari” 2019

- b) **Alojamiento:** El servicio de hospedaje en el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”, cuenta con 2 cabañas con capacidad para 20 personas; y, 7 habitaciones, con capacidad para alojar a 20 personas de igual forma. Los costos de las cabañas son de 12 dólares incluido el desayuno; y las habitaciones normales 9 dólares incluido el desayuno.



*Ilustración 3:* Hospedaje tipo cabaña  
Fuente: Magaly Rojas 2019



*Ilustración 4:* Hospedaje convencional  
Fuente: Magaly Rojas 2019

### c) Recorrido al atractivo Yurak Rumi

La visita que se realiza al atractivo Yurak Rumi o Piedra Blanca, se relacionan con leyendas del sector, lo que hace de este recorrido una gran experiencia, pues mientras se camina por el sendero, se puede ir disfrutando de un lindo paisaje que se complementa con la observación de aves, plantas nativas y medicinales que hasta la actualidad son utilizadas por los pobladores del sector.



*Ilustración 5: Atractivo Yurak Rumi*  
Fuente: Magaly Rojas 2019

#### d) Recorrido al Mirador Natural Rayo Loma

El recorrido hacia el Mirador Natural Rayo Loma, constituye una experiencia única, pues desde este atractivo se puede contemplar los volcanes como: El Chimborazo; La Mama Tungurahua; El Altar; y hasta la Laguna de Colta, es un sitio estratégico en el que los turistas nacionales y extranjeros pueden acampar y disfrutar de la belleza de sus paisajes.



*Ilustración 6:* Atractivo Mirador Natural Rayo Loma  
Fuente: Magaly Rojas 2019

### e) Recorrido a la Vertiente Natural de Agua Dulce

La Vertiente Natural de Agua Dulce, constituye uno de los atractivos de mayor importancia para la Comunidad, pues el agua dulce luego de un proceso de potabilización, se logra convertir en agua potable gracias al valor equilibrado de los minerales que contiene.

Las personas que llegan hasta este atractivo, pueden descansar en el sitio y disfrutar de un agradable ambiente y una espectacular visibilidad de la naturaleza y el centro poblado.



*Ilustración 7:* Vertiente Natural de Agua Dulce  
Fuente: Magaly Rojas 2019

#### f) **Convivencia comunitaria**

La convivencia comunitaria consiste en relacionarse con los habitantes de la comunidad, e integrarse y participar en la realización de actividades diarias como la agricultura, la ganadería, reuniones sociales y comunitarias, etc. Todas estas actividades se las realiza basadas en los principios y valores de la convivencia comunitaria, estos principios que se practican en el sector son: integridad, respeto, tolerancia, solidaridad, diálogo, con la finalidad de que el turista y el anfitrión disfruten de la actividad turística que se la realiza en pro del fortalecimiento de la cultura, además de la estabilidad de los habitantes en su entorno.



*Ilustración 8:* Convivencia comunitaria  
Fuente: Magaly Rojas 2019

### g) **Elaboración de artesanías**

Las artesanías son elaboradas por las manos hábiles de las mujeres de la Comunidad, quienes son diestros en el arte de tejer de las muy conocidas “Shigras”, que no son más que bolsos o carteras que son utilizadas por la mayor parte de mujeres indígenas de la comunidad. Dichas artesanías son elaboradas con fibra de cabuya tinturada naturalmente, en la actualidad se tejen varios modelos con diseños propios que representan la autenticidad de su cultura, por lo que dichas prendas se han convertido en uno de los recuerdos más apreciados por los turistas nacionales y extranjeros, pues dicha prenda cuenta con una singular belleza y un gran valor cultural.

De la misma forma se confeccionan prendas elaboradas con lana de borrego, todas estas prendas se comercializan en el C.T.C. Quilla Pacari, a un valor accesible a todo el público que visita la Comunidad.



*Ilustración 9:* Elaboración de artesanías  
Fuente: Magaly Rojas 2019

#### h) Visita a proyectos comunitarios (Elaboración de conservas)

La elaboración de mermeladas es una actividad importante dentro del desarrollo turístico del sector, pues una parte del mercado objetivo son los turistas nacionales y extranjeros que visitan el C.T.C. “Quilla Pacari”. En este proyecto intervienen las mujeres, quienes en la actualidad cuentan con una alternativa de ingresos económicos; y, además incursionan en el tema de microempresas comunitarias, lo que incrementa su visión como emprendedoras turísticas. La materia prima para la elaboración de las mermeladas son las zanahorias que se cosechan en las huertas de la comunidad San Francisco de Cunuguachay. Actualmente, las mujeres que se encargan de todo el proceso, reciben la materia prima (zanahorias) las limpian, pelan y despulpan. El proceso con otras frutas que contribuyen en la intensificación del sabor de las mermeladas, de igual forma lo realizan en el mismo sector. Cada mes se procesan alrededor de dos quintales de zanahorias, de lo cual las señoras y señoritas que laboran en el emprendimiento lo transforman en 200 frascos de mermelada, mismas que se expenden en las ferias artesanales e institucionales a las que son invitadas. Las mermeladas se distribuyen con el nombre comercial Ahuana.



*Ilustración 10:* Elaboración de conservas  
Fuente: Magaly Rojas 2019

### i) Festividades de la comunidad

La principal festividad en la Comunidad es el carnaval, fecha en la que se reúnen las familias del sector para disfrutar de las tradiciones y costumbres que hasta la actualidad se practican, es la mejor oportunidad para que tanto mestizos, indígenas y turistas de varias nacionalidades converjan y exista una verdadera convivencia entre culturas, pues esta celebración está llena de significados positivos, pues se evidencian personajes que son escogidos por los habitantes de la Comunidad, es así que se escoge a la Mama Shalva que representa la fertilidad de la tierra y al Yaya carnaval, que representa los factores masculinos de la naturaleza; y, juntos realizan la representación de la vida.



*Ilustración 11:* Festividades de la comunidad  
Fuente: Magaly Rojas 2019

### **4.1.3.3 Objetivo 3: Promoción y comunicación del destino**

En el desarrollo del presente objetivo se lo realizó a través de la investigación de campo; y, utilizando como técnicas la encuesta y la entrevista, es así que luego de analizados los datos obtenidos, se cuentan con los siguientes resultados: la Comunidad San Francisco de Cunuguachay y su Centro de Turismo Comunitario no realizan una adecuada promoción y comunicación del destino, en virtud de que no cuentan con una imagen corporativa, las estrategias de promoción desde el punto de vista técnico no son las más adecuadas, puesto que no están a la vanguardia de la tecnología ni de la competencia; y, de igual manera no se asigna presupuesto para esta actividad, por ende no se cuenta con los medios de comunicación a través de los cuales se pueda realizar una adecuada promoción.

Considerando que ningún individuo consume lo que desconoce, es necesario e importante dar a conocer los atractivos naturales, culturales y servicios turísticos que oferta la comunidad, pues entre mayor sea el número de personas que conozcan el destino, mayores posibilidades se presentarán para que dichos servicios sean adquiridos.

Los medios que sean utilizados deberán ser los más adecuados con la finalidad de que la información que llegue al turista se eficaz, de tal forma que despierte el interés de los turistas, para de esta manera transformar el deseo de visitar los atractivos en una necesidad.

## **4.2 Pruebas de hipótesis**

### **4.2.1 Hipótesis Específicas**

**$H_1$**  La Planificación del destino influye significativamente en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.

**H<sub>2</sub>** La identificación de productos y servicios turísticos influyen significativamente en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.

**H<sub>3</sub>** La promoción y comunicación del destino influyen significativamente en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.

#### 4.2.2 Hipótesis General

**H<sub>1</sub>** La gestión influye en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.

#### 4.2.3 Elección de la prueba estadística

Para elaborar la prueba de hipótesis se escogió la herramienta estadística de chi-cuadrado que compara la distribución observada de los datos con una distribución esperada de los datos.

$$X^2 = \sum \left( \frac{(fo - fe)^2}{fe} \right)$$

Donde:

*fo* = Frecuencias observadas

*fe* = Frecuencias esperadas

La comprobación de la hipótesis se la realizó a través del software denominado SPSS, versión 25, conocido por la capacidad que tiene de gestionar gran volumen de datos. En esta comprobación se consideraron las variables: independiente que es la gestión; y, la variable dependiente que es el desarrollo turístico, además de las tres dimensiones determinadas en la presente investigación.

#### 4.2.4 Prueba de hipótesis específica 1

##### 4.2.4.1 Planteamiento de la hipótesis específica 1

$H_0$  La Planificación del destino no influye significativamente en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.

$H_1$  La Planificación del destino influye significativamente en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.

##### 4.2.4.2 Nivel de significancia

Alfa = 0.05 = 5%

##### 4.2.4.3 Elección del estadístico de prueba

Para elaborar la prueba de hipótesis específica 1, se escogió la herramienta estadística de chi-cuadrado que compara la distribución observada de los datos con una distribución esperada de los datos.

##### 4.2.4.4 Lectura de p\_valor

P\_valor = ,022

##### 4.2.4.5 Toma de decisión

Dado que  $p\_valor = 0,022 < \alpha = 0.05$ , conforme a la regla de aceptación establecida se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alterna ( $H_1$ ) que dice: La Planificación del destino influye significativamente en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.

Tabla 30:  
Prueba de hipótesis específica 1

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	9,583 <sup>a</sup>	3	,022
Razón de verosimilitud	9,338	3	,025
Asociación lineal por lineal	,283	1	,595
N de casos válidos	60		

Fuente: SPSS, versión 25

## 4.2.5 Prueba de hipótesis específica 2

### 4.2.5.1 Planteamiento de la hipótesis específica 2

**H<sub>0</sub>** La identificación de productos y servicios turísticos no influyen significativamente en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.

**H<sub>2</sub>** La identificación de productos y servicios turísticos influyen significativamente en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.

### 4.2.5.2 Nivel de significancia

Alfa = 0.05 = 5%

### 4.2.5.3 Elección del estadístico de prueba

Para elaborar la prueba de hipótesis específica 2, se escogió la herramienta estadística de chi-cuadrado que compara la distribución observada de los datos con una distribución esperada de los datos.

#### 4.2.5.4 Lectura de p\_valor

P\_Valor = ,040

#### 4.2.5.5 Toma de decisión

Dado que  $p\_valor = 0,040 < \alpha = 0.05$ , conforme a la regla de aceptación establecida se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alterna ( $H_1$ ) que dice: la identificación de productos y servicios turísticos influyen significativamente en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.

Tabla 31:  
Prueba de hipótesis específica 2

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	17,589 <sup>a</sup>	9	,040
Razón de verosimilitud	20,697	9	,014
Asociación lineal por lineal	2,702	1	,100
N de casos válidos	60		

Fuente: SPSS, versión 25

### 4.2.6 Prueba de hipótesis específica 3

#### 4.2.6.1 Planteamiento de la hipótesis específica 3

$H_0$  La promoción y comunicación del destino no influyen significativamente en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.

$H_3$  La promoción y comunicación del destino influyen significativamente en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.

#### 4.2.6.2 Nivel de significancia

Alfa = 0.05 = 5%

#### 4.2.6.3 Elección del estadístico de prueba

Para elaborar la prueba de hipótesis específica 3, se escogió la herramienta estadística de chi-cuadrado que compara la distribución observada de los datos con una distribución esperada de los datos.

#### 4.2.6.4 Lectura de p\_valor

P\_Valor = ,013

#### 4.2.6.5 Toma de decisión

Dado que  $p\_valor = 0,013 < \alpha = 0.05$ , conforme a la regla de aceptación establecida se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alterna ( $H_1$ ) que dice: La promoción y comunicación del destino influyen significativamente en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.

Tabla 32:  
Prueba de hipótesis específica 3

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	16,096 <sup>a</sup>	6	,013
Razón de verosimilitud	18,393	6	,005
Asociación lineal por lineal	8,820	1	,003
N de casos válidos	60		

Fuente: SPSS, versión 25

## 4.2.7 Prueba de hipótesis general

### 4.2.7.1 Planteamiento de la hipótesis general

$H_0$  La gestión no influye en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.

$H_1$  La gestión influye en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.

### 4.2.7.2 Nivel de significancia

Alfa = 0.05 = 5%

### 4.2.7.3 Elección del estadístico de prueba

Para elaborar la prueba de hipótesis general, se escogió la herramienta estadística de chi-cuadrado que compara la distribución observada de los datos con una distribución esperada de los datos.

### 4.2.7.4 Lectura de p\_valor

P\_valor = ,004

### 4.2.7.5 Toma de decisión

Dado que  $p\_valor = 0,004 < \alpha = 0.05$ , conforme a la regla de aceptación establecida se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alterna ( $H_1$ ) que dice: La gestión influye en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.

Tabla 33:  
Resumen de procesamiento de casos

<b>Resumen de procesamiento de casos</b>						
	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Gestión * Desarrollo	60	100,0%	0	0,0%	60	100,0%

Fuente: SPSS, versión 25

Para realizar la prueba de hipótesis general, se utilizó la correlación entre las variables independiente que es Gestión y la variable dependiente que es Desarrollo turístico, se utilizó el criterio de 60 personas, obteniendo un número de 60 casos validos que equivale al 100%.

Tabla 34:  
Prueba de chi-cuadrado

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	24,044 <sup>a</sup>	9	,004
Razón de verosimilitud	15,574	9	,076
Asociación lineal por lineal	6,553	1	,010
N de casos válidos	60		

Fuente: SPSS, versión 25

## CONCLUSIONES

- Se analizó la influencia de la Planificación del destino en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo, obteniendo como resultado una significancia del 0,022, lo que indica que, sin una base de planificación en el desarrollo de las actividades turísticas, el destino tendrá un futuro muy limitado.
- Se identificó la influencia de los productos y servicios turísticos en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo, obteniendo como resultado una significación asintótica del 0.040, lo que indica que si no se ofertan productos y servicios novedosos; y, con valor añadido, el no podrá convertirse en un destino competitivo; y, por tanto, la afluencia de turistas se verá afectada.
- Se determinó la influencia de la promoción y comunicación del destino, en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo, obteniendo como resultado un nivel de significancia de 0,013, lo cual refleja que, al no realizar una adecuada promoción y comunicación del destino, el desarrollo turístico del sector será deficiente.
- Se determinó la influencia de la gestión en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo, en virtud de que, una vez realizada la comprobación de hipótesis, mediante la herramienta estadística chi-cuadrado, se obtuvo un nivel de significancia de 0,004, lo que refleja que sin una adecuada gestión la actividad turística se vería afectada.

