



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO

Servicios turísticos en el Turismo comunitario, de la parroquia Cacha, cantón
Riobamba.

**Trabajo de titulación para optar al título de
Licenciada en Turismo**

Autora:

Unaicho Alomoto, Blanca Patricia

Tutora:

Mgs. Andrea Margarita Garrido Patrel

Riobamba, Ecuador. 2024

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Blanca Patricia Unaicho Alomoto, con cédula de ciudadanía 050399105-1, autor (a) del trabajo de investigación titulado: **“SERVICIOS TURÍSTICOS EN EL TURISMO COMUNITARIO DE LA PARROQUIA CACHA, CANTÓN RIOBAMBA”**, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mi exclusiva responsabilidad.

Así mismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 16 de abril de 2024.




Blanca Patricia Unaicho Alomoto

C.I: 0503991051

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Mgs. Andrea Margarita Garrido Patrel catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias políticas y administrativas, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: **“SERVICIOS TURÍSTICOS EN EL TURISMO COMUNITARIO DE LA PARROQUIA CACHA, CANTÓN RIOBAMBA”**, bajo la autoría de Blanca Patricia Unaicho Alomoto; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 16 días del mes de abril de 2024.



Mgs. Andrea Margarita Garrido Patrel

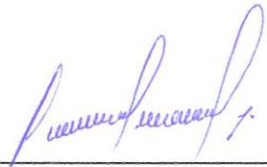
C.I:0603817842

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación “SERVICIOS TURÍSTICOS EN EL TURISMO COMUNITARIO DE LA PARROQUIA CACHA, CANTÓN RIOBAMBA”, presentado por Blanca Patricia Unaicho Alomoto, con cédula de identidad número 0503991051, bajo la tutoría de Mgs. Andrea Margarita Garrido Patrel; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba 16 de abril de 2024 de su presentación.

Paula Moreno, Mgs.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



Daniel Guerrero, Phd.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Henry Villa, Mgs.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



CERTIFICADO ANTI-PLAGIO



Dirección
Académica
VICERRECTORADO ACADÉMICO



UNACH-RGF-01-04-08.15
VERSIÓN 01: 06-09-2021

CERTIFICACIÓN

Que, **Unaicho Alomoto Blanca Patricia** con CC: 0503991051, estudiante de la Carrera de Turismo, Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**Servicios turísticos en el Turismo comunitario, de la parroquia Cacha, cantón Riobamba**", cumple con el **6%**, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **TURNITIN**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente, autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 8 de abril de 2024



Firmado electrónicamente por:
**ANDREA MARGARITA
GARRIDO PATREL**

Mgs. Andrea Garrido
TUTOR(A)

DEDICATORIA

A mis padres, ya que son el pilar fundamental en mi vida y que este logro no es solo mío, sino el resultado de su apoyo, su confianza y su sacrificio constante, para ellos por ser mi más grande motivo y soporte.

A mis hermanos/as y cuñados/as quienes de una u otra manera me brindaron todo su apoyo y confiaron en que lo lograría, especialmente a mi hermana Mary por ser mi ejemplo y admiración para seguir, por ser mi guía en cada paso de mi vida.

Finalmente dedico este proyecto a todas las personas quienes me apoyaron en este proceso.

Blanca Patricia Unaicho Alomoto

AGRADECIMIENTO

En primera instancia, quiero agradecer a Dios por brindarme salud, por llenarme de conocimientos y sabidurías para enfrentarme a este gran reto de culminar con mi carrera universitaria.

A mis padres, Lorenzo Unaicho & Rosa Alomoto, por ese apoyo económico y emocional, por la confianza incondicional que me brindaron, un profundo agradecimiento ya que sin ustedes no lo hubiese logrado, agradezco infinitamente por ese gran esfuerzo que hicieron para que yo pueda lograr esta meta.

A mis hermanos/as y cuñados/as, un Dios le pague por haber sido un gran apoyo en este proceso de victoria.

A la Universidad Nacional de Chimborazo por la oportunidad brindada de estudiar en tal prestigiosa institución, a los docentes por impartir de sus conocimientos, experiencias no solo académico sino sobre muchos valores en esta vida llamada universidad.

Blanca Patricia Unaicho

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA	
DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR	
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL	
CERTIFICADO ANTI-PLAGIO.....	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
ÍNDICE GENERAL	
ÍNDICE DE TABLAS	
ÍNDICE DE FIGURAS.....	
RESUMEN	
ABSTRACT.....	
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	16
1.1. Antecedentes de la investigación	17
1.2. Planteamiento del problema.....	18
1.3. Justificación	19
1.3.1. Justificación teórica	19
1.3.2. Justificación práctica.....	19
1.3.3. Justificación metodológica.....	19
1.4. Objetivos	19
1.4.1. Objetivo general.....	19
1.4.2. Objetivos específicos	19
1.5. Hipótesis	20
1.5.1. Hipótesis General.....	20
1.5.2. Hipótesis Específicas	20
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	21

2.1. Estado del arte.....	21
2.1.1. Estado del arte variable independiente – Servicios turísticos	21
2.1.2. Estado del arte Variable Dependiente – Turismo comunitario.....	21
2.2. Bases teóricas.....	22
2.2.1. Bases teóricas - Variable independiente	22
2.2.2. Bases teóricas - Variable dependiente	25
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	27
3.1. Tipo de investigación.....	27
3.1.1. Cuantitativo.....	27
3.1.2. De campo	27
3.1.3. Descriptiva	27
3.2. Diseño de investigación	28
3.1.2. Correlacional.....	28
3.3. Técnica e Instrumentos	28
3.3.1. Técnica.....	28
3.3.2. Instrumentos.....	28
3.4. Población de estudio y Tamaño de muestra.....	29
3.5. Tamaño de muestra	29
3.6. Validez y confiabilidad de los instrumentos	30
3.6.2.1. Alfa de Cronbach - Variable independiente.....	30
3.6.2.2. Alfa de Cronbach - Variable dependiente.....	31
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	32
4.1. Análisis e interpretación de resultados	32
4.1.1. Interpretación de resultados – Variable Independiente, Servicios turísticos	32
4.1.2. Interpretación de resultados – Variable Dependiente, Turismo comunitario	36
3.7. Hipótesis	40
3.7.1. Hipótesis general.....	41

3.7.2. Hipótesis específica 1	42
3.7.3. Hipótesis específica 2	43
3.7.4. Hipótesis específica 3	44
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	45
5.1. Conclusiones.....	45
5.2. Recomendaciones	45
CAPÍTULO VI. PROPUESTA.....	46
6.1. Título de la propuesta.....	46
6.2. Objetivos de la propuesta.....	46
6.3. Introducción	46
6.4. Justificación	46
6.4. Diagnostico situacional de la parroquia Cacha.	47
6.5. Desarrollo de la propuesta	54
BIBLIOGRAFÍA	61
ANEXOS	65
Anexo 1. Árbol de problemas	65
Anexo 2. Matriz de operalización de variables.....	66
Anexo 3. Matriz de consistencia.....	69
Anexo 4. Instrumentos de evaluación.....	71
Anexo 5. Resultados de las encuestas aplicadas – Servicios turísticos	75
Anexo 6. Resultados de las encuestas aplicadas – Turismo comunitario	87
Anexo 7. Evidencias de las encuestas aplicadas en la parroquia Cacha	99

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Tamaño de muestra Variable independiente – Servicios turísticos	29
Tabla 2	Estadísticas de Fiabilidad - Servicios turísticos	30
Tabla 3	Estadísticas de Fiabilidad - Turismo comunitario	31
Tabla 4	Interpretación de resultados - Servicios turísticos	32
Tabla 5	Interpretación de resultados – Turismo comunitario	36
Tabla 6	Hipótesis general.....	41
Tabla 7	Hipótesis específica 1	42
Tabla 8	Hipótesis específica 2	43
Tabla 9	Hipótesis específica 3	44
Tabla 10	Flora de la parroquia Cacha	50
Tabla 11	Fauna de la parroquia Cacha.....	51
Tabla 12	Diagnóstico FODA	55
Tabla 13	Matriz de estrategias de cambio.....	56
Tabla 14	Programa de capacitación 1	57
Tabla 15	Programa de capacitación 2	59
Tabla 16	Programa de capacitación 3	60
Tabla 17	Matriz de operalización de variables	66
Tabla 18	Matriz de consistencia.....	69
Tabla 19	Género.....	75
Tabla 20	Edad	76
Tabla 21	Nivel de instrucción	77
Tabla 22	Procedimiento	78
Tabla 23	Herramientas	79
Tabla 24	Objetivos.....	80
Tabla 25	Oferta local.....	81
Tabla 26	Precios.....	82
Tabla 27	Perfil de los turistas.....	83
Tabla 28	Atractivos turísticos	84
Tabla 29	Instalaciones.....	85
Tabla 30	Servicios y actividades.....	86
Tabla 31	Género.....	87
Tabla 32	Edad	88

Tabla 33 Nivel de instrucción	89
Tabla 34 Visitantes.....	90
Tabla 35 Recursos naturales	91
Tabla 36 Bienes y servicios	92
Tabla 37 Actividades recreacionales.....	93
Tabla 38 Servicios.....	94
Tabla 39 Tipos de turistas	95
Tabla 40 Visitantes.....	96
Tabla 41 Sitio.....	97
Tabla 42 Actividades turísticas	98

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ubicación geográfica.....	47
Figura 2 Componente político administrativo de la parroquia Cacha	53
Figura 3 Estructura orgánica.....	54
Figura 4 Género	75
Figura 5 Edad.....	76
Figura 6 Nivel de instrucción.....	77
Figura 7 Procedimiento.....	78
Figura 8 Herramientas	79
Figura 9 Objetivos	80
Figura 10 Oferta local	81
Figura 11 Precios	82
Figura 12 Perfil de los turistas	83
Figura 13 Atractivos turísticos.....	84
Figura 14 Instalaciones	85
Figura 15 Servicios y actividades	86
Figura 16 Género	87
Figura 17 Edad.....	88
Figura 18 Nivel de instrucción.....	89
Figura 19 Visitantes	90
Figura 20 Recursos naturales	91
Figura 21 Bienes y servicios.....	92
Figura 22 Actividades recreacionales	93
Figura 23 Tipos de turistas.....	94
Figura 24 Tipos de turistas.....	95
Figura 25 Visitantes	96
Figura 26 Sitio	97
Figura 27 Actividades turísticas	98
Figura 28 Evidencias de las encuestas aplicadas en la parroquia Cacha	99

RESUMEN

La investigación “Servicios turísticos en el turismo comunitario, de la parroquia Cacha, cantón Riobamba” tiene por objetivo, analizar la relación de los servicios turísticos con el turismo comunitario, puesto que contribuye al desarrollo sostenible, promueve la conservación cultural y patrimonial, empodera a las comunidades locales, creando oportunidades económicas equitativas en beneficio de todas las partes involucradas. Se aplicó una metodología no experimental, transversal y correlacional para relacionar las variables; a través de la investigación documental, descriptiva se recolectó información de distintas fuentes bibliográficas, además con la investigación de campo, se aplicó encuestas a los prestadores de servicios turísticos y a los turistas que visitan la parroquia, por medio de indicadores e ítems con 9 preguntas en escala de Likert. Mediante el programa SPSS versión 23, se comprobó la confiabilidad de los instrumentos, la interpretación de tablas y graficas de los resultados de las encuestas aplicadas, para finalizar con la comprobación de hipótesis. En base a los resultados arrojados, conclusiones, recomendaciones se procedió al diseño de una propuesta que beneficie a las autoridades del G.A.D.P Cacha, la población y los turistas que visitan la misma, para lograr eficientes servicios turísticos en el turismo comunitario.