## RECOMENDACIONES

- Conforme los resultados de la investigación, es importante que la Comunidad cuente con un instrumento de gestión y/o planificación que sirva de guía y que permita identificar los aspectos importantes que no deben ser descuidados; y, de esta manera alcanzar un adecuado desarrollo turístico del sector.
- Los productos y servicios que oferta la Comunidad, a través del Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”, deberían ir innovando para proporcionar de esta forma valor adicional a la oferta; y, con ello tener los elementos necesarios para convertirse en un destino competitivo, capaz de llamar la atención de turistas nacionales y extranjeros.
- Con la finalidad de contar con una oferta innovadora, es importante que la población reciba capacitación periódica en temas relacionados al turismo; y, de esta forma en la comunidad estén mejor preparados para atender a los turistas y lograr que al final de la prestación del servicio, se encuentren satisfechos.
- Es muy importante que la comunidad realice la promoción y difusión de los productos y servicios que oferta, a través de medios que estén a la vanguardia de la tecnología, pues un atractivo, producto o servicio que no sea adecuadamente promocionado, no tendrá la acogida esperada.
- Se recomienda finalmente que la gestión turística sea realizada directamente por los dirigentes de la comunidad, pues son ellos quienes conocen de cerca su realidad, las necesidades y falencias que desean superar.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amat, J. (1992). *El control de gestión*. Ediciones Gestión 2000 S.A. Recuperado el 31 de Enero de 2019
- Bermeo, J. (13 de Abril de 2011). *Investigación Aplicada al turismo*. Recuperado el 20 de Marzo de 2019
- Cárdenas, G. (12 de Noviembre de 2008). Recuperado el 01 de Marzo de 2018, de ShideShare:<https://www.slideshare.net/myriam410/modelos-de-gestin-turstica-presentation>
- CEPAL. (2016). *Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: Una oportunidad para América Latina y el Caribe*. Naciones Unidas. Recuperado el 28 de Febrero de 2019, de <http://www.sela.org/media/2262361/agenda-2030-y-los-objetivos-de-desarrollo-sostenible.pdf>
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de Recursos Humanos*. Mcgraw-hill. Recuperado el 31 de Enero de 2019
- CODESPA. (2011). *Modelo de gestión del turismo rural comunitario de CODESPA: Una experiencia regional andina*. Lima-Perú. Recuperado el 07 de Marzo de 2019, de <http://www.bibliotecavirtual.info/wp-content/uploads/2013/02/modelo-gestion-turismo-rural-comunitario-codespa.pdf>
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (Enero de 2015). *Guía metodológica para proyectos y productos de Turismo Cultural Sustentable*. Recuperado el 01 de Junio de 2019, de <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2015/01/guia-metodologica-turismo-cultural.pdf>
- Cruz, J. (18 de Julio de 2013). *gestiópolis*. Recuperado el 20 de Febrero de 2019, de <https://www.gestiopolis.com/proceso-administrativo-planeacion-organizacion-direccion-y-control/>
- Debreczeni, E. (Junio de 2003). *Gestión del turismo sostenible y patrimonio cultural*. *Portal Iberoamericano de Gestión Cultural*. Recuperado el 14 de Febrero de 2019

- Dirección de Gestión de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Riobamba. (2018). *Riobamba primero*. Recuperado el 5 de Junio de 2019, de Riobamba primero: <https://riobamba.com.ec/es/la-moya-turismo-comunitario-a1c3fc03e>
- Dwyer, L., & Kim, C. (2002). Destination Competitiveness: A Model and Determinants. *Turismo Net*, 1-12. Recuperado el 20 de Mayo de 2019, de <https://pdfs.semanticscholar.org/9cd3/1126d7634a74522e57b272b6a549cca79f0c.pdf>
- GAD Parroquial Santiago de Calpi. (2015). *Formulación participativa del plan de desarrollo y ordenamiento territorial Gobierno Autonomo Descentralizado Parroquia Santiago de Calpi-Diagnostico*. Recuperado el 05 de Febrero de 2019, de [file:///C:/Users/User/AppData/Local/Temp/0660821800001\\_Diagnostico%20calpi\\_15-05-2015\\_12-50-35.pdf](file:///C:/Users/User/AppData/Local/Temp/0660821800001_Diagnostico%20calpi_15-05-2015_12-50-35.pdf)
- García, A. (Enero de 1970). Clasificación de los recursos turísticos. 61-65. Recuperado el 08 de Marzo de 2019, de [http://www.igeograf.unam.mx/sigg/utilidades/docs/pdfs/publicaciones/inves\\_geo/boletines/3/bol3\\_art20.pdf](http://www.igeograf.unam.mx/sigg/utilidades/docs/pdfs/publicaciones/inves_geo/boletines/3/bol3_art20.pdf)
- García, C. (Octubre de 2016). Turismo comunitario en Ecuador: ¿Quo vadis? *Scielo*(4). Recuperado el 26 de Febrero de 2019, de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322016000400011](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322016000400011)
- García, N. (06 de Noviembre de 2017). Modelo de gestión para fomentar el desarrollo turístico de las comunidades Manabitas del Ecuador. *Cultur*, 81-104. Recuperado el 19 de Febrero de 2019, de [file:///D:/Documents/Downloads/1088-Texto%20do%20artigo-7585-1-10-20180216%20\(1\).pdf](file:///D:/Documents/Downloads/1088-Texto%20do%20artigo-7585-1-10-20180216%20(1).pdf)
- González, R., & Rivas, H. (2008). Modelo de gestión integral de destinos turísticos (SERNATUR). Recuperado el 06 de Marzo de 2019, de <http://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/downloads/2011/02>
- Hefting, P. (1991). *Manual de Imagen corporativa*. Barcelona: Gustavo Gili. Recuperado el 25 de Mayo de 2019, de [http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/79609/forum\\_2003\\_39.pdf](http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/79609/forum_2003_39.pdf)

- Hernández, M. (2001). *El control de Gestión Empresarial. Criterios para la evaluación del desempeño*. La Habana: Del ISPJAE. Recuperado el 31 de Enero de 2019
- Hernández, R. (2006). *Metodologías de la Investigación*. México: McGraw-Hill. Recuperado el 12 de Abril de 2019, de <https://es.slideshare.net/KevinPaulFranco/metodologia-de-la-investigacion-de-hernandez-sampier>
- Hiernaux, D., Cordero, A., & Duynen, L. (2002). Imaginarios Sociales y Turismo Sostenible. *Cuaderno de Ciencias Sociales*(123), 29-30. Recuperado el 07 de Marzo de 2019, de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/costar/cua123.pdf>
- INEC. (27 de Septiembre de 2012). *Infoeconomía*. Recuperado el 07 de Febrero de 2019, de <https://es.scribd.com/document/282166999/Actividades-turisticas-INEC>
- Inostroza, G. (25 de Noviembre de 2008). Aportes para un modelo de gestión sostenible del turismo en la Región Andina. *Gestión Turística*, 77-90. Recuperado el 22 de Febrero de 2019, de <http://mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/n10/art06.pdf>
- Jack, F. (2000). *Negocios Exitosos*. McGraw Hill. Recuperado el 03 de Mayo de 2019, de <https://jcvalda.wordpress.com/2013/09/07/guia-para-elaborar-correctamente-la-vision-y-mision-de-la-empresa/>
- Jaime, V., Casa, C., & Soler, A. (2011). Desarrollo rural a través del turismo comunitario. Análisis del Valle y Cañón de Colca. *Gestión Turística*, 01-20. Recuperado el 22 de Febrero de 2019, de <http://mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/n15/art01.pdf>
- Juárez, G. (2013). Revisión del concepto de desarrollo local desde una perspectiva territorial. *Lider*, 23, 9-28. Recuperado el 19 de Marzo de 2019, de [http://ceder.ulagos.cl/lider/images/numeros/23/1.-LIDER%2023\\_Juarez\\_pp9\\_28.pdf](http://ceder.ulagos.cl/lider/images/numeros/23/1.-LIDER%2023_Juarez_pp9_28.pdf)
- Kay, C., & Bretón, V. (2007). La cuestión agraria y los límites del neoliberalismo en América Latina. *Ciencias Sociales Num.* 28, 119-133. Recuperado el 22 de Febrero de 2019, de <file:///D:/Documents/Downloads/Dialnet-LaCuestionAgrariaYLosLimitesDelNeoliberalismoEnAme-4823227.pdf>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). *Fundamentos de marketing*. Recuperado el 03 de Mayo de 2019, de <https://jcvalda.wordpress.com/2013/09/07/guia-para-elaborar-correctamente-la-vision-y-mision-de-la-empresa/>

- Llorca, J. (2017). La gobernanza turística y su importancia en la planificación de destinos. *INESEM*, 1. Recuperado el 19 de Marzo de 2019, de <https://revistadigital.inesem.es/gestion-empresarial/gobernanza-turistica/>
- Louffat, E. (2015). *Administración: fundamentos del proceso administrativo* (Cuarta ed.). Buenos Aires. Recuperado el 05 de Febrero de 2019, de [https://www.academia.edu/33102353/Fundamentos\\_del\\_Proceso\\_Administrativo\\_Fundamentos\\_del\\_ADMINISTRACION\\_Enrique\\_Louffat](https://www.academia.edu/33102353/Fundamentos_del_Proceso_Administrativo_Fundamentos_del_ADMINISTRACION_Enrique_Louffat)
- Lovato, S., Acosta, M., & Montesdeoca, M. (2018). La gestión administrativa del turismo sostenible en áreas marinas protegidas y la influencia de los grupos de interés. *Espacios*, 39(44), 21. Recuperado el 27 de Febrero de 2019, de <http://www.revistaespacios.com/a18v39n44/a18v39n44p21.pdf>
- Machado, E., & Hernández, Y. (2007). Procedimiento para el diseño de un producto turístico. *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe*, 161-174. Recuperado el 01 de Junio de 2019, de <https://www.redalyc.org/html/4561/456145112011/>
- Martínez, V. (2013). *Métodos, técnicas e instrumentos de investigación*. Recuperado el 11 de Abril de 2019, de [https://www.academia.edu/6251321/M%C3%A9todos\\_t%C3%A9cnicas\\_e\\_instrumentos\\_de\\_investigaci%C3%B3n](https://www.academia.edu/6251321/M%C3%A9todos_t%C3%A9cnicas_e_instrumentos_de_investigaci%C3%B3n)
- Martínez, Y. (2010). Elementos sustanciales del desarrollo local. *OIDLES*, 4(8). Recuperado el 19 de Marzo de 2010, de <http://www.eumed.net/rev/oidles/08/ymp.htm>
- Menguzzato, M. (1993). *La Dirección Estratégica "Un enfoque innovador del Management"*. Valencia España: Euroed. Recuperado el 31 de Enero de 2019
- Merinero, R., & Zamora, E. (2009). La colaboración entre los actores turísticos en ciudades patrimoniales. Reflexiones para el análisis del desarrollo turístico. *Pasos*, 7(2), 219-238. Recuperado el 26 de Febrero de 2019, de [http://www.pasosonline.org/Publicados/7209/PS0209\\_6.pdf](http://www.pasosonline.org/Publicados/7209/PS0209_6.pdf)
- Ministerio de Turismo. (04 de Junio de 2018). *AMEVirtual*. Recuperado el 08 de Marzo de 2019, de <https://www.amevirtual.gob.ec/manual-de-atractivos-turisticos/>

- Monterrubio, J. (2009). Comunidad receptora: Elemento esencial en la gestión. *Gestión Turística*, 101-111. Recuperado el 18 de Febrero de 2019, de <http://revistas.uach.cl/pdf/gestur/n11/art06.pdf>
- Muñoz, F. (05 de Marzo de 2014). La epistemología y el turismo. *Turismo y Sociedad*, 187-203. Recuperado el 19 de Febrero de 2019
- Murray, M. (Diciembre de 2014). *Portal de Promoción y Difusión Pública del Conocimiento Técnico y Científico*. Recuperado el 18 de Febrero de 2019, de <http://nulan.mdp.edu.ar/2432/1/murray.2015.pdf>
- Nasimbay, C., & Cejas, M. (2015). Diseño de Productos Turísticos y sus Facilidades. *Qualitas*, 10, 22-39. Recuperado el 01 de Junio de 2019, de [http://www.unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2017/08/2015-dic\\_nasimba-y-cejas-dise%c3%91o-de-productos-tur%c3%8dsticos-y-sus-facilidades.pdf](http://www.unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2017/08/2015-dic_nasimba-y-cejas-dise%c3%91o-de-productos-tur%c3%8dsticos-y-sus-facilidades.pdf)
- OMT. (1993). *Foro Internacional sobre Desarrollo Sostenible del Turismo e Innovación*. España. Recuperado el 21 de Febrero de 2019, de [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/informe\\_sobre\\_sostenibilidad\\_turistica\\_es.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/informe_sobre_sostenibilidad_turistica_es.pdf)
- Oviedo, H. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfade Cronbach. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 572-580. Recuperado el 29 de Abril de 2019, de <http://www.scielo.org.co/pdf/rcp/v34n4/v34n4a09.pdf>
- Oyarvide, H., Nazareno, I., Roldán, A., & Ferrales, Y. (2016). Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible. *Retos de la Dirección*, 71-93. Recuperado el 12 de Marzo de 2019, de <http://scielo.sld.cu/pdf/rdir/v10n1/rdir06116.pdf>
- Panosso, A., & Lohmann, G. (2012). *Teoría del Turismo: conceptos, modelos y sistemas*. Mexico: Trillas. Recuperado el 19 de Febrero de 2019
- Pearce, D. (1991). Desarrollo Turístico. Su planificación y ubicación geográficas. México, Trillas. Recuperado el 21 de Febrero de 2019
- Quero, M. (2010). Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach. *Telos*, 12(2), 248-252. Recuperado el 29 de Abril de 2019, de

<https://www.redalyc.org/pdf/993/99315569010.pdf>

Ramírez, A., Ramírez, R., & Calderón, E. (2017). La gestión administrativa en el desarrollo empresarial. *CE Contribuciones a la economía*. Recuperado el 01 de Febrero de 2019, de <http://www.eumed.net/ce/2017/1/gestion.html>

Revilla, S. (08 de Junio de 2015). *TYS Magazine*. Recuperado el 18 de Febrero de 2019, de <http://www.tysmagazine.com/turismo-sustentable-un-reto-para-la-gestion-y-planificacion-de-las-areas-silvestres-protegidas-de-latinoamerica/>

Reyes, M., Manjarres, N., & Ortega, Á. (2014). La gestión del turismo comunitario en el marco de la economía popular y solidaria en el Ecuador. *TURyDES*. Recuperado el 18 de Febrero de 2019, de

<https://www.uea.edu.ec/cipca/images/ArtLAGESTIoNDEURISMOCOMUNITARIO.pdf>

Rodríguez, J. (18 de Febrero de 2015). Gestión local del turismo: El municipio y su rol en el desarrollo. *Gestión Turística*, 34-56. Recuperado el 18 de Febrero de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/2233/223353235003.pdf>

Ruiz, E., Hernández, M., Coca, A., Cantero, P., & Campo, A. D. (2008). Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad. *Pasos*, 399-418. Recuperado el 07 de Febrero de 2019, de [https://www.researchgate.net/publication/28234085\\_Turismo\\_comunitario\\_en\\_Ecuador\\_Comprendiendo\\_el\\_community-based\\_tourism\\_desde\\_la\\_comunidad](https://www.researchgate.net/publication/28234085_Turismo_comunitario_en_Ecuador_Comprendiendo_el_community-based_tourism_desde_la_comunidad)

Salas, W., Font, M., & Suárez, R. (2015). *www.uniandes.edu.ec*. Recuperado el 18 de Febrero de 2019, de

<https://www.uniandes.edu.ec/web/wp-content/uploads/2016/04/Consideraciones-para-un-modelo-de-gesti%C3%B3n-tur%C3%ADstica-local-.pdf>

Salgueiro, A. (2001). *Indicadores de gestión y cuadro de mando*. España: Díaz de Santos. Recuperado el 31 de Enero de 2019

Sánchez, M. (2015). *Técnicas de investigación*. México. Recuperado el 07 de Mayo de 2019

Secretaría de Estado para Asuntos Económicos de Suiza SECO. (2014). *Conceptos básicos para la gestión de destinos turísticos*. Perú: Arkabas. Recuperado el 08 de Abril de 2019, de

[https://www.swisscontact.org/fileadmin/user\\_upload/COUNTRIES/Peru/Documents/Publications/Conceptos\\_basicos\\_para\\_la\\_gestion\\_de\\_destinos\\_turisticos.pdf](https://www.swisscontact.org/fileadmin/user_upload/COUNTRIES/Peru/Documents/Publications/Conceptos_basicos_para_la_gestion_de_destinos_turisticos.pdf)

Solíz, F., & Maldonado, A. (2012). *Guía de metodologías comunitarias participativas*. Quito. Recuperado el 30 de Mayo de 2019, de

<http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/3997/1/Soliz,%20F-CON008-Guia5.pdf>

Tamayo, M. (2003). *El proceso de la investigación científica* (Cuarta ed.). México: LIMUSA, S.A. Recuperado el 20 de Marzo de 2019, de

<https://clea.edu.mx/biblioteca/Tamayo%20Mario%20El%20Proceso%20De%20La%20Investigacion%20Cientifica.pdf>

Universidad de Kansas. (2017). *Caja de Herramientas Comunitarias*. Recuperado el 03 de Mayo de 2019, de <https://ctb.ku.edu/es/tabla-de-contenidos/estructura/estrategia-planificacion/desarrollar-un-plan-de-accion/principal>

Valda, J. (07 de Septiembre de 2013). *Grandes Pymes*. Recuperado el 03 de Mayo de 2019, de <https://jcvalda.wordpress.com/2013/09/07/guia-para-elaborar-correctamente-la-vision-y-mision-de-la-empresa/>

Velasco, M. (2014). Gobernanza turística: ¿Políticas públicas innovadoras o retórica banal? *Cuaderno Virtual de Turismo*, 1-14. Recuperado el 18 de Marzo de 2019, de [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4278458/mod\\_resource/content/1/GONZALES%20-%20Gobernanza%20Turistica%20%20Políticas%20Publicas%20innovadoras%20o%20retorica%20banal\\_CVT\\_2014.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4278458/mod_resource/content/1/GONZALES%20-%20Gobernanza%20Turistica%20%20Políticas%20Publicas%20innovadoras%20o%20retorica%20banal_CVT_2014.pdf)

Zimmermann, E. (1933). *World Resources and Industries*. New York and London: Harper and Brothers publishers. Recuperado el 08 de Marzo de 2019, de

<https://archive.org/details/in.ernet.dli.2015.2623/page/n5>

## ANEXOS

### Anexo 1. Propuesta

#### 1.1 Datos informativos de la propuesta

##### Título de la Propuesta

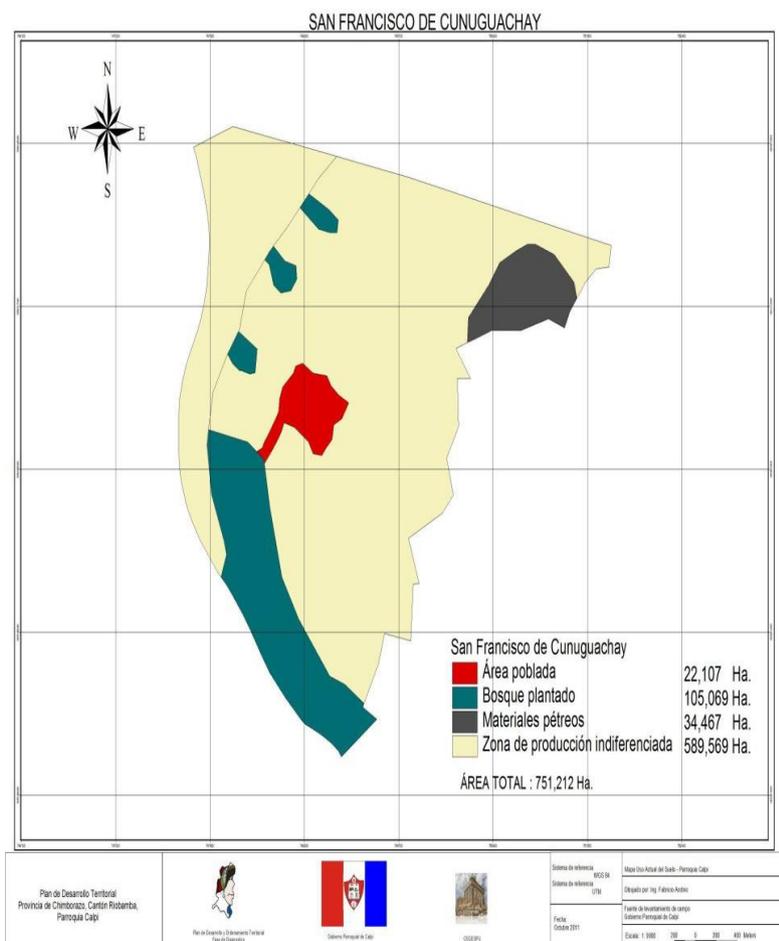
Modelo de Gestión Turística Comunitaria que contribuya al desarrollo turístico de la Comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia de Calpi, provincia de Chimborazo.