Palabras claves: Servicios, oferta, turismo comunitario, capacitaciones, estrategias.

ABSTRACT

The research “Tourist services in community tourism, in the Cacha parish, Riobamba canton” aims to analyze the relationship between tourist services and community tourism, since it contributes to sustainable development, promotes cultural and heritage conservation, empowers local communities, creating equitable economic opportunities. for the benefit of all parties involved. A non-experimental, transversal, and correlational methodology was applied to relate the variables; Through descriptive documentary research, information was collected from different bibliographic sources. In addition, with the field research, surveys were applied to tourism service providers and tourists who visit the parish, through indicators and items with 9 questions on a Likert scale. Using the SPSS version 23 program, the reliability of the instruments, the interpretation of tables and graphs of the results of the surveys applied, were checked, to conclude with the verification of hypotheses. Based on the results, conclusions and recommendations, a proposal was designed that helps the G.A.D.P Cacha authorities, the population and the tourists who visit it to achieve efficient tourist services in community tourism.

Keywords: *Services, offer, community tourism, training, strategies.*



Reviewed by:

Mgs. Jessica María Guaranga Lema

ENGLISH PROFESSOR

C.C. 0606012607

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

La parroquia Cacha se encuentra ubicada en la provincia de Chimborazo, cantón Riobamba a 11 Km de la ciudad, en donde el turismo comunitario es considerado como una nueva tendencia turística que promueve al desarrollo económico, sostenible, además la conservación cultural, patrimonial. “La parroquia Cacha, asientos de los reyes Duchisela, hombres grades como Calicuchima, Cacha & Pacha, es conocida como la cuna de nuestra nacionalidad ecuatoriana (Agualsaca, 2016).

El objetivo del desarrollo de esta investigación fue analizar la relación de los servicios turísticos con el turismo comunitario de la parroquia Cacha, el principal problema que se encontró fue los deficientes servicios turísticos. Para dar solución a la problemática se aplicó una metodología no experimental, transversal y correlacional para relacionar las variables; a través de la investigación documental, descriptiva y de campo, donde se recolectó información de distintas fuentes bibliográficas, esta investigación beneficio a las autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Cacha (GADP), a la población y a los turistas que lo visitan. De este modo el trabajo de investigación se desarrolló de la siguiente manera:

Capítulo I, aborda la introducción en donde se dio a conocer la relevancia del tema de investigación, además se detalló los antecedentes con cada una de las variables de estudio que se desarrolló.

Capítulo II, detalla el marco teórico en donde se describe el estado del arte y las bases teóricas de las variables “servicios turísticos” & “turismo comunitario” en donde se da a conocer definiciones actualizadas por diversos autores a fin de mantener una teoría clara a la hora de exponer el tema de la investigación.

Capítulo III, hace énfasis a la metodología que se utilizó, al tipo y diseño de investigación, también se define una población con una muestra de estudio, para proceder a la recolección de datos mediante técnicas e instrumentos.

Capítulo IV, se interpretó los resultados de las encuestas aplicadas, en donde se hizo un análisis y se justificó los valores obtenidos durante la investigación de campo que se realizó en un determinado tiempo.

Capítulo V, se interpretó las conclusiones y recomendaciones de los resultados o hallazgos que se encontraron durante la recolección de datos de la investigación, respondiendo a los objetivos u hipótesis que se planteó desde un comienzo.

Capítulo VI, se diseñó una propuesta en beneficio de la parroquia Cacha.

Anexos, finalmente en este apartado se agregó el árbol de problemas, la matriz de operacionalización de variables, matriz de consistencia, tablas, gráficas y evidencias de las encuestas realizadas en el lugar donde se escogió desarrollar la investigación.

1.1. Antecedentes de la investigación

1.1.1. Antecedentes - Servicios turísticos

En la investigación *“Programa de capacitación dirigido a la Unión de Asociaciones de prestadores de servicios turísticos del cantón Playas, provincia del Guayas”* Álava (2013), menciona que los servicios turísticos son el proceso de capacitación en servicio y atención al cliente requiere de una cuidadosa planificación que se concrete en un desarrollo en correspondencia con las necesidades de la región, tales como las de los servidores turísticos, que no han evolucionado ni modificado con el tiempo, ni han tomado en cuenta los procesos de la modernización, tecnificación, organización o por diferentes factores que inciden directamente en el ejercicio de la profesión. Es ahí donde las autoridades locales deberían trabajar en conjunto, en pro de promover la profesionalización de estos servicios turísticos y de sus asociados.

Del mismo modo Macías (2017), en la investigación titulada *“Servicios turísticos y su incidencia en la satisfacción del turista que visita el recinto Puerto El Morro, provincia del Guayas”*, afirma que la influencia que tienen los servicios turísticos sobre la restauración es alta, ya que es uno de los principales servicios que los visitantes consumen, la gastronomía del lugar basada en productos de la zona atrae la atención del turista y aún más cuando su preparación es de forma tradicional o muchas veces por su extraña manera de combinar diferentes elementos que hacen que el turista visite la localidad.

Finalmente, en la investigación titulada: *“El turismo de aventura y los servicios turísticos en el cerro Teligote”* Proaño & Macías (2022), mencionan que los servicios turísticos tienen el propósito de facilitar la estancia de las personas en el atractivo turístico con la finalidad de producir prestaciones turísticas que satisfagan las necesidades del turista, posibilitar la accesibilidad a los espacios para mejorar el desplazamiento de las personas por el lugar que permita el disfrute de los bienes turísticos en espacios donde la actividad turística debe cubrir diferentes servicios como: servicios de alojamiento (facilitan la estadía del turista), servicios de alimentos y bebidas (cubrir una de las principales necesidades fisiológicas en los visitantes) y servicios de transporte (facilitar el desplazamiento); la oferta turística en las montañas crea en las personas un contacto directo entre el ser humano y la naturaleza y a su vez garantiza la interacción con la flora y fauna propia del lugar, la generación de servicios turísticos ayuda a diversificar la economía de la comunidad gracias al turismo local.

1.1.2. Antecedentes - Turismo comunitario

Según Montalvo (2011), en su investigación denominada *“El turismo comunitario como alternativa sustentable de desarrollo para tres comunidades kichwa del Alto Napo de la región Amazónica Ecuatoriana”*, menciona que un análisis desde los arreglos socio-económicos y el territorio, al asumir el reto de hablar sobre el turismo comunitario, desde la sociología y teniendo de base la herramienta metodológica de la etnografía, sabiendo seguramente existen muchas opciones de tratamiento para investigaciones que reúnen al tema turístico y que en la categoría de comunitario confluye muchas aspiraciones del turismo

convencional, que permite centrar el desarrollo del tema y su problemática en lo más relevante sobre la comunidad (p.129).

De la misma manera Pandi (2015), en su investigación titulada *“El turismo comunitario y su incidencia actual en el desarrollo turístico en la comunidad Pucará Grande perteneciente a la parroquia de Pilahuín cantón Ambato provincia de Tungurahua”*, manifiesta que es factible el desarrollo turístico comunitario, de este modo los pobladores y dirigentes, están interesados en la ejecución del mismo, puesto que generará beneficios sostenibles y sustentables en el ámbito socio-económico-ambiental de la localidad para que permita a las comunidades crecer en el ámbito del turismo comunitario, donde los beneficiarios directos son los comuneros, a través de la creación de fuentes de empleo que genere ingresos económicos alternativos, lo cual mejore la calidad de vida de los miembros.

Finalmente, de acuerdo con Herrera (2021), en el proyecto denominado *“Cultura y turismo comunitario en la parroquia Cubijés, cantón Riobamba”*, deduce que la cultura abarca un conjunto de elementos que incluyen los saberes ancestrales y tradicionales, además las creencias de un pueblo que se transmiten de generación en generación, la moral, las habilidades y hábitos de convivencia las cuales son fundamentales para que tener un mejor desarrollo el turismo comunitario. Sin embargo, se conoce que existen un sin número de comunidades indígenas en las cuales se podría desarrollar turismo comunitario, donde lamentablemente muchas de ellas desconocen cómo llevarlo a cabo debido a la presencia de diferentes inconvenientes de orden cultural y organizativo.

1.2. Planteamiento del problema

La parroquia Cacha cuenta con una historia y cultura ancestral, es reconocida por sus sitios arqueológicos, arquitectura colonial - tradicional única, que hacen de este lugar especial para los turistas. A pesar de su potencial turístico, la parroquia enfrenta retos relacionados con el débil interés de los habitantes para crear técnicas de servicios turísticos, teniendo como consecuencia el deficiente desarrollo de actividades turísticas, la escasa demanda turística y la reducción de ingresos provenientes de los servicios comunitarios, causando deficiente calidad de productos turísticos e insatisfacción de los turistas, llegando a la conclusión que la problemática general es, los deficientes servicios turísticos en el turismo comunitario de la parroquia Cacha, cantón Riobamba.