##### Beneficiarios

**Directos:** Asociación de Mujeres del Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”

**Indirectos:** Comunidad San Francisco de Cunuguachay

**Ubicación:** Comunidad San Francisco de Cunuguachay, a 13 km de la ciudad de Riobamba.



*Ilustración 12:* Mapa de la comunidad San Francisco de Cunuguachay  
Fuente: GAD Parroquial Santiago de Calpi (2015)

## **1.2 Antecedentes de la propuesta**

La Comunidad San Francisco de Cunuguachay cuenta con una riqueza natural y cultural que ha venido siendo aprovechada de manera racional, sin embargo es importante mencionar que para alcanzar el desarrollo turístico anhelado es necesario trabajar en conjunto con todos los actores turísticos, con el único fin de potenciar la actividad turística con la base sólida de una comunidad fortalecida y convencida de que el turismo manejado de manera sostenible genera beneficios económicos, sociales, culturales y ambientales.

La propuesta de un modelo de gestión turística comunitaria se crea con la finalidad de que la Comunidad desarrolle la actividad turística de una mejor manera, planificando y gestionando a través de un modelo a seguir, que contribuya al fortalecimiento de esta actividad y con ello beneficie a la localidad en general.

El turismo que se realiza en las comunidades rurales tiene la capacidad de originar un desarrollo integral para la zona, pues puede llegar a mitigar la desigualdad económica, mediante la generación de fuentes de empleo e ingresos, por tanto, la necesidad de gestionar adecuadamente esta actividad puede garantizar la satisfacción del turista y con ello su retorno o la promoción del destino a través de su experiencia, en tal virtud, el modelo de gestión contribuirá en el manejo adecuado de la actividad turística en el sector.

## **1.3 Justificación de la propuesta**

A nivel nacional se está proporcionando más interés al tema del Turismo Comunitario, mismo que con las actividades turísticas que sean respetuosas del ambiente, la cultura y la sociedad; y, que además tengan como base los principios que se practican en la localidad, este tipo de turismo se convertirá en una tendencia que la mayoría de personas querrá disfrutar, en

tal virtud la presente propuesta se la realiza porque la Comunidad de San Francisco de Cunuguachay tiene la necesidad de contar con un instrumento de planificación y gestión que le permita alcanzar el desarrollo turístico que anhela la población.

El turismo comunitario no es únicamente una distracción o pasatiempo, sino que se convierte en una experiencia de vida que se ofrece tanto a turistas nacionales como extranjeros, en tal virtud, es muy necesario fortalecer la gestión siempre y cuando guarde concordancia y articulación con la sostenibilidad, pues en este tipo de turismo existe la participación directa del ser humano, quien se convierte en el principal y más importante actor que busca mejorar la calidad de vida de su familia y extender sus horizontes para proponer nuevas actividades que permitan que en la Comunidad anfitriona se brinden servicios de calidad y con calidez.

#### **1.4 Objetivos de la propuesta**

##### **1.4.1 Objetivo General**

- Elaborar un Modelo de Gestión Turística Comunitaria que contribuya al desarrollo turístico de la Comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia de Calpi, provincia de Chimborazo.

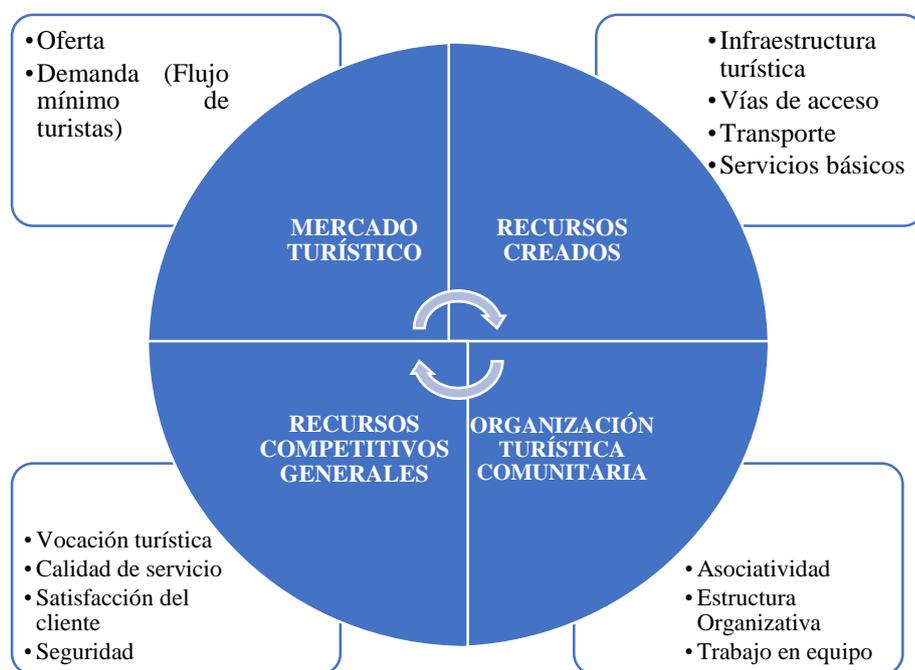
##### **1.4.2 Objetivos Específicos**

- Establecer las condiciones básicas requeridas para el Modelo de Gestión Turística Comunitaria.
- Determinar los componentes básicos para construir el Modelo de Gestión Turística Comunitaria
- Proponer un Modelo de Gestión Turística Comunitaria que contribuya al desarrollo turístico de la Comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia de Calpi, provincia de Chimborazo.

## 1.5 Desarrollo

### 1.5.1 Condiciones básicas requeridas para el Modelo de Gestión Turística Comunitaria

Adaptada a la realidad actual de la comunidad, se han determinado las siguientes condiciones básicas que se han considerado para la construcción del Modelo de Gestión, como herramienta de planificación para alcanzar el desarrollo turístico del sector. Para el establecimiento de las condiciones básicas requeridas se ha considerado como base las metodologías propuestas por (CODESPA, 2011, p. 37) y (Dwyer & Kim, 2002, p. 4)



*Ilustración 13:* Condiciones básicas requeridas para el Modelo de Gestión Turística Comunitaria  
Fuente: (CODESPA, 2011, p. 37) y (Dwyer & Kim, 2002, p. 4) – Modificada por Magaly Rojas 2019

a) **Mercado Turístico.** - La actividad turística, como cualquier otra actividad económica, tiene como base dos elementos fundamentales que son la oferta y demanda.

La oferta. - hace referencia a los bienes y/o servicios que las organizaciones, empresas o personas tienen la capacidad de vender en el mercado, con la finalidad de satisfacer las necesidades de quien adquiere estos bienes y/o servicios. En la Comunidad San Francisco de

Cunuguachay, como se pudo observar y evidencias a lo largo de la presente investigación cuenta con una oferta variada tanto en recursos naturales como en culturales, es decir cuenta con la condición básica requerida en el presente modelo de gestión.

La demanda turística. - constituye el conjunto de turistas que, de forma colectiva o individual, están motivados o dispuestos a adquirir en un determinado momento a un precio establecido. En este sentido es importante recalcar que la comunidad según la investigación realizada, cuenta con un flujo mínimo de turísticas, quienes en mayor porcentaje son extranjeros. De la misma manera se ha observado que los resultados de la investigación reflejan que según la opinión de la población el flujo turístico es regular, lo que constituye un factor a mejorar mediante la aplicación de estrategias establecidas para el efecto.

**b) Recursos Creados.** - Son todos los medios que han sido contruidos por el ser humano y que contribuyen en la producción, venta o distribución de los bienes y servicios ofertados por una empresa u organización. Dentro del turismo los recursos creados que contribuyen para que la actividad surja y se desarrolle de una forma adecuada están:

La Infraestructura turística. -misma que existe en la zona de la presente investigación, pues los principales servicios que oferta son hospedaje y alimentación, para lo cual cuentan con la infraestructura apropiada.

Las vías de acceso. - que son de primer orden, en virtud de su cercanía con la cabecera parroquial y cantonal, lo que le otorga un valor agregado a la comunidad.

El Transporte. -desempeña un papel muy importante, en virtud de a través de este servicio se trasladan los turistas, así como los bienes y materias primas que se requieren para ejecutar la actividad turística, es así que para llegar a la comunidad se puede utilizar varios medios de

transporte: buses, taxis desde la cabecera cantonal, taxis o camionetas desde la cabecera parroquial; y, finalmente camionetas particulares.

Servicios básicos. - La comunidad de San Francisco de Cunuguachay según (GAD Parroquial Santiago de Calpi, 2015) es una de las comunidades a nivel parroquial que cuenta con un sistema de agua potable, al igual que cuenta con servicio de alcantarillado, servicio de electricidad; y, servicio de comunicación fija muy pocas familias; y, móvil que cuenta la mayor parte de la población. Cabe aclarar que dichos servicios son de gran importancia para el desarrollo de actividades turísticas en el sector.

c) **Recursos Competitivos Generales.** – Aspecto muy importante para la comunidad, en virtud de que en la parroquia existen dos comunidades que desarrollan actividad turística y se convierten en la competencia directa de San Francisco de Cunuguachay, en tal virtud se han considerado los siguientes recursos básicos:

Vocación turística. – considerando que la vocación turística es la tendencia natural que posee una persona para realizar una determinada tarea, es imprescindible aclarar que la comunidad cuenta con personas encargadas en desempeñar determinadas acciones, que lo realizan con agrado, lo que constituye de alguna forma una fortaleza en la localidad.

Calidad de servicio. – uno de los aspectos fundamentales es la calidad en el servicio, que no es una decisión optativa para la organización y/o empresa, sino más bien un componente imprescindible para que la empresa tenga éxito o fracase. En este sentido se puede recalcar que si bien en el Centro de Turismo Comunitario Quilla Pacari, se hace todo lo posible por brindar un servicio con calidad, es muy necesario contar con la capacitación frecuente de las personas que directa e indirectamente se encuentran involucradas en la actividad turística.

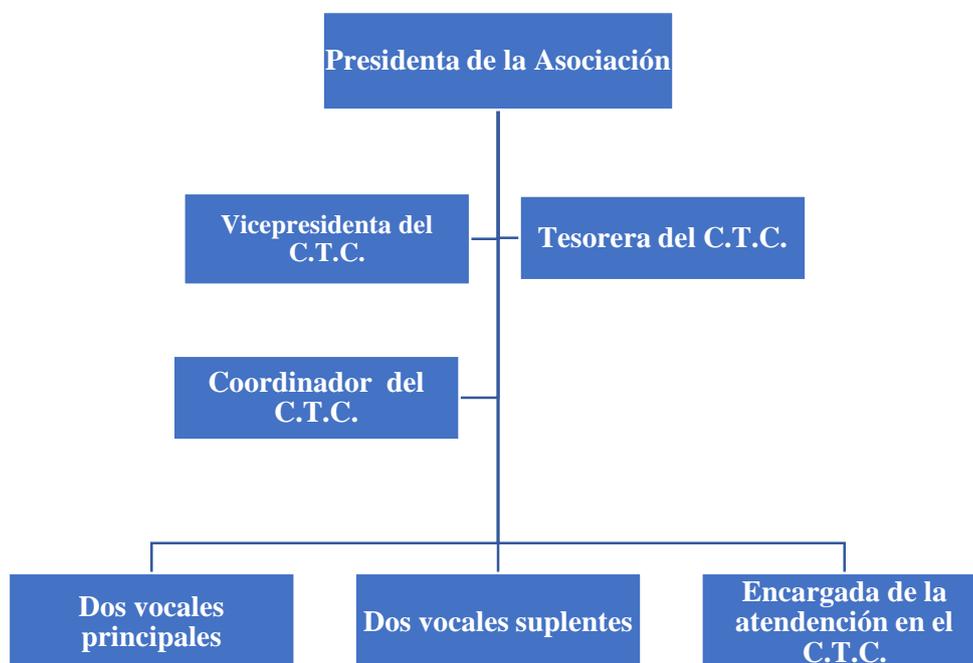
Satisfacción del cliente. – Constituye la base de cualquier empresa, especialmente las turísticas, donde los clientes requieren de servicios y productos que logren su satisfacción y necesidades. Las exigencias de un turista pueden estar especificada con anterioridad por el mismo, o también puede ser definida por la empresa o negocio, sin embargo, en cualquier caso, el turista o cliente determina la aceptación del producto. En este aspecto es importante indicar que luego de haber entablado una conversación a manera en entrevista con tres turistas que se encontraban hospedados en el C.T.C. Quilla Pacari, hicieron mención que el aspecto en que se debería mejorar es en la variedad de platos que ofertan, pues este aspecto es importante considerar, con la finalidad de lograr una entera satisfacción del cliente.

Seguridad. – la seguridad turística se la puede definir como la protección de la integridad física, económica y psicológica de los turistas, así como la de los prestadores de servicios y además la seguridad de todos miembros de la comunidad receptora, en tal virtud se evidencia una falencia en cuanto a este aspecto, mismo que se ha de considerar para mejorar el servicio turístico en la comunidad, sin embargo, se debe aclarar que no han considerado necesario contar con personal de seguridad en virtud de que es una zona bastante tranquila, donde no se han evidenciado dificultades en cuanto a robos, asaltos a personas de la comunidad y mucho menos a turistas.

**d) Organización Turística Comunitaria.** – Una adecuada organización, fortifica las habilidades y capacidades los habitantes de la comunidad, en tal virtud es importante indicar que la comunidad está organizada de manera dirigencial, de igual forma está organizado en el ámbito turístico, sin embargo, es importante considerar este aspecto como una debilidad en cuanto a la relación y trabajo entre las dirigencias, es por esta razón que este aspecto ha sido considerado en la presente propuesta.

Asociatividad. -en la Comunidad San Francisco de Cunuguachay existe una asociación denominada “Asociación de Mujeres del Centro de Turismo Comunitario Quilla Pacari”, misma que está conformada por 60 mujeres, quienes se han organizado para llevar a cabo actividades turísticas en beneficio de ellas y de sus familias.

Estructura Organizativa. – la estructura organizativa de la Comunidad es muy similar a la estructura organizativa de la asociación antes mencionada, en este sentido se menciona la estructura de la Asociación del C.T.C. Quilla Pacari, quienes manejan la actividad turística del sector.



*Ilustración 14:* Organigrama estructural de la Asociación de Mujeres "Quilla Pacari"  
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

Trabajo en equipo. – considerando que el trabajo en equipo es la cooperación entre dos o más personas para lograr un objetivo en común, es importante indicar que en el C.T.C. , si existe cooperación y trabajo en equipo, sin embargo se considera también como una debilidad en virtud de que la dirigencia comunitaria y la dirigencia del C.T.C. , no realizan actividades

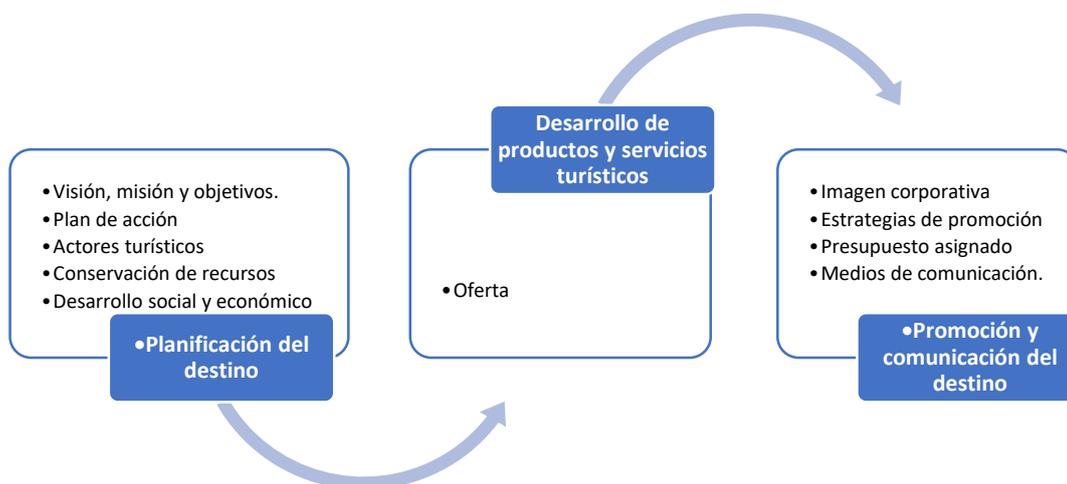
de trabajo en equipo, esta se considera una debilidad, pues es indispensable que las dirigencias estén en constante comunicación y trabajen en beneficio de la comunidad y sus habitantes.

### 1.5.2 Componentes básicos para construir el Modelo de Gestión Turística Comunitaria

Luego de realizar la investigación correspondiente se han establecido tres componentes básicos que servirán para construir el modelo de gestión:

- Planificación del destino
- Desarrollo de productos y servicios turísticos
- Promoción y comunicación del destino

Cada uno de los componentes cumple una función específica además de estar estrechamente ligadas con la finalidad de realizar una gestión adecuada y de esta forma mejorar el desarrollo turístico de la Comunidad San Francisco de Cunuguachay. Es importante indicar que ningún componente puede quedar aislado, pues mediante la articulación correspondiente el presente modelo de gestión garantizará resultados favorables en el sector. Conforme lo antes planteado a continuación se plantea la estructura base de cada componente.



*Ilustración 15:* Componentes básicos para construir el Modelo de Gestión Turística Comunitaria  
Fuente: (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos de Suiza SECO, 2014)– Modificada por Magaly Rojas 2019

### 1.5.2.1 Planificación del destino

En la planificación del destino se considera la misión, visión y objetivos que se desea alcanzar, además de considerar un plan de acción o de trabajo que deberá ejecutar la persona o personas encargadas de la gestión turística, en coordinación con los diferentes actores turísticos, contemplando acciones que tengan que ver con la conservación de recursos, además de plantear estrategias que permitan el desarrollo social y económico del sector y sus habitantes.

En función de lo antes descrito, a continuación, se desarrollan los parámetros antes indicados.

#### a) Diseño de la misión organizacional

Ha sido desarrollada de forma participativa, considerando la guía metodológica planteada por Valda (2013)

Tabla 35:  
Directrices para diseñar la misión organizacional

CONCEPTO	DIRECTRICES - PREGUNTAS
Detalla el rol que desempeña en la actualidad la organización, para alcanzar su visión, es la razón de ser de la empresa Kotler & Armstrong (2004)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Quiénes somos?</li> <li>2. ¿Qué buscamos?</li> <li>3. ¿Qué hacemos?</li> <li>4. ¿Dónde lo hacemos?</li> <li>5. ¿Por qué lo hacemos?</li> <li>6. ¿Para quién trabajamos?</li> </ol>

Fuente: Valda (2013)

Conforme a las directrices para el diseño de la misión, se ha establecido la misión organizacional.

## Misión propuesta

Ofrecer a los turistas nacionales y extranjeros, un turismo de convivencia, naturaleza, auténtico, novedoso, promoviendo el desarrollo sostenible comunitario y otorgando nuevas alternativas de trabajo para los habitantes, quienes a través de la actividad turística contribuyen y fomentan el emprendimiento mediante el aprovechamiento de las capacidades locales con la finalidad de otorgar al turista una experiencia de vida inolvidable y al mismo tiempo incentivar la conservación de la identidad cultural y los recursos con los que cuenta la comunidad.

### b) Diseño de la visión organizacional

Ha sido desarrollada de forma participativa, considerando los parámetros o guía planteada por Valda (2013)

Tabla 36:  
Directrices para diseñar la visión organizacional

CONCEPTO	DIRECTRICES - PREGUNTAS
Corresponde al camino al que se dirige la empresa, a largo plazo; y, sirve de rumbo e incentivo en las decisiones estratégicas de crecimiento, junto a las decisiones de competitividad (Jack, 2000)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Cuál es la imagen deseada de nuestro negocio?</li> <li>2. ¿Cómo seremos en el futuro?</li> <li>3. ¿Qué haremos en el futuro?</li> <li>4. ¿Qué actividades desarrollaremos en el futuro?</li> </ol>

Fuente: Valda (2013)

Conforme a las directrices para el diseño de la visión, se ha establecido la visión organizacional.

## Visión propuesta

Ser una comunidad indígena, fortalecida en el desarrollo de las actividades turísticas, agrícolas-productivas; y, artesanales, que generen progreso con calidad, eficiencia, transparencia, con la finalidad de conseguir con una sociedad ambiental, económica y culturalmente sostenible, a través de la producción y consumo responsable de los recursos.

**c) Objetivos de la organización**

- Conservar el patrimonio cultural y natural con el que cuenta la Comunidad San Francisco de Cunuguachay.
- Fortalecer la actividad turística, a través de talleres de capacitación que permitirán mejorar la prestación de servicios.
- Generar ingresos económicos adicionales, que permitan mejorar la calidad de vida de la población.
- Convertir a la Comunidad San Francisco de Cunuguachay en un modelo de proyecto alternativo y competitivo en materia turística.

**d) Plan de acción y actores turísticos**

El plan de acción constituye una herramienta de planificación que se emplea para realizar una gestión adecuada, además de controlar las acciones o proyectos de una organización. En algunos casos un plan de acción contribuye a convertir los sueños en realidad. Un plan de acción es un modo de asegurarnos de que la visión de nuestra organización se concreta. Según Universidad de Kansas (2017) el plan de acción debería incluir la siguiente información:

Objetivos; acciones; quien las llevará a cabo (actores turísticos); cómo se realizarán; que recursos se requerirán.

Tabla 37:  
Plan de acción y actores turísticos

Objetivos	Acciones	Quién las llevará a cabo (actores turísticos)	Cómo se realizarán	Recursos
<p>Conservar el patrimonio cultural y natural con el que cuenta la Comunidad San Francisco de Cunuguachay.</p>	<p><b>Acciones de conservación del patrimonio cultural:</b></p> <p>Implementar actividades que fortalezcan la práctica de la lengua materna</p> <p>Concientizar a los niños, niñas y jóvenes de la importancia en el uso de la vestimenta tradicional.</p> <p>Coordinar las actividades en las que participa la gente de la comunidad, con la finalidad de impulsar la práctica de juegos tradicionales</p> <p>Otorgar incentivos a las personas que practiquen la agricultura de manera ancestral, pues forma parte de los productos que oferta la comunidad.</p> <p><b>Acciones de conservación del patrimonio natural:</b></p> <p>Continuar con la reutilización los envases de vidrio o lata para actividades como sembrar plantas.</p> <p>Seguir con la actividad de sembrar plantas nativas en la zona</p> <p>Fortalecer la actividad correspondiente a la reducción el consumo diario de agua.</p> <p>Incentivar el reciclaje en cada uno de los hogares de la comunidad.</p>	<p>Dirigentes Comunitarios La Población local.</p> <p>Instituto Nacional de Patrimonio Cultural</p>	<p>A través de charlas que concientización y valorización de la cultura.</p> <p>En la ejecución de eventos sociales (festividades) donde se pueda evidenciar la riqueza de su cultura.</p>	<p>Espacio físico (casa comunal)</p> <p>Solicitud al Instituto Nacional de Patrimonio Cultural – Zona 3 (incentivos)</p>

Fortalecer la actividad turística, a través de talleres de capacitación que permitirán mejorar la prestación de servicios.	Capacitación para el sector de Alojamiento (Recepcionista, camarera, información turística, administrador de empresas de alojamiento)	Ministerio de Turismo Ministerio del Ambiente. Dirigentes Comunitarios. Integrantes del C.T.C "Quilla Pacari".	Mediante convocatorias realizadas a las personas interesadas a formar parte de estas capacitaciones.	Espacio físico (casa comunal)  Material de estudio (cuadernos, lápices, esferos, papelotes, etc.)
	Capación para el sector de alimentos y bebidas (atención al cliente, seguridad alimentaria, administración de restaurante)			
	Capacitación en el sector de operación turística (guianza turística, seguridad turística, agente de ventas, manejo de equipos de computación y redes sociales)			
	Capacitación en competencias generales (hospitalidad)			
	Capacitación en conservación del ambiente, flora y fauna.			
Generar ingresos económicos adicionales, que permitan mejorar la calidad de vida de la población.	Capacitar a la población en elaboración de artesanías (suéteres, guantes, etc.)	Ministerio de Turismo.	Mediante convocatorias realizadas a las personas interesadas a formar parte de estas capacitaciones.	Espacio físico (casa comunal)  Materiales (hilo, aguja, botones, etc.)
	Generación de micro emprendimientos en la comunidad, utilizando materia prima generada en la zona (elaboración de quesos, dulces de leche, entre otros)	Ministerio de Agricultura, Acuacultura y pesca.		
Convertir a la Comunidad San Francisco de Cunuguachay en un modelo de proyecto alternativo y competitivo en materia turística.	Generar actividades vinculadas a los objetivos de desarrollo sostenible, respetando los recursos que posee el sector; y, a la vez aprovechando de forma sostenible la riqueza natural y cultural para beneficio de la población.	Dirigentes comunitarios. Población local. Asociación del Centro de Turismo Comunitario "Quilla Pacari"	Reuniones y charlas informativas de las actividades que se están realizando en beneficio de la comunidad.	Espacio físico (casa comunal)

Adaptarse a la tecnología y nuevas formas de comunicación.

Innovar productos y servicios que se oferta en la comunidad.

Involucrar a mayor parte de la población en las actividades turísticas del sector.

---

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

#### **e) Conservación de recursos**

El uso turístico que se les de los recursos culturales y naturales con los que cuenta la comunidad San Francisco de Cunuguachay, no puede ni debe causar la pérdida de sus valores principales o fundamentales, ni su autenticidad, al contrario, a través de la actividad turística se debe precautelar su valor, pues este mencionado valor constituye la causa fundamental para que estos recursos sean visitados por propios y extraños. Además de su conservación dependen el mantenimiento y/o incremento del flujo turístico en la zona.

#### **f) Desarrollo social y económico**

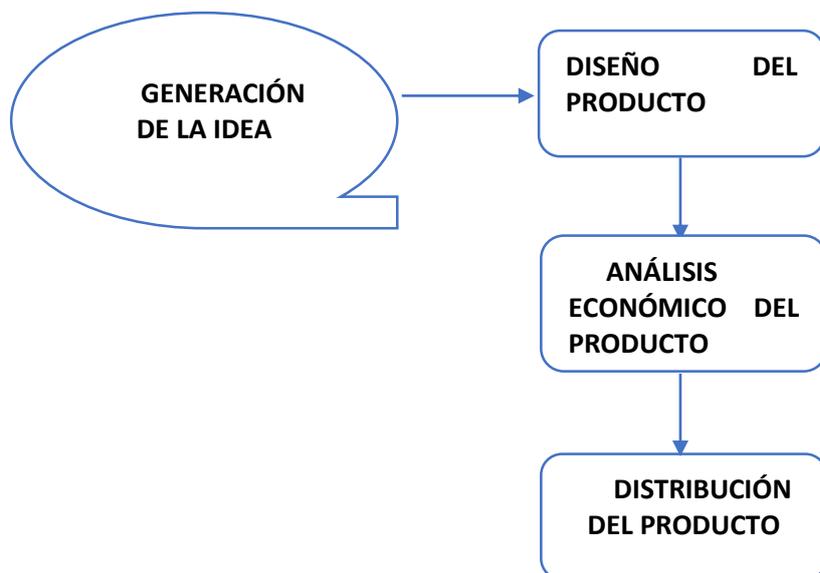
Al hablar de desarrollo social y económico, se hace referencia directamente a la sostenibilidad, pues una comunidad sostenible garantiza un apropiado desarrollo social, económico, ambiental y cultural del territorio; y, por ende, el desarrollo de sus habitantes. El desarrollo social y económico es el objetivo a alcanzar mediante la actividad turística, pues el turismo disminuye la pobreza que en la actualidad es una amenaza para los seres humanos y el ambiente, en virtud de que la gente más pobre en el mundo, es de igual forma sufre en gran medida la contaminación y la degradación ambiental. A través del turismo comunitario se pretende satisfacer las necesidades básicas de la población receptora, así como busca la satisfacción del turista.

### 1.5.2.2 Identificación de productos y servicios turísticos

Los productos y servicios, deben estar diseñados acorde a la tendencia actual del mercado turístico; y cuyo objetivo principal sea lograr una experiencia excepcional para el turista.

Se plantea el siguiente producto turístico, en función de los recorridos realizados por los atractivos culturales del sector, y en base a lo planteado por (Nasimbay & Cejas, 2015) que menciona que la característica principal de un producto turístico son los elementos tangibles e intangibles, que posibilitan el desarrollo de diferentes actividades en los destinos.

**Producto Turístico para la Comunidad San Francisco de Cunuguachay, se diseña en función de la metodología planteada por (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2015)**



*Ilustración 16:* Estructura del producto turístico  
Fuente: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2015)

- a) **Generación de idea.** – para la generación de idea se han desarrollado los siguientes elementos: Identificación preliminar del producto; Concepto y atributos del producto; Análisis de la demanda en el sector, Análisis de la competencia; Sostenibilidad cultural.

- **Identificación preliminar del producto.** – se realizó una reflexión en torno a las siguientes interrogantes ¿Qué producto turístico cultural tiene en mente?; ¿Qué ventajas ofrece a los turistas?; ¿Cuál es la diferencia del producto con otros presentes en la zona?
- **Concepto y atributos del producto**

Tabla 38:  
Concepto y atributos del producto

CONCEPTO	ATRIBUTOS DEL PRODUCTO
<b>Incentivar a los turistas a vivir como agricultor por un día.</b>	<p>El turista podrá vivenciar la práctica de actividades agrícolas de épocas antiguas (ancestral) que aún se practican en la actualidad en la localidad.</p> <p>Se otorgará valor a una de las actividades consideradas como parte de los atractivos culturales del sector.</p> <p>Transmitir al turista la forma de vida diaria en el campo.</p>

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

- **Análisis de la demanda en el sector.** –Se identifica las necesidades y preferencias de los turistas que visitan la comunidad.