Al analizar la problemática, se comprendió las causas principales que afectan al turismo comunitario en el territorio, esto ha generado desempleo y una baja optimización de los recursos. Por lo tanto, el trabajo de investigación pretende beneficiar a las partes involucradas, para que mediante los resultados obtenidos se pueda elaborar conclusiones, recomendaciones y una propuesta que aporte a los servicios turísticos y el turismo comunitario dentro de la parroquia.

1.3. Justificación

1.3.1. Justificación teórica

El presente estudio se llevó a cabo con el propósito de elevar la calidad en los servicios turísticos y fortalecer la práctica del turismo comunitario para obtener un conjunto valioso de conocimientos acompañados de resultados positivos en la que se pueda desarrollar de la mejor manera el turismo en el ámbito social y económico de la parroquia. Por otra parte, el documento de esta investigación puede ser útil como herramienta bibliográfica, puesto que busca fortalecer los lazos sociales y preservar las tradiciones culturales arraigadas de la parroquia Cacha, cantón Riobamba.

1.3.2. Justificación práctica

De acuerdo con la investigación, es fundamental conocer las necesidades del turista mediante un análisis de mejorar los servicios turísticos y el turismo comunitario, en donde los beneficiarios son los pobladores, visitantes y turistas que contribuyen a la oferta turística. Por lo cual, es necesario aplicar el conocimiento sobre la calidad y prestación de servicios turísticos de la parroquia Cacha, cantón Riobamba, con el fin de generar buenos resultados para un desarrollo turístico adecuado y cumplir con los objetivos planificados en esta investigación, involucrando la participación de los distintos actores sociales.

1.3.3. Justificación metodológica

La presente investigación se desarrolló mediante una metodología, cuantitativa, cualitativa. Además, un tipo de investigación de campo, descriptiva y correlacional, en la que se buscó especificar las características de las variables estudiadas a fin de realizar una nueva perspectiva de estudio de la problemática de servicios turísticos de la parroquia Cacha. Para el logro de los resultados de los objetivos de la investigación se emplearon instrumentos como, el cuestionario para recabar información de las variables, las cuales serán de gran ayuda al momento de obtener información para el desarrollo del proyecto de investigación, por parte de los propietarios de los establecimientos turísticos y de los turistas que visiten la parroquia, en la cual comprendan lo valioso que es un servicio turístico dentro de un lugar.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

- Analizar la relación de los servicios turísticos con el turismo comunitario de la parroquia Cacha, cantón Riobamba.

1.4.2. Objetivos específicos

- Establecer la relación de las técnicas de servicios turísticos con el turismo comunitario de la parroquia Cacha, cantón Riobamba.
- Establecer la relación de la demanda turística con el turismo comunitario de la parroquia Cacha, cantón Riobamba.
- Establecer la relación de los productos turísticos con el turismo comunitario de la parroquia Cacha, cantón Riobamba.

1.5.Hipótesis

1.5.1. Hipótesis General

- Los servicios turísticos se relacionan con el turismo comunitario de la parroquia Cacha, cantón Riobamba.

1.5.2. Hipótesis Específicas

- Las técnicas de servicios turísticos se relacionan con el turismo comunitario de la parroquia Cacha, cantón Riobamba.
- La demanda turística se relaciona con el turismo comunitario de la parroquia Cacha, cantón Riobamba.
- Los productos turísticos se relacionan con el turismo comunitario de la parroquia Cacha, cantón Riobamba.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. Estado del arte

2.1.1. Estado del arte variable independiente – Servicios turísticos

En el artículo científico titulado “*Las potencialidades del servicio de información turística local*” por parte de Jara (2016), deduce que los servicios turísticos se describen como: «el resultado de las funciones, acciones y actividades que, ejecutadas coordinadamente, por el sujeto receptor, permiten satisfacer al turista, hacer uso óptimo de las facilidades o industria turística y darle valor económico a los atractivos o recursos turísticos.

Así también Hormaza & Torres (2020), en la Revista “*El patrimonio cultural en los servicios turísticos de la provincia de Manabí, Ecuador*”, mencionan que el desarrollo turístico está estrechamente ligado a la gestión del patrimonio cultural de las comunidades, tanto el material como el inmaterial. La investigación resuelve el problema de la estimación que se le dé al uso de los valores del patrimonio cultural en los servicios turísticos, el objetivo es diagnosticar la puesta en valor del patrimonio cultural en la gestión del producto turístico por los diferentes actores involucrados en la gestión del patrimonio cultural, como resultado da la evidencia de la riqueza y la diversidad de la cultura con alto valor patrimonial y comercial como recurso turístico.

Por otra parte López (2019), en su artículo científico titulado “*La Calidad y Servicios Turísticos en la parroquia Salinas de Guaranda, provincia De Bolívar*”, deduce que al desarrollar un programa de calidad Turística para los Prestadores de Servicio es una propuesta permitirá brindar soluciones a la problemática que existe, porque los prestadores de servicio estarán más capacitados en temas de calidad turística, de esa manera el turista y visitante se sienta complacido al recibir el servicio y regrese con otras perspectivas al sector. Se comprueba que es importante la atención y el servicio que se brinde al turista, sea de primera y de calidad, ya que éste tendrá una respuesta positiva, el cual ayudará a tener mayor afluencia turística, en donde el oferente debe comprometerse a trabajar con responsabilidad, y respeto, garantizando el servicio prestado.

Finalmente, Sánchez & Alonso (2021), en el artículo científico titulado “*Servicios turísticos*”, define a los servicios turísticos como un conjunto de actividades completamente distintas entre sí, pero que están íntimamente relacionadas y armónicamente coordinadas para satisfacer las necesidades de servicio generadas por la composición socioeconómica de un determinado flujo turístico. Hasta que el recurso se convierta en una atracción turística, se deben brindar servicios turísticos a quienes visitan el recurso para aumentar la oferta de entretenimiento y así aumentar la demanda del recurso. Existen varios tipos de servicios turísticos como: Alojamiento, Alimentación, Transporte, Áreas de recreación.

2.1.2. Estado del arte Variable Dependiente – Turismo comunitario

En el artículo denominado “*Turismo comunitario en América Latina, un concepto en construcción*” para Cabanilla (2018), el turismo comunitario se considera como un modelo de gestión de base local que se realiza en comunidades u organizaciones quienes presentan la

cultura, está estrechamente ligado al concepto de turismo sostenible, donde lo principal no es la generación de beneficios económicos, sino que se busca, de forma similar, generar impactos positivos en los entornos naturales y culturales, y con ello incidir en el buen vivir de todos los miembros de la comunidad.

Según Ordoñez & Ochoa (2019), en su artículo titulado “*Ambiente, sociedad y turismo comunitario: La etnia Saraguro en Loja – Ecuador*”, menciona que el turismo comunitario se basa en las relaciones interculturales entre las comunidades participantes. En definitiva, este modelo puede aplicarse positivamente para garantizar una adecuada gestión de los recursos naturales, el patrimonio, la cultura y el territorio, para generar una distribución equitativa de los ingresos. A fin de definir los pilares del desarrollo como medio ambiente, sociedad y economía en beneficio de los turistas.

En su artículo Ibarra & Parra (2021), mencionan que, dentro del marco de las tendencias turísticas mundiales, el turismo comunitario es uno de los que tienen mayor aceptación en el mercado turístico. En el caso del Ecuador comenzó a configurarse con dinamismo, caracterizado el mismo, porque buena parte de las reservas naturales del país se encuentran en manos de las comunidades indígenas, es así como el turismo sostenible a través de esta modalidad se preocupa del mantenimiento de la diversidad étnica, cultural y biológica el país, además, su desarrollo se encuentra apoyado por actuales proyectos y leyes normativas para su puesta en marcha.

De la misma manera Alcívar & Mendoza (2020), en la revista titulada “*Modelo de gestión del turismo comunitario orientado hacia el desarrollo sostenible de la comunidad de Ligüiqui en Manta, Ecuador*”, sostiene como objetivo proponer un modelo de gestión de turismo comunitario, orientado hacia el desarrollo sostenible de una comunidad, El estudio aplicado fue con enfoque mixto, abordando metodologías cuantitativas y cualitativas. Desde el punto de vista económico, social y ambiental se da a conocer que, en el contexto económico, existen bajos ingresos provenientes de las actividades turísticas, siendo predominante la actividad pesquera, y en menor nivel algunas explotaciones agrícolas. Desde lo ambiental, los habitantes de la comunidad en varias ocasiones desconocen la normativa pertinente.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Bases teóricas - Variable independiente

a) Servicios turísticos

De acuerdo con Ramírez (2016), “Es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteados por la composición socioeconómica del tipo de turistas, en relación con la oferta y la demanda, preparación del producto turístico para la venta, distribución del mismo, comercio y satisfacción óptima de necesidades de un segmento determinado de consumidores”.

b) Técnicas de servicios turísticos

Desde el punto de vista de Rodríguez (2022), define a una técnica de servicios turísticos como el concepto universal del procedimiento que se realiza para ejecutar una determinada tarea. En el uso de la técnica se emplean muchas herramientas, con el fin de concretar los objetivos de la responsabilidad adquirida.

c) Procedimiento

El procedimiento turístico según el Ministerio del turismo MINTUR (2018), menciona que es la previa para la iniciación del proceso de ejecución un inventario, es importante revisar la información de atractivos turísticos existentes, con el fin de establecer el ámbito territorial en el que se aplicará el levantamiento de información. El procedimiento se desarrolla en dos etapas:

- **Etapas I:** Realización del Inventario de Atractivos Turísticos: levantamiento, registro, jerarquización y espacialización de atractivos turísticos.
- **Etapas II:** Generación de Espacios Turísticos: identificación de atractivos con potencial para la generación de productos turísticos, análisis geográfico y tipificación de espacios turísticos.

d) Herramientas

Para Caravaca (2020), la excelencia en el turismo asegura nuestro crecimiento como organización, ya que nos diferencia de la competencia, crea clientes satisfechos y leales. La excelencia en el turismo se alcanza con las siguientes herramientas:

- **Orientación al cliente:** Todo el trabajo que se debe realizar es para satisfacer a los clientes, ya sea a través de productos o servicios, pero sin olvidar todo el proceso de compra.
- **Fomentar un buen clima laboral:** Un clima de trabajo donde se respire cooperación, apoyo, sensación de trabajo en equipo, superación colectiva y confianza, hace que el equipo completo reme en el sentido de la excelencia.
- **Apuesta por una organización justa:** Donde se involucran todos los miembros de la empresa u organización.
- **Fomentar el conocimiento:** Considera a todos y cada uno de los empleados de la organización a la hora de comunicar los objetivos de la empresa, su situación y cambios que puedan ocurrir. Cuando los trabajadores tienen este tipo de conocimiento favorece la toma de decisiones.
- **Apuesta por la formación continua y la innovación:** Ofrecer posibilidad de formación continua y apostar por las últimas tecnologías es una gran ventaja competitiva donde los clientes se sienten valorados y motivados

e) Objetivos

Según Espinoza (2020), los objetivos representan las acciones concretas que el investigador llevará a cabo para intentar responder a las preguntas de la problemática general y específica de la investigación, para resolver el problema de investigación, por ello los objetivos deben ser concretos, claros, realistas y modestos, en la medida en que realmente

reflejan la contundencia del investigador en su intención de aportar en el conocimiento del objeto de estudio.