Tabla 39:  
Análisis de la demanda en el sector

¿QUIÉNES SON?	¿QUÉ BUSCAN?
<p>Los turistas que visitan la Comunidad San Francisco de Cunuguachay, son en su mayoría extranjeros de entre 25 y 50 años de edad.</p> <p>De igual forma los turistas nacionales que llegan a la comunidad, que son en menor número, tienen entre 27 y 55 años de edad.</p>	<p>Los turistas nacionales y extranjeros, tienen una característica en común, pues buscan actividades en las que pueden ser partícipes directos y no simplemente ser observadores de lo que realizan otras personas, pretenden vivir experiencias únicas e inolvidables.</p>

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

- **Análisis de la competencia**

Tabla 40:  
Análisis de la competencia

<b>Centros de Turismo Comunitario</b>	<b>Producto ofertado</b>	<b>Costo</b>	<b>Ventajas respecto del producto propio</b>
Palacio Real	<p><b>Museo Cultural de la Llama.</b> - Aquí se observan características de los camélidos andinos, especialmente de la llama, conocida como la Reina de los Andes.</p> <p><b>Centro de Artesanías.</b> - Ofrecen artesanías como: elaborados con lana de alpaca, además se puede observar zapatos, pomadas y ungüentos.</p> <p><b>Hilandería.</b> - Lugar donde se observa el proceso de transformación de la fibra de llama y alpaca para la obtención de hilos que son utilizados en la elaboración de diferentes prendas de vestir.</p> <p><b>Senderos interpretativos Simón Bolívar y Mira Loma.</b> - Recorridos que se realizan con un guía nativo, que narra historias y explica la utilidad medicinal de las plantas del sector.</p> <p><b>Servicio de Hospedaje.</b> – en la vivienda de una familia de la comunidad</p> <p><b>Servicio de Alimentación.</b> en el restaurante del C.T.C</p>	<p>\$16,00 por noche, incluye desayuno y cena</p> <p>\$ 6,00 almuerzo plato fuerte con carne de llama, chicha de quinua y postre.</p> <p>\$ 3,00 almuerzo simple.</p>	<p>Este Centro de Turismo Comunitario se encuentra ubicado alrededor de 2 km antes del C.T.C. “Quilla Pacari”.</p> <p>Existe una mejor organización al momento de recibir al turista.</p> <p>Las guías o las personas que atienden a los turistas utilizan colores uniformes, por ende, otorgan mejor imagen ante el turista.</p>
La Moya	<p><b>Museo.</b> - Con 2 salas interpretativas donde se observa la historia de los Hieleros de la comunidad; sus tradiciones, costumbres, es decir la vida misma de los habitantes de la zona, relacionada con la montaña.</p> <p><b>Guianza.</b> - en el Museo de la Montaña “Urkukunapak Huasi”</p>	<p>\$ 5,00 recorrido por senderos, con guía.</p>	<p>Este Centro de Turismo Comunitario cuenta con museos muy bien acondicionados.</p>

<p><b>Senderos Interpretativos:</b> el recorrido tiene una duración aproximada de 2 horas, donde se observa la flora y la fauna presente en el territorio. Los senderos son: LOBO ÑAN; INKA ÑAN; RUTA DE LOS HIELEROS.</p> <p><b>Visita y compra de artesanías.</b> - últimamente la comunidad se ha dedicado a la crianza de llamas y alpacas, con la finalidad de ocupar su fibra y ofrecer artesanías a los turistas, a cómodos precios.</p> <p><b>Servicio de Hospedaje.</b> - en Urkukunapak Wasi que significa casa de las montañas.</p> <p><b>Servicio de Alimentación.</b> - en el restaurante del C.T.C</p>	<p>el \$ 6,00 almuerzo (Sopa, plato fuerte y jugo)</p> <p>\$ 7,00 platos a la carta.</p> <p>\$15,00 por noche, incluye desayuno.</p>	<p>Existe una mejor organización al momento de recibir al turista.</p> <p>Las guías conocen y manejan muy bien las historias y leyendas de la comunidad.</p>
--	--	--

---

Fuente: GAD Parroquial Santiago de Calpi (2015)

- **Sostenibilidad Cultural.** – La presente investigación refleja que el 18% de los encuestados realizan prácticas agrícolas ancestrales, en tal virtud es muy importante que se genere conciencia en la población local, respecto de la valoración y preservación de este recurso cultural, mediante charlas y capacitaciones que permitan incentivar a que las presentes y futuras generaciones vean la agricultura ancestral como una actividad alternativa, que utilizada de forma sustentable contribuye a mejorar los ingresos económicos de quien la practique y sobre todo a contar con un producto turístico en la comunidad que haga la diferencia frente a la competencia.
- b) **Diseño del producto.** - Es fundamental desarrollar los 3 elementos que lo conforman: Identificación y caracterización de sus clientes; Requerimientos del producto turístico; Componentes básicos del producto turístico.

- **Identificación y caracterización de los potenciales clientes**

Tabla 41:

Identificación y caracterización de los potenciales clientes

¿Quiénes son?	¿Qué buscan?
<p>Los potenciales turistas nacionales que consumirían el producto son aquellos que oscilan 26 y 49 años de edad, que visitan la ciudad de Riobamba.</p> <p>De igual forma los potenciales turistas extranjeros que consumirían el producto son aquellos que se encuentran en una edad comprendida entre 18 y 65 años de edad.</p>	<p>Los turistas nacionales y extranjeros, hombres y mujeres están dispuestos a conseguir autenticidad en sus experiencias turísticas.</p>

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

- **Requerimientos del producto turístico**

Tabla 42:

Requerimientos del producto turístico

Producto turístico	Atributo	Requerimiento	¿Cómo hacerlo?
<b>“VIVA COMO AGRICULTOR POR UN DÍA”</b>	Intervención directa de los turistas, en las actividades agrícolas.	Tener un acercamiento previo con la población (agricultores) que intervendrá en el proyecto.	Charlas y capacitaciones básicas en el tema turístico.
	Utilización de herramientas, implementos y/o materiales que se empleaban antiguamente.	Tener disponibles las herramientas, implementos y/o materiales de la época que se encuentren en muy buen estado.	Capacitación básica en hospitalidad y atención al cliente. Elaborar un inventario de las personas y familias que realicen las prácticas agrícolas ancestrales; y, que cuenten con las herramientas necesarias para el efecto.

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

- **Componentes básicos del producto turístico.**

Tabla 43:

Componentes básicos del producto turístico.

<b>Actividades</b>	<b>Horario</b>	<b>Recursos y/o herramientas</b>
Desayuno	07:00 – 08:00	Alimentos disponibles en la comunidad.
Charla respecto del procedimiento para ordeñar vacas.	08:00 a 10:00	Salón de reuniones
Realizar el proceso del ordeño, típico de las comunidades de la Sierra Ecuatoriana.		Especies animales (Vacas) Cubetas Agua Jabón Guantes de látex Predisposición de los turistas para realizar la actividad.
Practicar la técnica indígena del arado utilizando la “Yunta” como técnica agrícola en el proceso de preparación de la tierra para realizar el sembrío en la Comunidad.	10:00 a 12:00	Especies animales (Bueyes / Asnos) Yunta en buen estado Chakra
Almuerzo típico	12:00 a 14:00	Comida típica de la comunidad.
Recorrido de observación del pastoreo. Participación en el proceso de corte de alfalfa.	14:00 a 16:00	Terreno con sembrío de alfalfa Una oz Soguilla o cuerda.

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

c) **Análisis Económico**

Tabla 44:  
Análisis Económico del producto propuesto

<b>CONVIÉRTETE EN AGRICULTOR POR UN DÍA</b>						
<b>Duración:</b> 1 día						
<b>Dificultad:</b> Moderado						
<b>COSTOS GENERALES</b>	<b>Cant.</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Rango de pax</b>			
			<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Guía Nativo	1	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
Transporte	1	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00
Prestador del servicio	1	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00
Yunta	2	\$ 12,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00
<b>TOTAL COSTOS GENERALES</b>			<b>\$ 49,00</b>	<b>\$ 49,00</b>	<b>\$ 49,00</b>	<b>\$ 49,00</b>
<b>COSTOS INDIVIDUALES</b>						
Desayuno	1	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 6,00	\$ 9,00	\$ 12,00
Almuerzo	1	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 15,00	\$ 20,00
<b>TOTAL COSTOS INDIVIDUALES</b>			<b>\$ 8,00</b>	<b>\$ 16,00</b>	<b>\$ 24,00</b>	<b>\$ 32,00</b>
<b>COSTOS TOTALES POR PERSON</b>						
TOTAL COSTOS GENERALES			\$ 49,00	\$ 49,00	\$ 49,00	\$ 49,00
TOTAL COSTOS INDIVIDUALES			\$ 8,00	\$ 16,00	\$ 24,00	\$ 32,00
<b>TOTAL COSTOS</b>			<b>\$ 57,00</b>	<b>\$ 65,00</b>	<b>\$ 73,00</b>	<b>\$ 81,00</b>
<b>Subtotal</b>			\$ 57,00	\$ 65,00	\$ 73,00	\$ 81,00
<b>Iva 12%</b>			\$ 6,84	\$ 7,80	\$ 8,76	\$ 9,72
<b>Total</b>			<b>\$63,84</b>	<b>\$ 72,80</b>	<b>\$ 81,76</b>	<b>\$ 90,72</b>
Precio de venta final			\$63,84	\$ 36,40	\$ 27,25	\$ 22,68

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

El producto propuesto cuenta con un gran valor cultural, por tanto, aquellos turistas que compren este producto valoran las actividades que con esfuerzo y voluntad se sostienen en el tiempo.

d) **Distribución del producto.** - Se convierte en el último paso en la elaboración del producto turístico, se compone de dos aspectos: Posición del producto; Canales de distribución:

Tabla 45:  
Posicionamiento del producto propuesto

<b>Descripción del posicionamiento</b>
<p>Considerando el sector donde se ofertará el producto, el mismo se convertirá en una oferta complementaria a aquellos productos y servicios que ya son conocidos y se han establecido desde hace algún tiempo.</p> <p>Al convertirse en una oferta complementaria, será ofertado a aquellos turistas que visitan la comunidad, sin embargo, no se descarta que con el tiempo y a través de la experiencia adquirida, se lo ofertará, como producto principal; y, conforme a las necesidades se establecerán las estrategias que se consideren convenientes en ese momento.</p>
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

Tabla 46:  
Canales de distribución del producto

<b>Descripción de los Canales de distribución</b>
<p>En la primera fase en la que el producto se da a conocer, es recomendable que se trabaje con intermediarios, es decir a través de agencia de viaje y operadoras de turismo. De la misma manera, es importante mencionar que en esta primera etapa se ofertará el producto directamente a los turistas que lleguen a la Comunidad y al Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”, con la finalidad de aprovechar el flujo turístico con el que actualmente cuanta el sector.</p>
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

### ***1.5.2.3 Promoción y comunicación del destino***

Es importante desarrollar estrategias de que permitan promocionar el destino turístico, dichas estrategias deben ser establecidas en coordinación con los diferentes actores

involucrados. Los esfuerzos que se realicen en este sentido mejorarán la comercialización en los diferentes niveles.

Con la finalidad de fortalecer la promoción y comunicación del destino se han propuesto las siguientes estrategias para el destino turístico en general:

Tabla 47:  
Estrategias de promoción y comunicación

<b>Estrategias</b>	<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Inversión estimada</b>	<b>Ejecución</b>	<b>Observación</b>
Contar con una imagen turística que identifique a la Comunidad.	Elaboración de una imagen corporativa	Magaly Rojas Estudiante - Posgrado UNACH	80,00	Mayo- Junio 2019	Ejecutada con presupuesto del responsable
	Diseño de una página web, que permita comunicar a los turistas nacionales y extranjeros la existencia del C.T.C.	Magaly Rojas Estudiante - Posgrado UNACH	300,00	Junio – Diciembre 2019	Ejecutada con presupuesto del responsable
Perfeccionar las capacidades del personal que labora en el C.T.C, “Quilla Pacari”, en el uso de herramientas digitales para la promoción y difusión turística del sector.	Asesoramiento técnico en estrategias de marketing digital, Search Engine Optimization (Posicionamiento en buscadores-optimización en motores de búsqueda).	Asociación de Mujeres del C.T.C. “Quilla Pacari”	500,00	Febrero- Abril 2020	A ejecutarse con presupuesto del C.T.C. .
	Creación de una fanpage para difundir las actividades y los recursos turísticos con los que cuenta la comunidad.	Magaly Rojas Estudiante - Posgrado UNACH	0,00	Junio – Diciembre 2019	Ejecutada con presupuesto del responsable

	Pautar las actividades y los recursos turísticos con los que cuenta la comunidad.	Magaly Rojas Estudiante - Posgrado UNACH	50,00	Junio - Diciembre 2019	Ejecutada con presupuesto del responsable.
Contar con un punto de información turística en el C.T.C.	Identificación de los atractivos naturales a través de la georreferenciación y elaboración de mapas, para facilitar su ubicación.	Magaly Rojas Estudiante - Posgrado UNACH	200,00	Mayo-Junio 2019	Ejecutada con presupuesto del responsable.
	Personal capacitado para otorgar información turística en la zona.	Asociación de Mujeres del C.T.C. "Quilla Pacari"	300,00	Enero-Diciembre 2019	A ejecutarse con presupuesto del C.T.C. .
Contar con souvenirs, que se oferten a los turistas nacionales que visiten el C.T.C.; actividad que además servirá para difundir y posicionar la imagen corporativa.	Elaboración de llaveros que contengan la imagen corporativa.	Magaly Rojas Estudiante - Posgrado UNACH	30,00	Junio 2019	Ejecutada con presupuesto del responsable.
	Diseño de un panel informativo, de contactos.	Magaly Rojas Estudiante - Posgrado UNACH	10,00	Junio 2019	Ejecutada con presupuesto del responsable
	Diseño de shopping bags personalizadas, para entregar los artículos adquiridos por los turistas.	Magaly Rojas Estudiante - Posgrado UNACH	10,00	Junio 2019	Ejecutada con presupuesto del responsable (diseño)

a) **Imagen corporativa**



*Ilustración 17:* Imagen corporativa de la comunidad  
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

Para conservar viva una imagen corporativa, es importante refrescarla, para lograr que ésta sea positiva, pues permanecerá en la mente del consumidor; y, al mismo tiempo conquistará nuevos clientes, que lograrán que la empresa u organización permanezca en el tiempo.

Según (Hefting, 1991) la imagen corporativa es el distintivo de la organización o empresa, es lo que la representa, la mencionada imagen debe estar grabada en todas aquellas partes que comprendan a la empresa, con la finalidad de repetir su imagen y posicionar está en el mercado.

**En función de lo antes descrito, es importante describir la imagen turística propuesta para la comunidad San Francisco de Cunuguachay:**

**Slogan:** “Vive su identidad, aventura y tradición”

**Descripción del logotipo:** El logotipo se ha diseñado en función del servicio turístico con mayor acogida por parte de los turistas nacionales y extranjeros en la en la comunidad, además cabe resaltar que en él se ve representado la actividad agrícola que desarrollan en el sector; y, la parte de la naturaleza plasmado en los árboles que representa la vida y la fertilidad de la tierra.

**Cabaña:** Representa la vivienda típica de las áreas rurales de la región Sierra, elaborada con materiales de la zona, que no altera el ecosistema y armoniza con el ambiente natural de la zona.

**Sembríos:** Agricultura ancestral que aún se practica en la comunidad, misma que constituye una de las actividades que realizan los turistas al momento de interactuar con los habitantes del sector.

**Naturaleza:** Representada por los árboles, constituye el hábitat de muchos seres vivos, que están en interacción con la humanidad.

**Colores:** El color café expresa confortabilidad, humildad, equilibrio, además de representar el color de la tierra donde se desarrolla la vida misma.

El color blanco representa la bondad de la gente que acoge a los turistas que visitan el sector, es un color que a pesar de no considerarlo imponente o llamativo, causa una influencia positiva en las personas.

## **b) Medios de comunicación**

Dentro de los medios de comunicación que han sido creados para dar a conocer la oferta turística con la que cuenta la comunidad están:

## Creación de una página web: [www.quillapacari.com](http://www.quillapacari.com)



Ilustración 18: Página web creada  
Elaborado por: Magaly Rojas

## Creación de una Fanpage en Facebook:

La Fanpage es una página que ha sido creada con la finalidad de constituir una canal de comunicación con seguidores o fans dentro de Facebook, pues las fanpages son zonas que congregan a personas con interés en un determinado asunto.