Del mismo modo para Ramírez (2018), un objetivo orienta las acciones, precisa de qué manera se procederá y declara la finalidad de emprender tal proceso: solucionar una situación, aportar o contribuir en el desarrollo y crecimiento de cierta área del conocimiento. El objetivo es el referente transversal, se establece al principio, se revisa durante su ejecución y, es el punto que determina al finalizar, si se cumplió lo establecido.

f) Oferta y Demanda

Empleando las palabras de García, Díaz, Upegui & Velásquez (2016), mencionan que “La demanda turística es una variable que aporta a la formación del precio, es decir, la demanda establece precios entre compradores y vendedores donde sin ellos no es mercado”.

g) Oferta local

La oferta local compila un “conjunto entero de campañas de marketing sobre un territorio geográfico limitado, se basa en las necesidades de los clientes locales y busca únicamente una cosa, satisfacerlas” (Nicolas, 2023).

h) Precio

“Es el valor monetario por el cual, quien ofrece un producto o servicio está dispuesto a participar en un proceso de intercambio; por otra parte, representa la parte de los ingresos que un individuo dará a cambio de poseer el producto” (Guerrero, Hernández, & Díaz, 2017).

i) Perfil

“El perfil del turista es un conjunto de características sociales, económicas y motivacionales que distinguen a los viajeros de un destino con otro. Igualmente identifica las expectativas, servicios consumidos y el grado de satisfacción” (Ramírez D. , 2019).

j) Producto turístico

Según Corona (2019), es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de marketing de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes.

k) Atractivos turísticos

Para Lopez (2020), un atractivo turístico es un sitio o un hecho que genera interés entre los viajeros, de este modo, puede tratarse de un motivo para que una persona tome la decisión de visitar una ciudad o un país, El valor de los atractivos turísticos puede radicar en diferentes cuestiones, en algunos casos, se trata de espacios de importancia histórica. En otros, la atracción

surge por la belleza natural, más allá de lugares concretos (físicos), hay atractivos turísticos que son más bien simbólicos, como la gastronomía o la oferta de eventos.

l) Instalaciones

Las instalaciones turísticas “Son todas las edificaciones cuyo objetivo es ayudar a la práctica de actividades turísticas, son diferentes según su categoría por ello es necesario conocer la categoría del servicio turístico que se brindara para poder así contar con instalaciones acordes al servicio” (DataTur, 2015).

2.2.2. Bases teóricas - Variable dependiente

a) Turismo comunitario

De acuerdo con Cabanilla (2021), es la actividad turística que tienen por objeto la estadía en comunidades locales ubicadas en el medio rural organizadas alrededor de la prestación de servicios turísticos en beneficio de la comunidad, supone la búsqueda por parte del turista de elementos históricos, culturales, medioambientales y autóctonos de dichas comunidades.

b) Actividad turística

Esta actividad comprende, “Aquellos actos que realizan las personas o visitantes para que puedan acontecer hechos de carácter Turístico-Recreacional, es la suma de todas aquellas empresas que invierten valiosos recursos para producir bienes y servicios en beneficio de las comunidades anfitrionas” (DataTur, 2018).

d) Recursos naturales

Para Figueroa Manzur & Villalba (2008), los recursos naturales se pueden definir como aquellos elementos de la naturaleza que proveen bienes materiales y servicios valiosos para las sociedades humanas que contribuyen a su bienestar y desarrollo de manera directa (materias primas, minerales, alimentos) o indirecta (servicios ecológicos indispensables para la continuidad de la vida en el planeta). Entre ellos podemos distinguir el agua, el suelo, el aire y la biodiversidad, los recursos naturales pueden dividirse en renovables y no renovables.

f) Actividades recreativas

Como argumenta Prado (2023), las actividades recreativas son una alternativa a ser usadas dentro del tiempo libre de manera autónoma, es decir, sin obligación, se realiza de forma individual o colectiva, lo cual provoca un disfrute, además, permite ocupar su mente y cuerpo en cosas sanas y productivas.

g) Servicios

“Es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteadas por la composición socioeconómica de una determinada corriente turística” (Ramírez, 2016).

h) Turista

Tal como expresa Junco (2019), el turista es un individuo que se desplaza de un sitio a otro de donde no es natal, sin embargo, el turista habitualmente le gusta realizar viajes y actividades para conocer nuevas culturas o viaja ya sea por recreación o por interés hacia algo desconocido para él. En este caso el turista no todo un siempre sale lejos de su lugar de residencia hacia otro sitio del mundo sino también puede trasladarse a alguna provincia o algún territorio, sin duda alguna, un turista al llegar a su lugar destinado este al menos pernocta una noche en su lugar de llegada.

i) Tipo de turistas

La clasificación de los tipos de turistas se puede basar de la misma manera en la que se basa la cantidad de tipos de turismo que existe, por lo que Smith (2012), en su libro “Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism” se identifica la clasificación de los turistas según la cantidad, además de sus expectativas y grado de adaptación que son los siguientes: Turistas exploradores, turistas psico céntricos, turistas aloecéntricos, turistas de placer o hedonistas.

j) Sitio

Un sitio turístico según Xoe (2023), es un lugar que atrae a miles de personas cada año. Estos lugares ofrecen algo único para los turistas, desde museos, parques, edificios históricos y lugares de interés turístico hasta actividades al aire libre, como excursiones de un día, senderismo y ciclismo. Los sitios turísticos son populares porque ofrecen una variedad de actividades a los visitantes. Muchos de los sitios turísticos tienen restaurantes, hoteles, bares y discotecas, así como museos, teatros y parques. Estos lugares ofrecen una variedad de entretenimiento, cultura y diversiones para los turistas, son una excelente manera de pasar tiempo de calidad con amigos y familiares, y disfrutar de una experiencia única.

k) Actividades turísticas

De acuerdo con el Ministerio de Turismo MINTUR (2020), es la disponibilidad de tiempo libre de las personas y familias, destinadas al ocio, al viaje, para conocer otros lugares durante tiempos cortos hasta un año. Actividad en constante cambio y evolución de los modelos turísticos existentes, cambios derivados en gran medida a nuevos estilos de vida, comportamientos sociales en las economías, medios de comunicación y desarrollo de los países.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo de investigación

3.1.1. Cuantitativo

La investigación cuantitativa según Mendoza (2018), se encarga de estudiar los fenómenos de manera sistemática para de esta manera iniciar con una teoría y así poder confirmar de manera empírica los datos y resultados obtenidos gracias a dicha investigación.

Este diseño se apoyó en detallar de forma específica los hechos de la parroquia Cacha, desde una perspectiva de sus comportamientos e interacciones, conociendo así sus experiencias, actitudes, pensamientos y las creencias que la población supo dar respuestas con diferentes criterios de acuerdo con las encuestas que se aplicó.

3.1.2. De campo

Desde la perspectiva de González (2023), es un tipo de investigación empleado para comprender y abordar situaciones o necesidades particulares dentro de un contexto específico, donde implica que el investigador se involucre activamente con el entorno y las fuentes relacionadas con las personas.

El proceso investigativo de campo se enfocó en el diseño la investigación, identificación de la población para la obtener la muestra para la aplicación de las encuestas en la parroquia Cacha, donde se observó, analizo y describió datos de manera directa sin la necesidad de manipular o experimentar las variables de estudio.

3.1.3. Documental

Se aplicó a través de la búsqueda de teorías actualizadas, en documentos, sitios web, artículos científicos, revistas y más, para dar solución a la problemática identificada y beneficiar a la parroquia Cacha.

3.1.3. Descriptiva

Tal como señala Guevara, Verdesoto, & Castro (2020), este tipo de investigación posee como objetivo describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando información sistemática y comparable con la de otras fuentes.

Mediante este tipo de investigación se observó, se analizó y se describió las dos variables de estudio, “Servicios turísticos y Turismo comunitario”, proporcionando una visión más detallada del comportamiento de un grupo de personas, a las que se eligió para obtener una recopilación de información sobre los diferentes tipos de servicios turísticos que se ofrecen en la comunidad (como alojamiento, restaurantes, actividades recreativas), de tal manera que a través de las conclusiones o los hallazgos sean útiles para el desarrollo turístico sostenible y el involucramiento comunitario de la parroquia Cacha.

3.2. Diseño de investigación

3.1.1. Transversal

Este tipo de investigación se aplicó una sola vez, para recolectar datos de las encuestas que se aplicó con el propósito de elegir, recopilar, estructurar, interpretar y evaluar información relevante sobre el tema de estudio en la parroquia Cacha.

3.1.2. Correlacional

“La investigación correlacional según es un método de estudio no experimental donde se analizan dos variables para medir y comprender el grado de correlación entre ellas en términos estadísticos” (Lifeder, 2022).

Por medio del tipo de investigación correlacional se analizó la relación de las siguientes variables: Independiente “Servicios turísticos” & “Dependiente “Turismo comunitario”, con la finalidad de buscar determinar si existe una relación estadística (alternativa o nula) entre los servicios turísticos y el turismo comunitario de la parroquia Cacha, cantón Riobamba.

3.3. Técnica e Instrumentos

3.3.1. Técnica

Encuesta: Para el desarrollo de esta investigación se aplicó la técnica de la encuesta, dado que es la manera más eficiente y útil para comprender más sobre distintos criterios a la hora de plantearles preguntas a la población elegida de la parroquia Cacha, además permitió obtener información verídica de las variables de estudio, con intención de obtener un instrumento de evaluación.