Ilustración 19: Creación de una Fanpage  
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

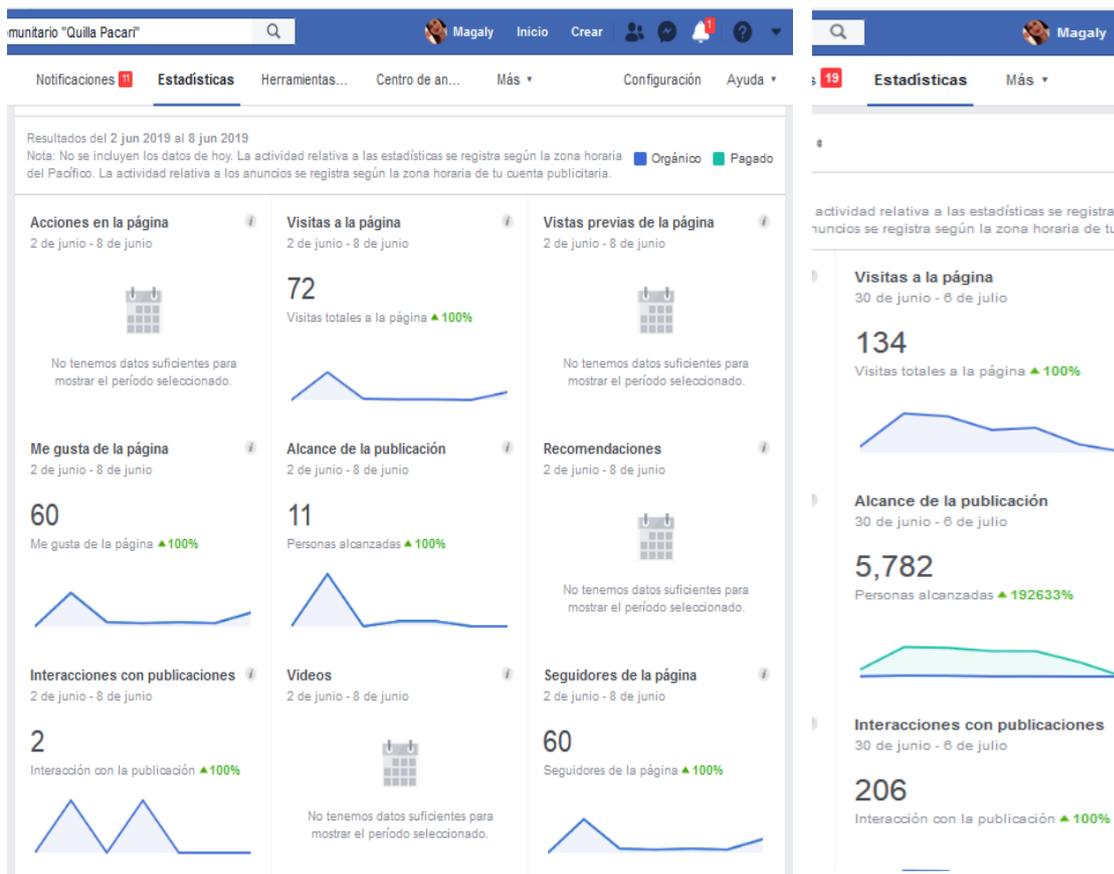


Ilustración 20: Resultados alcanzados en la Fanpage  
 Elaborado por: Magaly Rojas 2019

c) **Elaboración de souvenirs:**



Ilustración 21: Diseño de llaveros  
 Elaborado por: Magaly Rojas



Ilustración 22: Panel informativo  
Elaborado por: Magaly Rojas



Ilustración 23: Diseño de imanes  
Elaborado por: Magaly Rojas



*Ilustración 24:* Diseño de Shopping bag  
Elaborado por: Magaly Rojas

1.5.3 Modelo de Gestión Turística Comunitaria

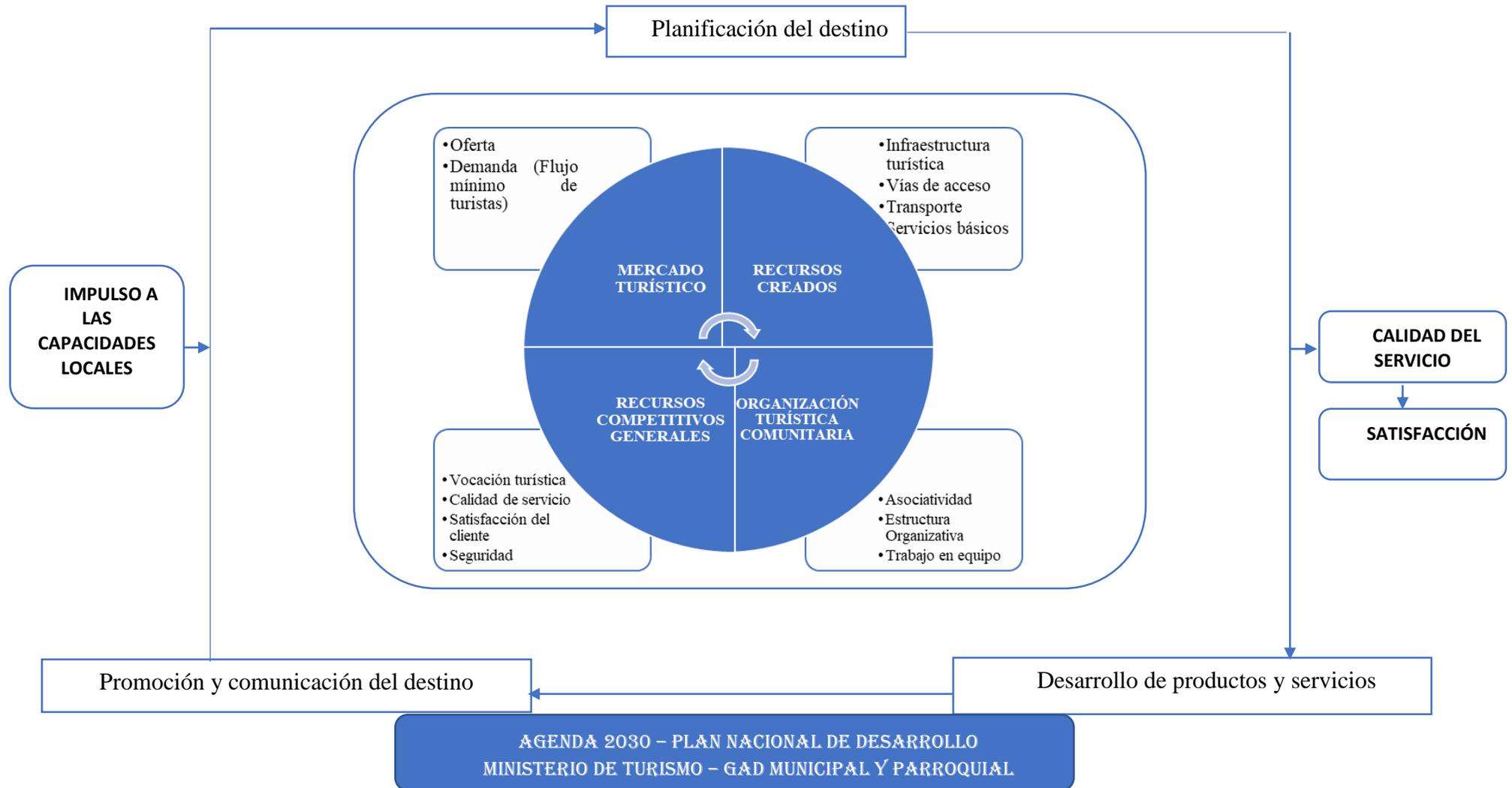


Ilustración 25: Modelo de Gestión Turístico Comunitario propuesto  
 Elaborado por: Magaly Rojas

Como parte de las estrategias principales que se considera en el modelo de gestión están:

- **El impulso a las capacidades locales**

Consiste en generar y/o fortalecer las capacidades personales, grupales y organizacionales que son importantes para la ejecución de actividades turísticas. En este sentido es indispensable que el personal cuente con un nivel de especialización, considerando la actividad que desarrolle.

Esta estrategia debe ser considerada en todo tipo de proyecto que se realice en la comunidad, independientemente del sector en el que se desarrolle, pues a través de las capacidades locales, la población puede mejorar su nivel de conocimiento, instrucción, por ende, pueden salir adelante por sus propios medios.

- **La calidad del servicio**

La calidad del servicio en el tema de turismo comunitario, no se trata de estandarizar procesos con estándares internacionales de calidad, sino de considerar el medio sociocultural donde se desarrolla la actividad turística, es decir se habla de calidad cuando se busca mejor u optimizar el servicio, en base a la oferta turística comunitaria, buscando siempre la satisfacción necesidades del turista.

- **La satisfacción del cliente**

Nace de la necesidad que tiene para una organización o empresa de saber la opinión de los turistas o clientes, lo que posteriormente dará paso a establecer las acciones de mejora en dicha organización.

## CONCLUSIONES

- San Francisco de Cunuguachay es una población que cuenta con un patrimonio cultural y natural que se aprovecha de forma sostenible, sin embargo, requiere del soporte técnico capaz de desarrollar y gestionar de mejor manera la actividad turística en el sector, conforme los estándares y tendencias actuales.
- Mediante la presente investigación se han establecido las condiciones básicas requeridas para continuar con trabajando en el ámbito turístico, no obstante, las condiciones básicas se verán afectadas si no existe una adecuada gestión por parte de los actores turísticos del sector.
- A través de la propuesta se han establecido los componentes básicos del Modelo de Gestión Turística Comunitaria, mismos que han sido creados y desarrollados de tal forma de que contribuyan al desarrollo turístico de la comunidad. Es así que dentro del primer componente que corresponde a la planificación del destino se ha desarrollado la misión, visión y objetivos que permitan que la comunidad cuente con un horizonte claro de lo que es y a dónde quiere llegar, de la misma forma se creó un plan de acción que permitirá fortalecer el trabajo en materia turística. En lo que corresponde a desarrollo de productos y servicios turísticos se ha propuesto un producto que le permita diferenciarse de los competidores “Viva como agricultor un día”; y finalmente se ha creado y desarrollado estrategias de promoción y comunicación como creación de una imagen corporativa; creación de una página web, creación de una fan page, elaboración de souvenirs, de tal forma que mediante estas acciones el destino turístico sea conocido; y, atractivo para propios y extraños.

- El Modelo de Gestión Turística Comunitaria, ha sido desarrollado en función de metodologías participativas que permitan la optimización y mejoramiento de resultados en el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”, que es donde se concentra y desarrolla la actividad turística de la Comunidad.

## RECOMENDACIONES

- El turismo debe ser considerado como un eje importante de desarrollo económico que mejore la calidad de vida de la población, a través del aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y culturales con los que cuenta la comunidad.
- Es importante que la Comunidad considere la propuesta generada en el presente trabajo de investigación, pues constituye una herramienta en la que se evidencian las condiciones básicas y los componentes fundamentales para un adecuado desarrollo turístico en la comunidad.
- Con la experiencia del trabajo realizado campo, se construyó un modelo de gestión afín a la realidad del sector; y, puede ser de utilidad o servir como referente para zonas con similares características.
- Se recomienda que en el transcurso del tiempo y conforme las tendencias de la época, además del avance la tecnología, la comunidad deberá ir mejorando e innovando los productos y servicios que oferta, con la finalidad de convertirse en un destino competitivo e incrementar el flujo turístico, siempre con la consigna de atender con calidad y calidez a los turistas nacionales y extranjeros que visiten la comunidad.

**Anexo 2: Operacionalización de la variable independiente: Gestión**

VARIABLE INDEPENDIENTE	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADOR	TÉCNICA E INSTRUMENTO
Gestión	La gestión de un destino turístico varía de acuerdo a su situación y necesidades particulares, sin embargo, existen tres aspectos básicos que deben ser considerados como prioritarios en la gestión de un destino turístico competitivo: Planificación del destino; Desarrollo de productos y servicios turísticos; Promoción y comunicación del destino (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos de Suiza SECO, 2014)	Planificación del destino.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Visión, misión y objetivos.</li> <li>2. Herramientas de planificación</li> <li>3. Actores turísticos</li> <li>4. Conservación de recursos</li> <li>5. Desarrollo social y económico</li> </ol>	Técnica: Encuesta
		Identificación de productos y servicios turísticos.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Oferta</li> </ol>	Instrumento: Cuestionario
		Promoción y comunicación del destino	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Imagen corporativa</li> <li>2. Estrategias de promoción</li> <li>3. Presupuesto asignado</li> <li>4. Medios de comunicación</li> </ol>	

### Anexo 3: Operacionalización de la variable dependiente: Desarrollo Turístico

VARIABLE DEPENDIENTE	CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADOR	TÉCNICA E INSTRUMENTO
Desarrollo Turístico	Atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades <u>económicas</u> , <u>sociales</u> y <u>estéticas</u> , respetando al mismo tiempo la integridad <u>cultural</u> , los <u>procesos ecológicos esenciales</u> , la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida. (OMT, 1993)	Económica	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Desarrollo de la actividad</li> <li>2. Conocimiento del potencial</li> <li>3. Ingresos por actividad turística.</li> <li>4. Afluencia de turistas</li> <li>5. Plazas de empleo.</li> </ol>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>
		Social	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Número de familias beneficiadas por la actividad turística.</li> <li>2. Capacitaciones recibidas</li> <li>3. Calidad de vida.</li> <li>4. Proyectos sociales</li> </ol>	
		Ambiental	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Capacitación en temas ambientales.</li> <li>2. Acciones de cuidado del medio ambiente.</li> </ol>	
		Cultural	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Actividades de fortalecimiento de identidad cultural.</li> <li>2. Saberes Ancestrales.</li> </ol>	

Elaborado por: Magaly Rojas

## Anexo 4: Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<b><u>General</u></b> ¿De qué manera la gestión influye en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo?	<b><u>General</u></b> Determinar la influencia de la gestión en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.	<b><u>General</u></b> La gestión influye en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.	<b><u>Variable independiente</u></b>  Gestión	1. Planificación del destino.  2. Identificación de productos y servicios turísticos.  3. Promoción y comunicación del destino	<b>Tipo de investigación:</b>  “Descriptiva”  “De campo”  “Correlacional”
<b><u>Específicos</u></b> ¿De qué manera la planificación del destino influye en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo?	<b><u>Específicos</u></b> Analizar la influencia de la planificación del destino en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.	<b><u>Específicos</u></b> La Planificación del destino influye significativamente en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.	<b><u>Variable Dependiente</u></b>  Desarrollo Turístico	1. Económica  2. Social  3. Ambiental  4. Cultural	<b>Diseño de investigación:</b>  “Cualitativa y Cuantitativa”  “Experimental”
¿De qué manera el desarrollo de productos y servicios turísticos influyen en el desarrollo turístico de la Comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo?	Establecer la influencia del desarrollo de productos y servicios turísticos en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.	El desarrollo de productos y servicios turísticos influyen significativamente en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.			
¿De qué manera la promoción y comunicación del destino influyen en el desarrollo turístico de la Comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo?	Determinar la influencia de la promoción y comunicación del destino en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.	La promoción y comunicación del destino influyen significativamente en el desarrollo turístico de la comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia Santiago de Calpi, provincia de Chimborazo.			

Elaborado por: Magaly Rojas

## Anexo 5: Carta de aceptación para la elaboración del proyecto de investigación

### COMUNIDAD SAN FRANCISCO DE CUNUGUACHAY

Parroquia Santiago de Calpi – Provincia de Chimborazo

San Francisco de Cunuguachay, 12 de marzo de 2018

Señores  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO  
Presente.-

De nuestra consideración:

Con un cordial y respetuoso saludo de quienes conformamos la Comunidad San Francisco de Cunuguachay, perteneciente a la Parroquia Santiago de Calpi, nos permitimos informar y certificar que la Ingeniera Magaly Elizabeth Rojas Calero con cédula de ciudadanía No. 0603304650, desarrollará su proyecto de investigación titulado: **GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD SAN FRANCISCO DE CUNUGUACHAY, PARROQUIA SANTIAGO DE CALPI, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.**

Es necesario recalcar que la Comunidad requiere de la realización del proyecto de investigación antes descrito, con la finalidad de que contribuya con el desarrollo de nuestro sector.

Particular que certificamos para los fines pertinentes.

Atentamente,

  
Sra. Marcela Majin  
PRESIDENTA DE LA ASOCIACIÓN  
DE TURISMO "QUILLA PACARI"  
Comunidad San Francisco de Cunuguachay



  
Sr. Juan Paca  
ADMINISTRADOR DEL C.T.C.  
"QUILLA PACARI"  
Comunidad San Francisco de Cunuguachay

**Anexo 6: Encuesta variable independiente: gestión**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**INSTITUTO DE POSGRADO**  
**MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE EN**  
**DESTINOS TURÍSTICOS**

TEMA DE LA INVESTIGACIÓN: **GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD SAN FRANCISCO DE CUNUGUACHAY, PARROQUIA SANTIAGO DE CALPI, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

CUESTIONARIO PARA: ASOCIACIÓN DE MUJERES CTC "QUILLA PACARI" - GESTIÓN

Formulario N° \_\_\_\_\_ Fecha de la encuesta: / \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_ /

**Encuestador:** Ing. Magaly Rojas

**OBJETIVO DE LA APLICACIÓN DE LA ENCUESTA**

Obtener información de la gestión realizada por la Comunidad San Francisco de Cunuguachay para el desarrollo turístico de la localidad.