3.3.2. Instrumentos

Cuestionario: En este apartado se diseñó un cuestionario con varias preguntas para medir las variables independiente y dependiente que se encuentran direccionadas a dimensiones e indicadores, como:

Variable Independiente “Servicios turísticos”

Dimensiones

- Técnicas de servicios turísticos
- Demanda turística
- Producto turístico

Variable Dependiente Turismo comunitario

Dimensiones

- Actividad turística
- Servicios turísticos
- Turista

Se tomó en cuenta el problema que se investiga, también la población a la cual se dirige las preguntas del cuestionario en base a la problemática que se identificó. Para el desarrollo de estas variables e indicadores se plantearon 9 preguntas en escala de Likert a fin de que la población identificada, pueda responder de acuerdo con el criterio que el investigador plantea las preguntas y los diferentes métodos de recolección de información.

3.4. Población de estudio y Tamaño de muestra

Variable independiente: Prestadores de servicios de la parroquia Cacha, cantón Riobamba.

Variable dependiente: Turistas que ingresan a la parroquia Cacha, cantón Riobamba.

3.5. Tamaño de muestra

Variable independiente: Servicios turísticos

Para el tamaño de la muestra de servicios turísticos, se aplicó el tipo de muestreo no probabilístico “Bola de nieve”, donde Auquilla (2020), menciona que “Este método se centra en aprovechar o utilizar a personas que están disponibles en un momento dado y cuando es una población de difícil acceso”.

Esta muestra fue de difícil acceso por que no se encontró fuentes de los establecimientos registrados por tal motivo se consideró una población difícil de acceder y se complementó con la visita de campo, recopilando datos, directamente desde el lugar donde ocurren los hechos, es decir los establecimientos disponibles de la parroquia Cacha, donde se obtuvo un total de 10 establecimientos, sin embargo, se evidencio que no poseen un nombre para su identificación ya que son pequeños emprendimientos de familias que buscan una estabilidad y aporte económico para la parroquia y sus comunidades que lo rodean, a continuación, se muestra las evidencias de la recolección de datos:

Tabla 1 *Tamaño de muestra Variable independiente – Servicios turísticos*

N.	Tipo de servicio turístico	Lugar
1	Restaurante	Pucará Tambo, Pucará quinche
2	Restaurante	Pucará Tambo
3	Paradero	Pucará Tambo
4	Artesanías	Pucará Tambo
5	Alojamiento	Pucará Tambo
6	Artesanías	Pucará Tambo
7	Restaurante	Pucará quinche
8	Restaurante	Pucará quinche
9	Restaurante	Pucará Tambo, Cacha Chuye
10	Artesanías	Pucará Tambo, Cacha Chuye

Nota. Lista de establecimientos de la parroquia Cacha, adaptado de salida de campo (2023).

Variable dependiente: Turismo comunitario

Se aplicó el muestreo no probabilístico “Por conveniencia”, puesto que es un tipo de muestreo que incluye la selección aleatoria de participantes en donde los elementos de la muestra son seleccionados de manera conveniente y accesible para el investigador, en este enfoque el investigador elige a los participantes o elementos que están disponibles en un momento dado y que son más factibles de alcanzar (Benites, 2021).

Por tal motivo, para determinar la muestra de esta variable se tomó como referencia al departamento de turismo de la ciudad de Riobamba y de acuerdo con el boletín de indicadores turísticos se evidenció que en el feriado de noviembre 2022 existió un registro de 1212 turistas, de los cuales el 28% equivalente a 339, visitó la parroquia Cacha. Por otra parte, es válido destacar que, la encuesta se aplicó en un día normal en donde no es considerado como feriado y por tanto no existe un gran índice de turistas, también otro de los puntos débiles para la recolección de información es la inseguridad, lo cual lleva como consecuencia disuadir a los turistas de visitar la ciudad de Riobamba. Por ello se eligió a 120 turistas de manera conveniente, pues en ese momento se encontraban visitando ciertos atractivos turísticos de la parroquia, accediendo a participar en la encuesta voluntariamente con la finalidad de obtener datos directamente de los turistas que visitaron la parroquia Cacha de una forma efectiva con la recolección de información sobre la percepción y experiencias del turismo comunitario.

3.6. Validez y confiabilidad de los instrumentos

3.6.2.1. Alfa de Cronbach - Variable independiente

Mediante el análisis de la fiabilidad del instrumento correspondiente a la variable independiente que se aplicó a los 10 prestadores de servicios turísticos de la parroquia Cacha, contando con la siguiente información:

Tabla 2 Estadísticas de Fiabilidad - Servicios turísticos

Alfa de Cronbach	N de elementos
,853	9

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho (2023).

El valor de Alfa de Cronbach que se obtuvo fue de ,853 lo cual cumple con la aceptación y confiabilidad, con una calificación de Muy Bueno.

3.6.2.2. Alfa de Cronbach - Variable dependiente

Tabla 3 *Estadísticas de Fiabilidad - Turismo comunitario*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,957	9

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho (2023).

El valor de Alfa de Cronbach que se obtuvo fue de ,957 lo cual cumple con la aceptación y confiabilidad, con una calificación de Excelente.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis e interpretación de resultados

Este capítulo aborda los resultados de las encuestas que se aplicó, en la cual se detalla el análisis e interpretación de cada uno de los resultados de las preguntas para identificar conclusiones relevantes que apoyen al desarrollo de investigación y se direcciona al planteamiento de una propuesta que beneficie a la parroquia Cacha.

4.1.1. Interpretación de resultados – Variable Independiente, Servicios turísticos

Tabla 4 Interpretación de resultados - Servicios turísticos

N°	ÍTEMS	INTERPRETACIÓN
DATOS GENERALES		
a)	Género	<p>Según los resultados de la encuesta aplicada a los prestadores de servicios turísticos de la parroquia Cacha se evidencia que:</p> <ul style="list-style-type: none">• Masculino – 70%• Femenino – 30% <p>Se concluye que el valor más alto es de 70% correspondiente al género masculino.</p>
b)	Edad	<p>Según los resultados de la encuesta aplicada a los prestadores de servicios turísticos de la parroquia Cacha se evidencia que:</p> <ul style="list-style-type: none">• 18 – 30 Años – 50%• 31 – 40 Años – 30%• 41 – 50 Años – 20% <p>Se concluye que el valor más alto es de 50% correspondiente a una edad de 10 – 30 años.</p>
c)	Nivel de instrucción	<p>Según los resultados de la encuesta aplicada a los prestadores de servicios turísticos de la parroquia Cacha se evidencia que:</p> <ul style="list-style-type: none">• Secundaria - 70%• Tercer nivel - 30,83% <p>Se concluye que el valor más alto es de 70% correspondiente al nivel de instrucción Secundaria.</p>
TÉCNICAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS		
1	El procedimiento en el desarrollo del centro turístico comunitario.	<p>Según los resultados de la encuesta aplicada a los prestadores de servicios turísticos de la parroquia Cacha se evidencia que:</p> <ul style="list-style-type: none">• Muy Malo, 20%

-
- Malo - 30%
 - Bueno – 50%

Se concluye que el valor más alto corresponde a Bueno con el 50%, porque el procedimiento comunitario de la parroquia Cacha ha venido garantizando los beneficios con la población, preservando su patrimonio cultural y natural para promoviendo la participación activa de sus involucrados en la toma de decisiones.

2 Herramientas para el funcionamiento del centro turístico comunitario Según los resultados de la encuesta aplicada a los prestadores de servicios turísticos de la parroquia Cacha se evidencia que:

- Malo, 30%
- Bueno, 60%
- Muy Bueno, 10%

Se concluye que el valor más alto, corresponde a Bueno, con el 60%, porque existen, herramientas en orientación al cliente, porque todo el trabajo se realiza, es para satisfacer a los clientes, a través de productos o servicios, ofreciendo la posibilidad de apostar por las últimas tecnologías a fin de obtener ventaja competitiva, donde los clientes se sienten valorados y motivados, estas herramientas ayudan a promover, gestionar y mejorar la experiencia de los turistas en el centro turístico comunitario pucará Tambo.

3 Objetivos trazados dentro del centro turístico comunitario. Según los resultados de la encuesta aplicada a los prestadores de servicios turísticos de la parroquia Cacha se evidencia que:

- Bueno, 40%
- Muy Bueno, 60%

Se concluye que el valor más alto corresponde a Muy bueno con el 60%, porque los objetivos que se establecen se revisan periódicamente cada 6 meses, a fin de asegurar que el centro turístico comunitario esté cumpliendo su propósito y beneficie tanto a la comunidad local como a los visitantes.

DEMANDA TURÍSTICA

4 Oferta local del centro turístico comunitario. Según los resultados de la encuesta aplicada a los prestadores de servicios turísticos de la parroquia Cacha se evidencia que:

- Malo, 30%
- Bueno, 40%
- Muy Bueno, 20%
- Excelente - 10%

Se concluye que el valor más alto, corresponde a bueno con el 40%, porque la oferta local que ofrece la parroquia Cacha es la gastronomía, hospedaje y las artesanías son fundamental para brindar experiencias auténticas a los turistas, también contribuyen al desarrollo económico, social y cultural de la comunidad, promoviendo un turismo responsable.

5 Precios establecidos en el centro turístico comunitario. Según los resultados de la encuesta aplicada a los prestadores de servicios turísticos de la parroquia Cacha se evidencia que:

- Malo, 40%
- Bueno, 50%
- Muy Bueno, 10%

Se concluye que el valor más alto, corresponden a Bueno, con el 50%, porque los precios establecidos para el consumo de los servicios de la parroquia Cacha son adecuados, pues ofrecen tarifas especiales para grupos, estudiantes o residentes locales, como una forma de incentivar la participación y apoyar al desarrollo del turismo comunitario.

6 Perfil de los turistas del centro turístico comunitario. Según los resultados de la encuesta aplicada a los prestadores de servicios turísticos de la parroquia Cacha se evidencia que:

- Bueno - 60%
- Muy Bueno - 30%
- Excelente - 10%

Se concluye que el valor más alto, corresponde a Bueno con el 60%, porque existen perfiles con diferentes características y expectativas entre ellas tenemos: Turistas con interés en experiencias auténticas, sensibilidad cultural, búsqueda de contacto directo con la comunidad, espíritu aventurero, preferencia por alojamientos locales y apertura a la gastronomía local.

PRODUCTO TURÍSTICO

- 7 Atractivos turísticos** de la parroquia Cacha Según los resultados de la encuesta aplicada a los prestadores de servicios turísticos de la parroquia Cacha se evidencia que:
- Bueno, 70%
 - Muy Bueno, 40%
- Se concluye que el valor más alto, corresponde a Bueno con el 70%, puesto que los atractivos turísticos como el cerro Chuyuc, la iglesia parroquial, el monumento a Fernando Daquilema y el monumento Shiry, entre otros que se encuentran dentro de la parroquia son promovidos de manera responsable, involucrando a la comunidad en el proceso de toma de decisiones y asegurándose de que el turismo beneficie de manera equitativa a la parroquia Cacha.
- 8 Instalaciones** del centro turístico comunitario. Según los resultados de la encuesta aplicada a los prestadores de servicios turísticos de la parroquia Cacha se evidencia que:
- Bueno - 70%
 - Muy Bueno - 30%
- Se concluye que el valor más alto, corresponde a bueno con un 70%, puesto que las instalaciones turísticas, se encuentran bien mantenidas cumpliendo con las regulaciones y normativas para garantizar la seguridad y el bienestar de los turistas.
- 9 Servicios y actividades** que se desarrollan en el centro turístico comunitario. Según los resultados de la encuesta aplicada a los prestadores de servicios turísticos de la parroquia Cacha se evidencia que:
- Bueno, 20%
 - Muy Bueno, 40%
 - Excelente, 40%
- Se concluye que el valor más alto, corresponde a muy bueno con un 40%, porque los servicios de hospedaje, alimentación y guianza son fundamentales para que se desarrollen actividades culturales, como visitas al museo, danzas y artesanías, de manera responsable respetando la cultura local.

Nota. Encuestas aplicadas en la parroquia Cacha, por Unaicho (2023)

4.1.2. Interpretación de resultados – Variable Dependiente, Turismo comunitario

Tabla 5 Interpretación de resultados – Turismo comunitario

N°	ÍTEMS	INTERPRETACIÓN
DATOS GENERALES		
a)	Género	<p>Según los resultados de la encuesta aplicada a los turistas que ingresan a la parroquia Cacha se evidencia que:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Masculino 40,8% • Femenino 59 % <p>En conclusión, el valor más alto pertenece al género masculino, con un 58,2%.</p>
b)	Edad	<p>Según los resultados de la encuesta aplicada a los turistas que ingresan a la parroquia Cacha se evidencia que:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 15 - 25 Años 52 % • 26 – 36 Años 28 % • 37 – 47 Años 12% • Más de 47 Años 6% <p>En conclusión, el valor más alto pertenece a una edad de 15 a 25 años con un 52%.</p>
c)	Nivel de instrucción	<p>Según los resultados de la encuesta aplicada a los turistas que ingresan a la parroquia Cacha se evidencia que:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Primaria – 3% • Secundaria - 35% • Tercer nivel - 50% • Cuarto nivel - 10% <p>En conclusión, el valor más alto pertenece a Tercer nivel con un 50%.</p>
ACTIVIDAD TURÍSTICA		
1	Experiencia como visitantes dentro de centro turístico comunitario.	<p>Según los resultados de la encuesta aplicada a los turistas que ingresan a la parroquia Cacha se evidencia que:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Muy Malo - 1% • Malo - 4% • Bueno - 46% • Muy Bueno - 25% • Excelente – 22%

Se concluye que el valor más alto corresponde a bueno con un 46%, porque que les permite conocer y apreciar la riqueza cultural y natural de la parroquia, fortaleciendo el desarrollo sostenible a través de la conservación.

2 Recursos naturales existentes en el centro turístico comunitario.

Según los resultados de la encuesta aplicada a los turistas que ingresan a la parroquia Cacha se evidencia que:

- Muy Malo, 3%
- Malo, 8%
- Bueno, 47%
- Muy Bueno, 23%
- Excelente, 19%

Se concluye que el valor más alto corresponde a bueno con, el 47%, porque sus recursos naturales como, el cerro Chuyuc y la laguna Verde Cocha, son los componentes esenciales en el centro turístico comunitario, donde no solo atraen a los turistas, sino que también son una fuente de beneficios económicos culturales y ambientales para la parroquia Cacha.

3 Bienes y Servicios que ofertan en el centro turístico comunitario.

Según los resultados de la encuesta aplicada a los turistas que ingresan a la parroquia Cacha se evidencia que:

- Muy Malo - 1%
- Malo - 9%
- Bueno - 42%
- Muy Bueno - 25%
- Excelente - 20%

Se concluye que el valor más alto corresponde a bueno con, el 42%, porque los bienes como, el monumento a Fernando Daquilema, el monumento Shiry, la iglesia parroquial, el museo, también los servicios como, hospedaje, alimentación y guianza, promueven la participación mutua entre los turistas y los habitantes de la parroquia, lo cual permite experimentar la autenticidad de la cultura y a su vez obtener beneficios económicos.

SERVICIOS TURÍSTICOS

4 Actividades recreacionales que se desarrollan en el centro turístico comunitario.

Según los resultados de la encuesta aplicada a los turistas que ingresan a la parroquia Cacha se evidencia que:

-
- Muy Malo - 3%
 - Malo - 5%
 - Bueno - 46%
 - Muy Bueno - 26%
 - Excelente - 18%

Se concluye que el valor más alto corresponde a bueno con, el 46%, porque las actividades recreacionales como, los juegos tradicionales, la pampa mesa, ciclo paseo y caminatas por los chaquiñanes, promueven el respeto a la cultura y las tradiciones locales, ya que pueden crear un vínculo significativo entre los turistas y la parroquia.

5 Servicios personalizados que brindan dentro del centro turístico comunitario.

Según los resultados de la encuesta aplicada a los turistas que ingresan a la parroquia Cacha se evidencia que:

- Muy Malo - 2%
- Malo - 10%
- Bueno – 45%
- Muy Bueno, Excelente – 20%

Se concluye que el valor más alto, corresponde a bueno con el 45%, porque se debe escuchar las necesidades y deseos de los turistas, manteniendo una comunicación cercana con ellos, además aceptar las sugerencias o peticiones y convertirlas en experiencias memorables.

6 Atención a diferentes tipos de turistas en el turismo comunitario.

Según los resultados de la encuesta aplicada a los turistas que ingresan a la parroquia Cacha se evidencia que:

- Muy Malo, 3%
- Malo, 6%
- Bueno, 44%
- Muy Bueno, 19%
- Excelente, 28%

Se concluye que el valor más alto, corresponden a bueno con el 44%, puesto que se atiende a tipos de turistas como, turistas exploradores, ya que son pocos en número, se caracterizan por viajar por su cuenta, observar y participar con la comunidad. Los turistas alocéntricos, que son exploradores y aman conocer a la gente local. Turistas de placer, que buscan una

separación inmediata de lo cotidiano, la tensión y el estrés, sus fines son recreacionales y de distracción.

TURISTA

7 Sociabilidad con los visitantes en el centro turístico comunitario. Según los resultados de la encuesta aplicada a los turistas que ingresan a la parroquia Cacha se evidencia que:

- Muy Malo, 3%
- Malo, 8%
- Bueno, 45%
- Muy Bueno, 23%
- Excelente, 22%

Se concluye que el valor más alto, corresponde a bueno con un 45%, porque la sociabilidad con los visitantes brinda una experiencia acogedora, donde los habitantes locales son considerados los principales participes en la interacción para generar un ambiente cálido y cercano.

8 Sitio de ubicación del centro turístico comunitario. Según los resultados de la encuesta aplicada a los turistas que ingresan a la parroquia Cacha se evidencia que:

- Muy Malo, 2%
- Malo, 4%
- Bueno, 49%
- Muy Bueno, 24%
- Excelente, 21%

Se concluye que el valor más alto, corresponde a bueno con, el 49%, porque la ubicación del centro turístico comunitario tiene un impacto significativo por la conservación del entorno, el desarrollo económico y la promoción del patrimonio cultural.

9 Actividades turísticas ofertadas dentro del centro turístico comunitario. Según los resultados de la encuesta aplicada a los turistas que ingresan a la parroquia Cacha se evidencia que:

- Muy Malo, 2%
- Malo, 7%
- Bueno, 48%
- Muy Bueno, 22%
- Excelente, 21%

Se concluye que el valor más alto, corresponde a bueno con, el 48%, dado que las actividades turísticas

que se presentan en la parroquia son, fiestas tradicionales, visitas al museo, recorridos por los sitios naturales, ciclo paseo, entre otras, se encuentran planificadas, respetando el entorno y la cultura, ya que son actividades variadas que se adaptan a los intereses y preferencias de los turistas.

Nota. Encuestas aplicadas en la parroquia Cacha, por Unaicho (2023).

3.7. Hipótesis

Para esta investigación se aplicó la hipótesis correlacional, dado que establecen relaciones entre 2 o más variables de esta forma proponen que dos variables se comporten en de forma similar u opuesta el hicieran o son iguales en su magnitud entre otras posibles relaciones.

3.7.1. Hipótesis general

Planteamiento de hipótesis

H₁: Los servicios turísticos se relacionan con el turismo comunitario de la parroquia Cacha, cantón Riobamba.

H₀: Los servicios turísticos no se relacionan con el turismo comunitario de la parroquia Cacha, cantón Riobamba.

Margen de error

Alfa: 5% → 0,05

Tabla 6 *Hipótesis general*

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. Asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	6,875 ^a	3	,076
Razón de verosimilitud	7,235	3	,065
Asociación lineal por lineal	5,311	1	,021
N de casos válidos	10		

a. 8 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,20.

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho (2023)

Lectura p_valor = ,076

Toma de decisión: El cálculo de Chi – cuadrado considerado para la prueba de hipótesis general, de acuerdo con el nivel de significancia ($0.05 = 5\%$), indica que el $P_valor = 0,76 > \alpha = 0.05$, por lo que se rechaza la hipótesis alternativa (H1) y se acepta la hipótesis nula (H0). Por tanto “Los servicios turísticos no se relacionan con el turismo comunitario de la parroquia Cacha, cantón Riobamba”.

3.7.2. Hipótesis específica 1

Planteamiento de hipótesis

H₁: Las técnicas de servicios turísticos se relacionan con el turismo comunitario de la parroquia Cacha, cantón Riobamba.

H₀: Las técnicas de servicios turísticos no se relacionan con el turismo comunitario de la parroquia Cacha, cantón Riobamba.