**CONFIDENCIALIDAD**

Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y la investigadora se compromete a mantener la reserva del caso. La encuesta tendrá una duración de 10 minutos, se preguntará sobre: gestión, participación de actores turísticos, recursos turísticos y acciones que se lleva a cabo en la Comunidad "San Francisco de

**INFORMACIÓN**

[mrojas@unach.edu.ec](mailto:mrojas@unach.edu.ec)

**I. INFORMACIÓN ESPECÍFICA (GESTIÓN)**

**1. ¿El C.T.C. "Quilla Pacari" cuenta con una visión, misión y objetivos que guíen las acciones de la organización?**

- 1)  Si  
 2)  No

**2. ¿Con cuál de las siguientes herramientas de planificación cuenta el Centro de Turismo Comunitario?**

- 1)  Plan de trabajo  
 2)  Modelo de gestión  
 3)  Planificación territorial  
 4)  Ninguna Herramienta

**3. ¿Cuál de los siguientes actores turísticos, planifica o gestiona actividades turísticas en la Comunidad?**

- 1)  La Federación plurinacional de turismo comunitario del Ecuador (FEPTCE)
- 2)  La Corporación para el Desarrollo Comunitario en Chimborazo (CORTUCH)
- 3)  Academia: Universidades
- 4)  Ministerio de Turismo
- 5)  Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”
- 6)  ONGs
- 7)  Presidente de la Comunidad
- 8)  GAD Parroquial
- 9)  Independiente
- 10)  Ninguno de los anteriores

**4. ¿Cuál de las siguientes actividades se han realizado para conservar los recursos naturales con los que cuenta la Comunidad?**

- 1)  Reducir el consumo diario de agua
- 2)  Reutilizar los envases de vidrio o lata para actividades como sembrar plantas.
- 3)  Reciclar la basura en orgánica e inorgánica
- 4)  Sembrar plantas nativas

**5. ¿Cuál de las siguientes actividades se han realizado para conservar los recursos culturales con los que cuenta la Comunidad?**

- 1)  Práctica de juegos tradicionales
- 2)  Práctica de la lengua materna
- 3)  Utilización de la vestimenta típica
- 4)  Práctica agrícola ancestral

**6. ¿En qué aspectos, la actividad turística ha generado un mayor desarrollo social o económico?**

- 1)  Educación, a través de talleres de capacitación
- 2)  Seguridad ciudadana
- 3)  Disminución de la migración
- 4)  Incremento de recursos económicos
- 5)  Incremento de fuentes de empleo
- 6)  Disminución de la pobreza

**7. ¿Conoce los atractivos turísticos con los que cuenta la Comunidad San Francisco de Cunuguachay?**

- 1)  Si ¿ Cuáles? \_\_\_\_\_
- 2)  No

**8. ¿Cuál de los siguientes productos y servicios turísticos que oferta la Comunidad, tiene mayor acogida?**

- 1)  Recorrido guiado a los atractivos turísticos
- 2)  Recorrido autoguiado a los atractivos turísticos
- 3)  Convivencia con la gente de la Comunidad
- 4)  Fiestas tradicionales

- 5)  Hospedaje
- 6)  Alimentación
- 7)  Venta de artesanías
- 8)  Producción de conservas

**9. ¿Qué tipo de turistas son los que más visitan la Comunidad San Francisco de Cunuguachay y su C.T.C. “Quilla Pacari”?**

- 1)  Nacionales
- 2)  Extranjeros

**10. El C.T.C. “Quilla Pacari”, ¿cuenta con una imagen corporativa que le permita estar en la mente del consumidor (turista)?**

- 1)  Si
- 2)  No

**11. ¿Cuál de las siguientes estrategias de promoción se utilizan para atraer mayor número de turistas?**

- 1)  Promoción en redes sociales
- 2)  Promoción a través de la Página Web
- 3)  Trípticos
- 4)  Ferias de turismo
- 5)  Correo electrónico
- 6)  Llamadas telefónicas
- 7)  Boca a boca
- 8)  Alianzas con instituciones
- 9)  Ninguna de las anteriores

**12. ¿Cuál es el presupuesto que se asigna de forma mensual para promocionar los atractivos turísticos de la Comunidad?**

- 1)  50 – 100 dólares
- 2)  101 – 151 dólares
- 3)  152 – 202 dólares
- 4)  Más de 202 dólares

**13. ¿Cuál de los siguientes medios de comunicación se utilizan para generar promoción y publicidad turística?**

- 1)  Redes sociales
- 2)  Página Web
- 3)  Correo electrónico
- 6)  Llamadas telefónicas
- 7)  Boca a boca
- 9)  Ninguna de las anteriores

**Muchas gracias por su atención y ayuda.**

**Anexo 7: Encuesta variable dependiente: desarrollo turístico**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**INSTITUTO DE POSGRADO**  
**MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE**  
**EN DESTINOS TURÍSTICOS**

TEMA DE LA INVESTIGACIÓN: **GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD SAN FRANCISCO DE CUNUGUACHAY, PARROQUIA SANTIAGO DE CALPI, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

CUESTIONARIO PARA: POBLACIÓN LOCAL– DESARROLLO TURÍSTICO

Formulario N° \_\_\_\_\_ Fecha de la encuesta: /\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/

**Encuestador:** Ing. Magaly Rojas

**OBJETIVO DE LA APLICACIÓN DE LA ENCUESTA**

Obtener información del desarrollo turístico alcanzado por la Comunidad San Francisco de Cunuguachay.

**CONFIDENCIALIDAD**

Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos con ella son estrictamente confidenciales y la investigadora se compromete a mantener la reserva del caso. La encuesta tendrá una duración de 10 minutos, se preguntará en general sobre el desarrollo turístico, en la Comunidad “San Francisco de Cunuguachay”.

**INFORMACIÓN**

[mrojas@unach.edu.ec](mailto:mrojas@unach.edu.ec)

**g) INFORMACIÓN ESPECÍFICA (DESARROLLO TURÍSTICO)**

**1. ¿Cómo habitante la Comunidad San Francisco de Cunuguachay, está de acuerdo con el desarrollo de actividades turísticas en el sector?**

- 1)  Si  
 2)  No

**2. ¿Conoce los atractivos turísticos con los que cuenta la Comunidad San Francisco de Cunuguachay?**

- 1)  Si ¿ Cuáles? \_\_\_\_\_  
 2)  No

**3. ¿Considera usted que el monto mensual que ingresa al C.T.C. “Quilla Pacari”, por concepto de actividad turística es?**

- 1)  Excelente
- 2)  Muy Bueno
- 3)  Bueno
- 4)  Regular
- 5)  Malo

**4. ¿Cómo califica usted la afluencia de turistas a la Comunidad San Francisco de Cunuguachay?**

- 1)  Excelente
- 2)  Muy Bueno
- 3)  Bueno
- 4)  Regular
- 5)  Malo

**5. ¿Considera usted que con el desarrollo de la actividad turística se han creado fuentes de empleo para la población local?**

- 1)  Si
- 2)  No
- 3)  No sabe

**6. ¿Qué número de familias cree usted que se benefician con el desarrollo de la actividad turística en la localidad?**

- 1)  De 10 a 20 familias
- 2)  De 21 a 31 familias
- 3)  De 31 a 41 familias
- 4)  De 41 a 51 familias
- 5)  Más de 51 familias
- 6)  Otro \_\_\_\_\_

**7. ¿Cómo habitante de la Comunidad San Francisco de Cunuguachay, ha sido invitado a recibir algún curso de capacitación referente al tema turístico?**

- 1)  Si
- 2)  No

**8. ¿Con el desarrollo de la actividad turística en el sector, en que aspectos considera usted que ha mejorado la calidad de vida de los pobladores?**

- 1)  Salud
- 2)  Educación
- 3)  Vías de acceso
- 4)  Ingresos económicos
- 5)  Fuentes de empleo
- 6)  Ninguno de los anteriores

9. **¿La actividad turística que se desarrolla en el sector, ha contribuido en el desarrollo de proyectos sociales que beneficien a la población en general?**
- 1)  Si
  - 2)  No
10. **¿Han recibido capacitación en temas relacionados al ambiente?**
- 1)  Si
  - 2)  No
11. **¿Cuál de las siguientes acciones, se realizan en la Comunidad, con la finalidad de cuidar el ambiente?**
- 1)  Manejo adecuado de desechos
  - 2)  Reciclaje
  - 3)  Plantas de especies nativas
  - 4)  Conservación de páramos
  - 5)  Conservación de flora y fauna
  - 6)  Cuidado de las fuentes de agua
  - 7)  Ninguno de los anteriores
  - 8)  Otras \_\_\_\_\_
12. **¿Cuál de las siguientes actividades se practican en la Comunidad, como parte del fortalecimiento de la identidad cultural?**
- 1)  Juegos tradicionales
  - 2)  Medicina alternativa-tradicional
  - 3)  Participación en festividades locales
  - 4)  Conservación del patrimonio cultural tangible e intangible
  - 5)  Práctica de la lengua nativa
  - 6)  Producción y prácticas agrícolas ancestrales
  - 7)  Ninguno de los anteriores
13. **¿Los saberes ancestrales son transmitidos de generación en generación, hasta la actualidad?**
- 1)  Si
  - 2)  No

**Muchas gracias por su atención y ayuda.**

## Anexo 8: Validación del instrumento de la variable independiente: gestión



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**INSTITUTO DE POSGRADO**  
**MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE**  
**EN DESTINOS TURÍSTICOS**

**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Apellidos y nombres del experto: Mgs. Franklin Quishpe

Título grados

PhD	( )
Doctor	( )
Magister	(x)
Licenciado	( )
Ingeniero	( )

Universidad en la que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 18 DE ABRIL DE 2019

**TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD SAN FRANCISCO DE CUNUGUACHAY,  
 PARROQUIA SANTIAGO DE CALPI, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

**El instrumento de medición, pertenece a la variable independiente (Gestión)**

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Así mismo lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre las inteligencias múltiples.

ÍTEM	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	/		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	/		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	/		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	/		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	/		
6	¿La relación de las preguntas tiene una relación coherente?	/		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	/		
8	¿El diseño de instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	/		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	/		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población de sujeto de estudio?	/		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	/		
	<b>Total</b>	11		

**SUGERENCIAS**

Firma del experto (a):



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**INSTITUTO DE POSGRADO**  
**MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE**  
**EN DESTINOS TURÍSTICOS**

**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Apellidos y nombres del experto: Mgs. Margoth Cali

Título grados

PhD	( )
Doctor	( )
Magister	(✓)
Licenciado	( )
Ingeniero	( )

Universidad en la que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 18 de Abril de 2019.

**TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD SAN FRANCISCO DE CUNUGUACHAY,  
 PARROQUIA SANTIAGO DE CALPI, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

**El instrumento de medición, pertenece a la variable independiente (Gestión)**

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Así mismo lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre las inteligencias múltiples.

ÍTEM	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	✓		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	✓		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	✓		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	✓		
6	¿La relación de las preguntas tiene una relación coherente?	✓		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
8	¿El diseño de instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	✓		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población de sujeto de estudio?	✓		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	✓		
	<b>Total</b>	11		

**SUGERENCIAS**

Firma del experto (a):



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**INSTITUTO DE POSGRADO**  
**MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE**  
**EN DESTINOS TURÍSTICOS**

**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Apellidos y nombres del experto: Mgs. Patricio Flor

Título grados

PhD	( )
Doctor	( )
Magister	(✓)
Licenciado	( )
Ingeniero	( )

Universidad en la que labora: Universidad Nacional de Chimborazo

Fecha: 25 Abril 2019

**TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD SAN FRANCISCO DE CUNUGUACHAY,  
 PARROQUIA SANTIAGO DE CALPI, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

**El instrumento de medición, pertenece a la variable independiente (Gestión)**

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Así mismo lo exhortamos en la corrección de los items, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre las inteligencias múltiples.

ÍTEM	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	✓		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	✓		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	✓		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	✓		
6	¿La relación de las preguntas tiene una relación coherente?	✓		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
8	¿El diseño de instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	✓		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población de sujeto de estudio?	✓		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	✓		
	<b>Total</b>	<b>11</b>		

**SUGERENCIAS**

---

Firma del experto (a):

Patricio Flor

## Anexo 9: Validación del instrumento de la variable dependiente: desarrollo turístico



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**INSTITUTO DE POSGRADO**  
**MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE**  
**EN DESTINOS TURÍSTICOS**

**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Apellidos y nombres del experto: Mgs. Franklin Quishpe

Título grados

PhD	( )
Doctor	( )
Magister	(✓)
Licenciado	( )
Ingeniero	( )

Universidad en la que labora: Universidad Nacional De Chimborazo

Fecha: 18.08.2019

**TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD SAN FRANCISCO DE CUNUGUACHAY,  
 PARROQUIA SANTIAGO DE CALPI, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

**El instrumento de medición, pertenece a la variable dependiente (Desarrollo Turístico)**

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Así mismo lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre las inteligencias múltiples.

ÍTEM	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	✓		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	✓		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	✓		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	✓		
6	¿La relación de las preguntas tiene una relación coherente?	✓		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
8	¿El diseño de instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	✓		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población de sujeto de estudio?	✓		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	✓		
<b>Total</b>		11		

**SUGERENCIAS**

Firma del experto (a):



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**INSTITUTO DE POSGRADO**  
**MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE**  
**EN DESTINOS TURÍSTICOS**

**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Apellidos y nombres del experto: Mgs. Margoth Cali

Título grados

PhD	( )
Doctor	( )
Magister	(✓)
Licenciado	( )
Ingeniero	( )

Universidad en la que labora: Universidad Nacional De Chimborazo

Fecha: 18 de Abril de 2019

**TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD SAN FRANCISCO DE CUNUGUACHAY,  
 PARROQUIA SANTIAGO DE CALPI, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

**El instrumento de medición, pertenece a la variable dependiente (Desarrollo Turístico)**

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Así mismo lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre las inteligencias múltiples.

ÍTEM	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	✓		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	✓		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	✓		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	✓		
6	¿La relación de las preguntas tiene una relación coherente?	✓		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
8	¿El diseño de instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	✓		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población de sujeto de estudio?	✓		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	✓		
	<b>Total</b>	11		

**SUGERENCIAS**

---

Firma del experto (a):

*Margoth Cali Pezuela*



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**INSTITUTO DE POSGRADO**  
**MAESTRÍA EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE**  
**EN DESTINOS TURÍSTICOS**

**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Apellidos y nombres del experto: Mgs. Patricio Flor

Título grados

PhD	( )
Doctor	( )
Magister	(✓)
Licenciado	( )
Ingeniero	( )

Universidad en la que labora: Universidad Nacional De Chimborazo

Fecha: 25 Abril 2019

**TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD SAN FRANCISCO DE CUNUGUACHAY,  
 PARROQUIA SANTIAGO DE CALPI, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

**El instrumento de medición, pertenece a la variable dependiente (Desarrollo Turístico)**

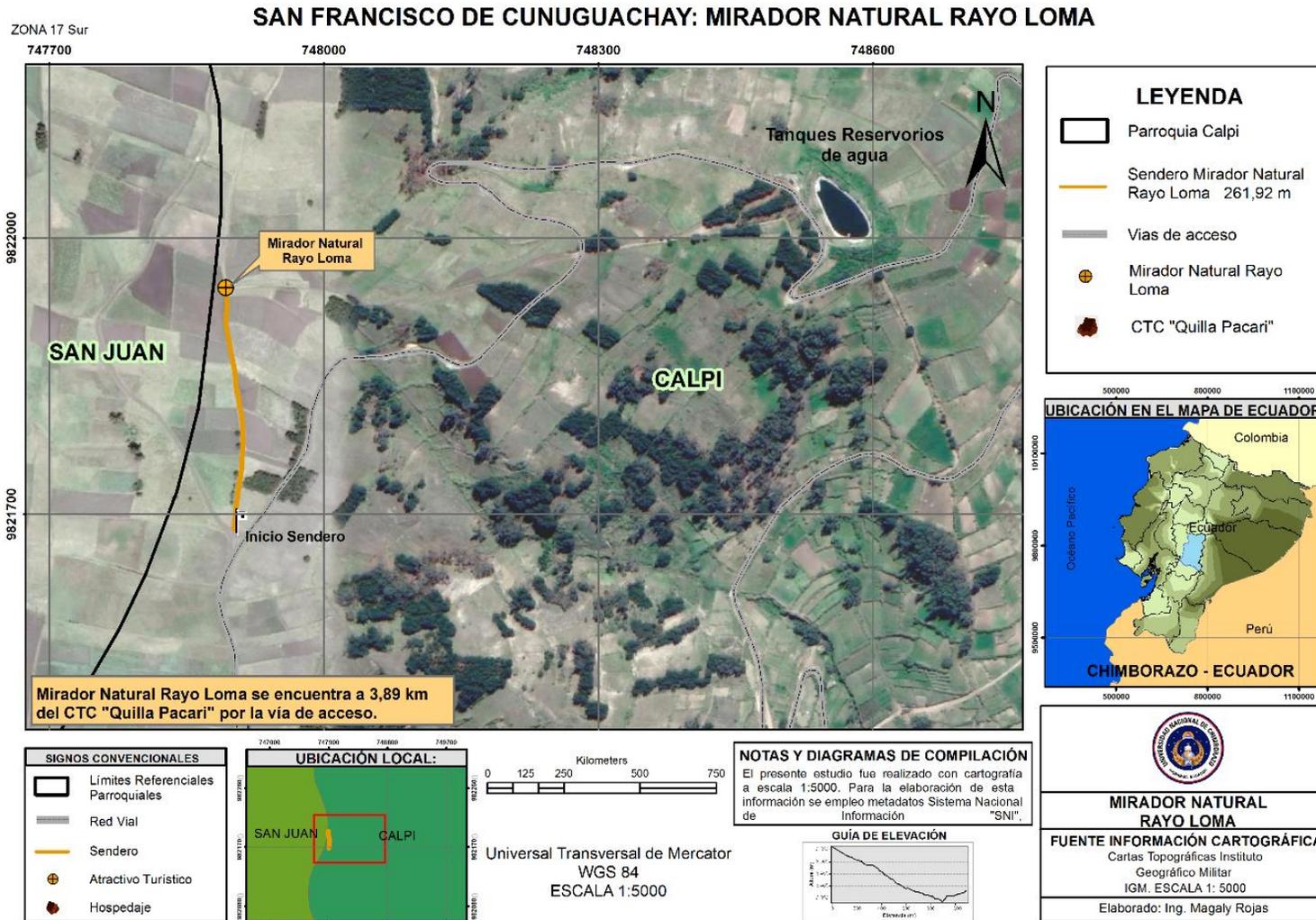
Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Así mismo lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre las inteligencias múltiples.

ÍTEM	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	✓		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	✓		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	✓		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	✓		
6	¿La relación de las preguntas tiene una relación coherente?	✓		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
8	¿El diseño de instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	✓		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población de sujeto de estudio?	✓		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	✓		
	<b>Total</b>	11		

**SUGERENCIAS**

Firma del experto (a):

Anexo 10: Georreferenciación de los senderos interpretativos



### SAN FRANCISCO DE CUNUGUACHAY: YURAK RUMI

ZONA 17 Sur  
747700

748000

748300

748600

9822000  
9821700



Yurak Rumi se encuentra a 3,68 km del CTC "Quilla Pacari" por la vía de acceso.

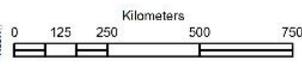
#### LEYENDA

- Parroquia Calpi
- Sendero Yurak Rumi 361,89 m
- Vías de acceso
- Yurak Rumi
- CTC "Quilla Pacari"



#### SIGNOS CONVENCIONALES

- Límites Referenciales Parroquiales
- Red Vial
- Sendero
- Atractivo Turístico
- Hospedaje



Universal Transversal de Mercator  
WGS 84  
ESCALA 1:5000

#### NOTAS Y DIAGRAMAS DE COMPILACIÓN

El presente estudio fue realizado con cartografía a escala 1:5000. Para la elaboración de esta información se empleo metadatos Sistema Nacional de Información "SNI".



#### YURAK RUMI

FUENTE INFORMACIÓN CARTOGRÁFICA  
Cartas Topográficas Instituto Geográfico Militar  
IGM. ESCALA 1: 5000  
Elaborado: Ing. Magaly Rojas

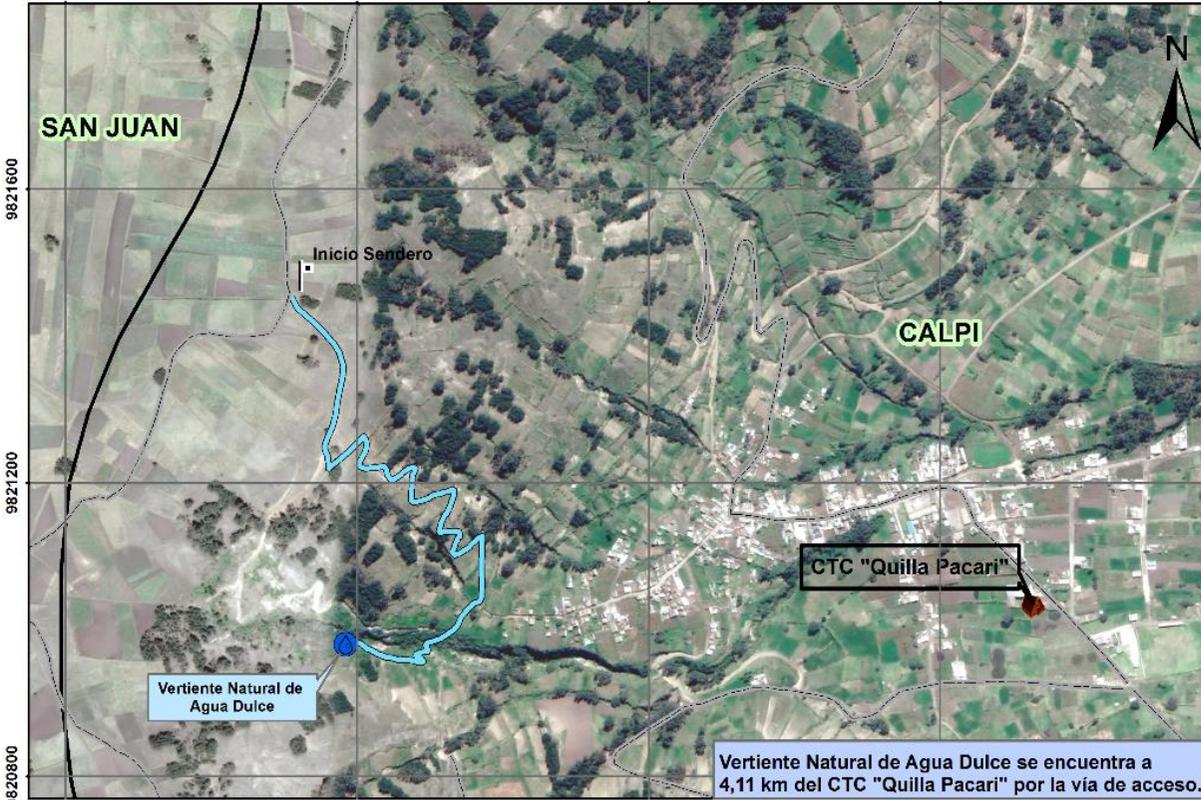
### SAN FRANCISCO DE CUNUGUACHAY: VERTIENTE NATURAL DE AGUA DULCE

ZONA 17 Sur  
747600

748000

748400

748800



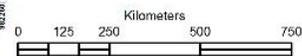
#### LEYENDA

- Parroquia Calpi
- Sendero Vertiente Natural Agua Dulce 1.09 km
- Vías de acceso
- Vertiente Natural de Agua Dulce
- CTC "Quilla Pacari"



#### SIGNOS CONVENCIONALES

- Límites Referenciales Parroquiales
- Red Vial
- Sendero
- Atractivo Turístico
- Hospedaje



Universal Transversal de Mercator  
WGS 84  
ESCALA 1:7500

#### NOTAS Y DIAGRAMAS DE COMPILACIÓN

El presente estudio fue realizado con cartografía a escala 1:7500. Para la elaboración de esta información se empleo metadatos Sistema Nacional de Información "SNI".



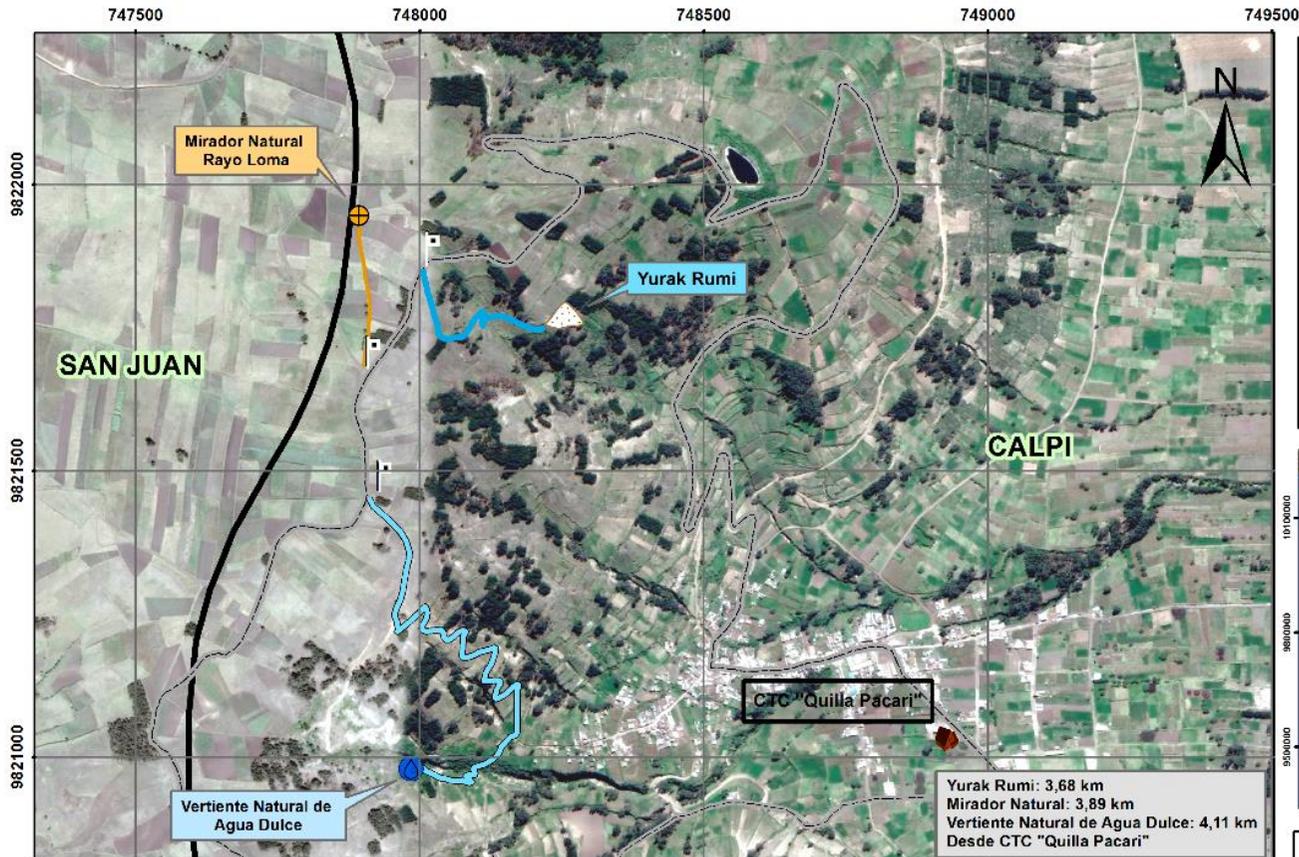
#### VERTIENTE NATURAL DE AGUA DULCE

FUENTE INFORMACIÓN CARTOGRÁFICA  
Cartas Topográficas Instituto Geográfico Militar  
IGM. ESCALA 1: 7500

Elaborado: Ing. Magaly Rojas

# SAN FRANCISCO DE CUNUGUACHAY

ZONA 17 Sur



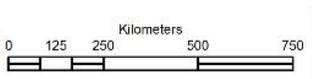
### LEYENDA

- Parroquia Calpi
- Sendero Yurak Rumi 381,89 m
- Sendero Mirador Natural Rayo Loma 261,92 m
- Sendero Vertiente Natural Agua Dulce 1.09 km
- Vías de acceso
- Yurak Rumi
- Mirador Natural Rayo Loma
- Vertiente Natural de Agua Dulce
- CTC "Quilla Pacari"



### SIGNOS CONVENCIONALES

- Límites Referenciales Parroquiales
- Red Vial
- Sendero
- Atractivo Turístico
- Hospedaje



Universal Transversal de Mercator  
WGS 84  
ESCALA 1:10000

### NOTAS Y DIAGRAMAS DE COMPILACIÓN

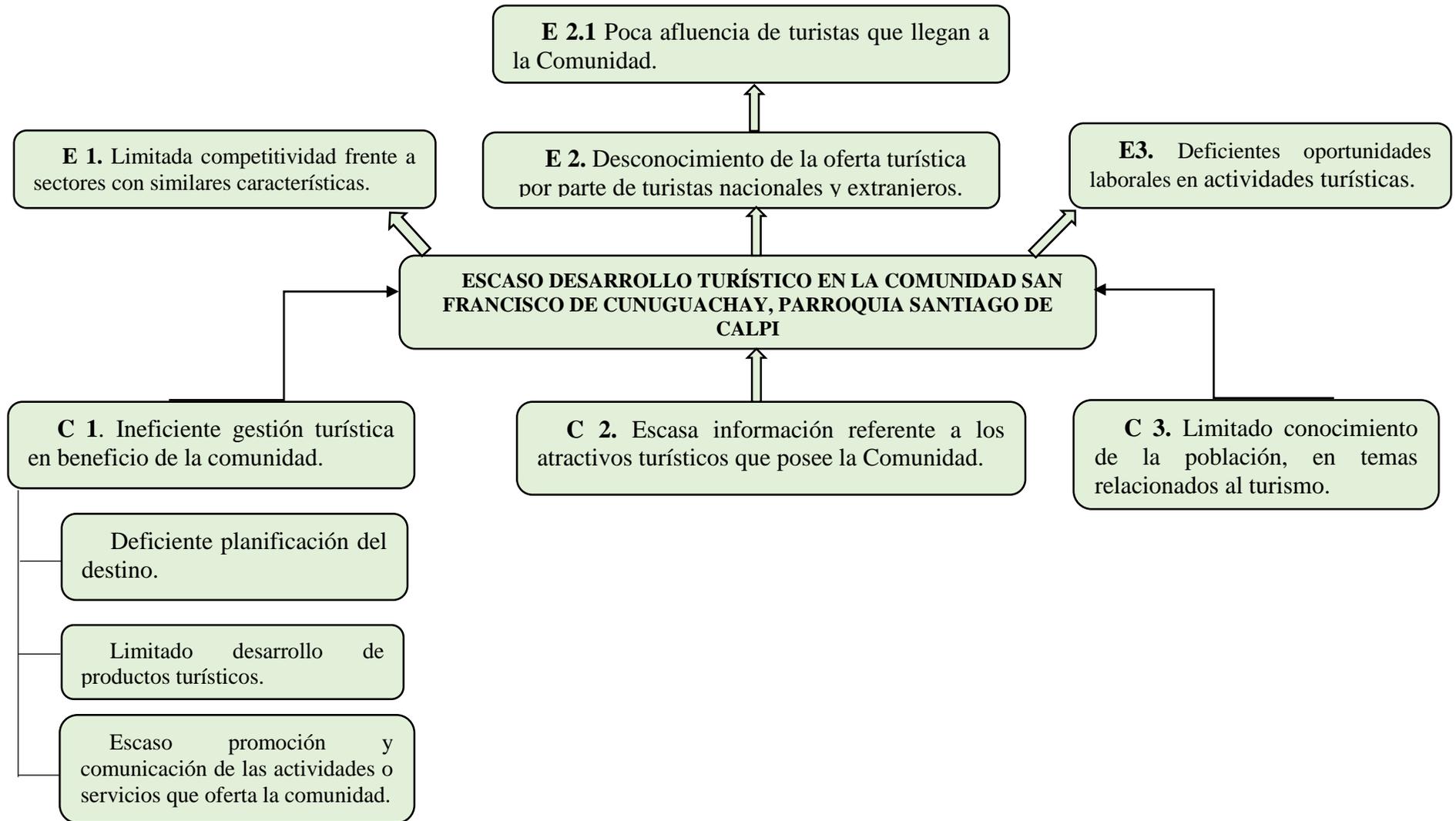
El presente estudio fue realizado con cartografía a escala 1:10000. Para la elaboración de esta información se empleó metadatos Sistema Nacional de Información "SNI".



### RECORRIDO INTEGRADO

**FUENTE INFORMACIÓN CARTOGRÁFICA**  
 Cartas Topográficas Instituto Geográfico Militar  
 IGM. ESCALA 1: 10000  
 Elaborado: Ing. Magaly Rojas

**Anexo 11: Árbol de problemas**



Elaborado por: Magaly Rojas 2019

**Anexo 12: Matriz FODA**


---

**COMUNIDAD SAN FRANCISCO DE CUNUGUACHAY**


---

**ASPECTOS INTERNOS****ASPECTOS EXTERNOS****FORTALEZAS****OPORTUNIDADES**

Oferta (recursos naturales y culturales)  
 Demanda (flujo mínimo de turistas)  
 Infraestructura turística  
 Vías de acceso de primer orden  
 Transporte disponible (bus, taxi, camionetas)  
 Servicios básicos (agua, luz, telefonía móvil y celular)  
 Contribución de turistas internacionales, que realizan sus pasantías en la Comunidad  
 Asociación dedicada a la actividad turística  
 Conservación de costumbres y tradiciones

Acceso a la tecnología  
 Vocación para emprender en actividades turísticas comunitarias  
 Seguridad  
 Ubicación cercana a la cabecera parroquial y cantonal.  
 Proyectos comunitarios (Elaboración de conservas)  
 Estructura organizativa en la Asociación de Mujeres "Quilla Pacari".  
 Trabajo en equipo  
 Elaboración de trabajos de investigación, por parte de los estudiantes de las Instituciones de Educación Superior locales y nacionales.  
 Micro empresa de elaboración de mermeladas

**DEBILIDADES****AMENAZAS**

Escasa promoción y comunicación del destino  
 Inexistencia de imagen corporativa  
 Inexistencia de convenios con agencias de viajes  
 Escasa capacitación en temas turísticos para la población local  
 Escasa conservación de los atractivos turísticos naturales  
 Inexistencia de personal técnico en el área de turismo  
 Inexistentes métodos para conocer la calidad del servicio y satisfacción de clientes.  
 Escaso mantenimiento que se les da a los senderos  
 Escasa variedad en la elaboración de artesanías.

Condiciones climáticas que dificulten el acceso a los atractivos turísticos.  
 Condiciones climáticas que destruyan los senderos  
 Desconocimiento de la población del potencial turístico de la Comunidad.  
 Inexistente de asignación de presupuesto para promoción turística.  
 Deficiente gestión turística local  
 Escaso apoyo de las entidades públicas  
 Desarticulación entre los actores turísticos en la Comunidad  
 Cambio constante de directiva.  
 Limitado desarrollo de productos turísticos