Margen de error

Alfa: 5% → 0,05

Tabla 7 *Hipótesis específica 1*

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	2,500 ^a	2	,287
Razón de verosimilitud	3,278	2	,194
Asociación lineal por lineal	1,807	1	,179
N de casos válidos	10		

a. 6 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,40.

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho (2023)

Lectura p_valor= ,287

Toma de decisión: El cálculo de Chi – cuadrado considerado para la prueba de hipótesis general, de acuerdo con el nivel de significancia (0.05 = 5%), indica que el P _ valor = 0,287 > $\alpha = 0.05$, por lo que se rechaza la hipótesis alternativa (H1) y se acepta la hipótesis nula (H0). Por tanto “Las técnicas de servicios turísticos no se relacionan con el turismo comunitario de la parroquia Cacha, cantón Riobamba”.

3.7.3. Hipótesis específica 2

Planteamiento de hipótesis

H₁: La demanda turística se relaciona con el turismo comunitario de la parroquia Cacha, cantón Riobamba.

H₀: La demanda turística no se relaciona con el turismo comunitario de la parroquia Cacha, cantón Riobamba.

Margen de error

Alfa: 5% → 0,05

Tabla 8 *Hipótesis específica 2*

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	Gl	Sig. Asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	10,000 ^a	2	,004
Razón de verosimilitud	10,008	2	,004
Asociación lineal por lineal	5,625	1	,018
N de casos válidos	10		

a. 6 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,40.

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho (2023)

Lectura p_valor p_valor= ,004

Toma de decisión: El cálculo de Chi – cuadrado considerado para la prueba de hipótesis general, de acuerdo con el nivel de significancia (0.05 = 5%), indica que el P _ valor = ,004 < $\alpha = 0.05$, por lo que se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alternativa (H1). Por tanto “La demanda turística se relaciona con el turismo comunitario de la parroquia Cacha, cantón Riobamba”.

3.7.4. Hipótesis específica 3

Planteamiento de hipótesis

H₁: Los productos turísticos se relacionan con el turismo comunitario de la parroquia Cacha, cantón Riobamba.

H₀: Los productos turísticos no se relacionan con el turismo comunitario de la parroquia Cacha, cantón Riobamba.

Margen de error

Alfa: 5% → 0,05

Tabla 9 *Hipótesis específica 3*

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	Gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	2,708 ^a	2	,258
Razón de verosimilitud	3,416	2	,181
Asociación lineal por lineal	,330	1	,565
N de casos válidos	10		

a. 6 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,40.

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaucho (2023)

Lectura p_valor p_valor= ,258

Toma de decisión: El cálculo de Chi – cuadrado considerado para la prueba de hipótesis específica 3, de acuerdo con el nivel de significancia (0.05 = 5%), indica que el P _ valor = 0,258 > $\alpha = 0.05$, por lo que se rechaza la hipótesis alternativa (H1) y se acepta la hipótesis nula (H0). Por tanto “Los productos turísticos no se relacionan con el turismo comunitario de la parroquia Cacha, cantón Riobamba”.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Los servicios turísticos no se relacionan con el turismo comunitario de la parroquia Cacha, cantón Riobamba, puesto que no se ha invertido e innovado en actividades, facilidades y prestaciones de servicios turísticos al momento de ofrecer a los turistas para satisfacer sus necesidades a fin de facilitar su experiencia durante el viaje.
- Las técnicas de servicios turísticos no se relacionan con el turismo comunitario de la parroquia Cacha, cantón Riobamba, puesto que aún es débil la idea de brindar experiencias excepcionales con un enfoque tecnológico para satisfacer las necesidades y deseos de los turistas.
- La demanda turística se relaciona con el turismo comunitario, dado que la oferta local que ofrece la parroquia Cacha cuenta con precios accesibles a los servicios, donde se adapta a los diferentes perfiles de los turistas, que influyen en la decisión de visitar el destino y contribuir al desarrollo socioeconómico para tener un impacto a largo plazo.
- Los productos turísticos no se relacionan con el turismo comunitario, dado que no existe un producto que destaque, la marca del destino, la cultura, las tradiciones y la gastronomía típica de la parroquia Cacha, razón por la cual los turistas prefieren desarrollar su recorrido por cuenta propia a fin de reducir costos en las diversas actividades turísticas que se disponen a realizar.

5.2. Recomendaciones

- Se recomienda a los encargados de los locales de prestación de servicios turísticos, invertir e innovar en capacitaciones sobre guianza, alojamiento y gastronomía típica con la finalidad de impulsar y mejorar la calidad del servicio del turismo comunitario en la parroquia Cacha.
- Para las técnicas de servicios turísticos, se recomienda implementar capacitaciones dirigidas a los prestadores de servicios turísticos, fomentando el uso a nuevas tecnologías como códigos Qr, páginas web y redes sociales a fin de obtener ventaja competitiva, donde los clientes se sientan motivados, estas herramientas ayudaran a promover, gestionar y mejorar la experiencia de los turistas en la parroquia Cacha.
- La demanda turística es una forma efectiva de aumentar la oferta, por lo que se recomienda incluir, ferias turísticas que involucren a instituciones educativas y al público en general con eventos para promocionar su cultura, tradiciones, artesanías a fin de ofrecer a los turistas visitar y explorar una amplia gama de opciones en un solo lugar, mejorando la participación de la parroquia Cacha para generar un impacto a largo plazo.
- Finalmente, se recomienda realizar capacitaciones sobre el diseño de productos turísticos a fin de comercializar y promocionar la cultura, las tradiciones, conjuntamente con la gastronomía típica de la parroquia Cacha, a través de una marca del destino para obtener mayor demanda de consumidores.

CAPÍTULO VI. PROPUESTA

6.1. Título de la propuesta

Programa de capacitación dirigido a los prestadores de servicios turísticos para fomentar el turismo comunitario en la parroquia Cacha, cantón Riobamba.

6.2. Objetivos de la propuesta

6.2.1. Objetivo general

- Diseñar un programa de capacitación dirigido a los prestadores de servicios turísticos para fomentar el turismo comunitario en la parroquia Cacha.

6.2.2. Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico situacional de la parroquia Cacha a través de la matriz FODA.
- Establecer programas de capacitación para el impulso del turismo comunitario.
- Determinar el cronograma de actividades y presupuesto.

6.3. Introducción

Cacha se sitúa en el cantón Riobamba, en la provincia de Chimborazo. Entre sus notables recursos culturales destaca la Iglesia de Cacha, un monumento histórico erigido en el siglo XVI que resalta por su impresionante arquitectura colonial y su exquisita decoración interior. Asimismo, el Museo del Bordado merece especial mención, exhibiendo una destacada colección de bordados y tejidos confeccionados por las mujeres de la comunidad, reconocidos por su notable calidad (Dirección de Gestión de Turismo, 2023).

La parroquia ofrece una amplia gama de actividades turísticas que resultan atractivas para los visitantes, tales como recorridos por la iglesia, el museo y talleres artesanales. Además, se pueden llevar a cabo caminatas por los alrededores para sumergirse en la belleza natural de la zona, explorar cascadas y lagunas, así como conocer las comunidades indígenas cercanas. Por tanto, la siguiente propuesta se enfocó en la realización del plan de capacitaciones para impulsar y mejorar la calidad de los servicios turísticos de la parroquia, esto será de gran contribución para mejorar la demanda y promover de mejor manera al destino. Es importante destacar que los prestadores de servicios turísticos desempeñan un rol fundamental ya que de esta manera generan ingresos económicos para la parroquia y sus hogares, la parroquia al ofertar servicios de calidad aporta al impulso de un turismo comunitario activo la cual permite que el destino aumente el número de visitas.

6.4. Justificación

La propuesta tiene como objetivo diseñar un programa de capacitación dirigido a los prestadores de servicios turísticos para fomentar el turismo comunitario en la parroquia Cacha, tomando como referencia el análisis del diagnóstico situacional FODA de la parroquia, los resultados que se obtuvieron en base a las encuestas realizadas de las variables (Servicios turísticos y Turismo comunitario), de la misma manera previo al análisis documental se ejecutó la propuesta con propósito de beneficiar a la población local, a las autoridades del GADP Cacha y a los turistas que visiten la parroquia.

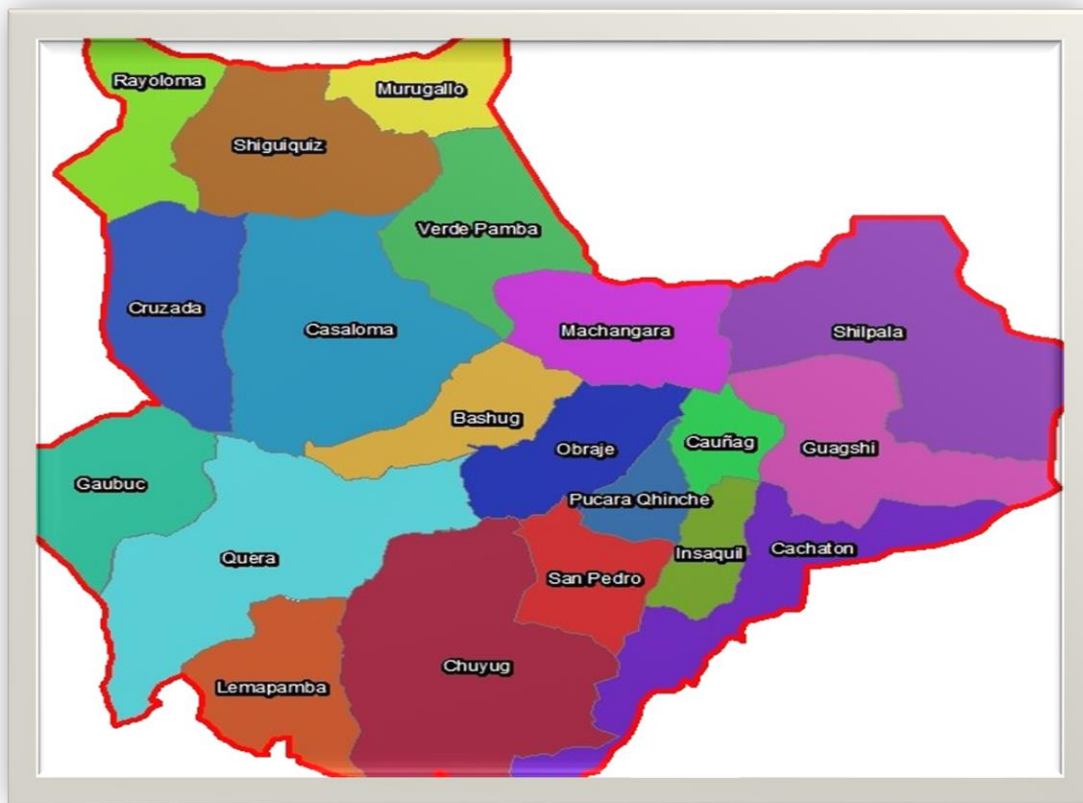
6.4. Diagnostico situacional de la parroquia Cacha.

6.4.1. Componente físico- Espacial

- **Ubicación geográfica**

Se encuentra ubicada a 11 km de la ciudad de Riobamba. Para llegar a la parroquia se debe tomar un bus de la cooperativa de transporte Rey Cacha, en las calles Barón de Carondelet y Carabobo esquina.

Figura 1 Ubicación geográfica



Nota. Adaptado de PDOT Cacha, por Unaucho (2023)

- **Características generales del territorio:**

- ❖ **Población:** 376 aproximadamente

- ❖ **Extensión:** 2638,57 Has.

- **Limite político administrativo:**

- ❖ **Norte:** Comunidad Chípate Alto

- ❖ **Sur:** Comunidades Pardo, San José, Parroquia Santiago de Quito, comunas de Alabado Grande, Monjas Alto.

- ❖ **Este:** Las comunidades de Tungurahuilla, Tzalarón y Parroquia de San Luis.

❖ **Oeste:** Gatazo Chico, Murunguil, Curiquina, Rinconada, Gatazo Zambrano, Alchabug y Santo Domingo de Ugshapamba.

- **Asentamientos humanos**

Se menciona los siguientes asentamientos: Amula Shiguiquis, Amula Casaloma, Amula Grande Rayoloma, Cruzada Hualiquiz, Cacha Chuyuc, Cacha Obraje, Cauñag, Cachaton San Francisco, Gaubuc, Huagshi, Lemapamba, Machangara, Pucara Quinche, San Miguel de Quera, San Pedro, San Antonio de Murogallo, San Antonio de Bashug, San Antonio de Shilpala, Verdepamba, Inzaquil (GAD Parroquial Cacha, 2022).

- **Reseña histórica**

El nombre de la Parroquia nace justamente con el advenimiento del Shiry XV (1463-1487). El rey de Cacha nació en el palacio de madera del lago Capac Cocha, del anejo Pucará Palacio de la actual parroquia. La importancia que tenía el pueblo de Cacha para los conquistadores hizo que fuera constituido en la primera encomienda del Reino de Quito, entonces sus autoridades encomendero y doctrinero, organizan la parroquia con carácter eminentemente eclesiástico. Cacha se constituyó en el asiento de los Reyes Duchicela, lugar de nacimiento de la última Reina de Quito, Paccha Duchicela (1487-1525), fue residencia privada de los reyes Duchicela y escogieron esta zona por ser un lugar estratégico para la defensa, así como por que se encontraba a cinco kilómetros de la ciudad administrativa de Liribamba.

El Historiador Juan Francisco Proaño habla de la existencia de un túnel de escape hacia el Sitio de las Delicias, en donde la montaña tupida daba albergue a pájaros y animales de cacería. “Lo cierto que allí está pucara-loma, la colina en donde se construyó la fortaleza que habla el Padre Juan de Velasco. Vista de lejos presenta el aspecto de hacinamiento de escombros, con muros destruidos y dispersos en suelos de canaguas que sin duda servía de reductos y parapetos; la colina tiene acceso solo por un extremo y mide trescientos metros de largo en la cumbre por unos cientos cincuenta metros de ancho de la base y está situada cerca de la capilla de Cacha”. Las hermosas lagunas unidas por canales invitaban al descanso y se circulaba en canoas de totoras desde un lugar a otro. Juan de Velasco habla sobre las ruinas de un grandioso palacio de madera construido en la mitad de la laguna de Capac Cocha

La historia de Cacha se remonta a la era preincaica, cargada de mitología, en la que, se dice, estas tierras estaban habitadas por una raza superior de hombres, entre los que había semi dioses y seres sabios que eran hijos de la sagrada naturaleza, de los amores entre los principales dioses, el Chimborazo y la Tungurahua. Los Cachas eran los únicos amos y señores de sus tierras, pero desde los periodos de gobierno de los Shyris VII, VIII, IX y X, fueron derrotados por los Puruhá (Caras), hasta que en el reinado de Shyri Carán, se domina estratégicamente a los Puruhá, mediante el casamiento de su única hija la Princesa Toa con el Príncipe Duchicela, hijo del Jefe máximo de los Puruhá. Duchicela Shyri XII (1300 -1370) consigue la paz y consolida las relaciones con los pueblos Caras, Cañarís. Paltas, Zarzas, Chimbos, Huancavilcas y Saraguro, fortaleciendo la unidad de la Confederación Quiteña, ante la amenaza e invasión

de los Incas del Perú; cuando Duchicela muere ocupa la corona su hijo Autachi Duchicela, Shyri XIII, que gobernó hasta el año 1430, tuvo dos hijos, el primogénito de nombre Hualca quien fue su sucesor, por poco tiempo, ya que fue destronado por el pueblo, asumió el mando, su último hijo, Hualcopo Duchicela (Shyri XIV) quien presidió el mando hasta 1463. La época Incaica abarca el periodo del Shyri XIV, periodo que inicia por el año 1450, cuando acontece la invasión Inca dirigida por Tupac-Yupanqui, los Incas ingresan por el sur del país, invadiendo las tierras del Chinchansuyo, Hualcopo, junto a otros grandes héroes militares como Eplicachima, Calicuchima y Pintag, enfrentaron a los Incas, resistieron valientemente sin aceptar ningún tipo de negociación con los invasores, pero el poderío militar de los vecinos invasores se impuso, asesinando a sus jefes y a más de 15.000 Puruháes. Ante la muerte de Hualcopo asume el poder Cacha, quien era su hijo mayor que igualmente fue derrotado por Huayna-Cápac, hijo de Tupac- Yupanqui, sin embargo, los Incas no lograban doblegar a la nación quiteña que se afianzaba unida cada vez más en la resistencia.

Componente Ecológico-Territorial

- **Clima**

Las comunidades de Cacha se encuentran en la parte alta de la cuenca Hidrográfica del río Pastaza, cuyo afluente principal es el río Chambo. Estas zonas son de precipitaciones variables, mal distribuidas en el año (entre 410 hasta los 615mm de precipitación anual).

- **Biofísico Ambiental**

Las características del suelo y el territorio de la parroquia Cacha se pueden diferenciar por fallas geológicas como: quebradas, pendientes, suelos distorsionados y deforestados, lo cual no permite instituir nuevos asentamientos debido a su topografía; la falta de un suelo productivo minimiza las posibilidades de incrementar las actividades productivas, al igual que la reducción en el recurso agua no solo afecta a la producción sino al fortalecimiento demográfico de la zona, esto alerta la complejidad para desarrollar actividades productivas, recreativas y asentamientos nuevos.

- **Producción y consumo responsable**

En la actualidad en la parroquia no existen políticas de prevención, reducción, reciclaje, reutilización y destino final adecuado para una gestión sostenible en el uso de los recursos naturales, por lo que es necesario lograr una cultura de reciclaje para obtener un crecimiento económico y desarrollo sostenible, siendo urgente reducir la huella ecológica, mediante un cambio en los métodos de producción y consumo de bienes y recursos. La agricultura es el principal consumidor de agua en el mundo y el riego representando hoy casi el 70% de toda el agua dulce disponible para el consumo humano, por tal es necesaria la gestión eficiente de los recursos naturales compartidos y la forma en que se eliminan los desechos tóxicos y los contaminantes, que son vitales para lograr la calidad de vida de los habitantes de la parroquia, por tal es indispensable instar y sensibilizar a: industrias, negocios y consumidores a crear cadenas de producción y suministro más eficientes que les permita adquirir una cultura de reciclaje, reduciendo los desechos sólidos, para mejorar la armonía del medio ambiente.

- **Recurso de Flora**

La flora en esta parroquia es muy limitada considerando que la mayoría de la superficie del territorio posee un alto nivel de deforestación, dentro de las especies herbáceas se encuentran las siguientes:

Tabla 10 Flora de la parroquia Cacha

FLORA		
Nombre común	Nombre científico	Uso
Eucalipto	Eucalyptus cinérea	Medicinal
Pino	Pinus sylvestris	Medicinal
Chilca	Baccharis latifolia	Medicinal
Carrizo	Cortaderia selloana	Medicinal
Rosa silvestre	Rosa rubiginosa	Medicinal
Diente de león	Taraxacum officinale	Medicinal
Kikuyo	Plennisetum clandestinum	Medicinal
Marco	Ambrosia peruviana	Medicinal
Santa maría	Tanacetum balsamita	Medicinal
Ortiga	Urtica dioica	Medicinal
Llantén	Plantago australis lam	Medicinal
Menta negra	Mentha x piperita	Medicinal
Mirto morado	Salvia farinácea	Medicinal
Pasto	Muhlenbergia lindheimeri	Alimentación de animales
Trébol de flor blanca	Trifolium repens	Alimentación de animales

Nota. Lista de recursos de flora de la parroquia Cacha, por Unaicho (2023).

- **Recurso de fauna**

De igual manera el recurso faunístico es limitado por la escasa y reducida presencia de ambientes naturales propios que permitan el desarrollo de las diferentes especies de mamíferos, aves, reptiles y anfibios. A continuación, se detalla en la tabla:

Tabla 11 *Fauna de la parroquia Cacha*

Fauna	
Nombre común	Nombre científico
Lobo de páramo	Lycalopex culpaeus
Ratón orejón	Phyllotis haggardi
Zorrillo rayado	Conepatus semistriatus
Conejo de páramo	Sylvilagus andinus
Gavilán andino	Accipiter
Colibrí /rayito brillante	Lesbia victoriae/aglaeactis cupripennis
Tórtola	Zenaida auricula
Quilico	Falco sparverius
Mirlo	Turdus fuscater
Sapo de la sierra	Lithobates sierramandrensis
Lagartija	Liolaemus sp

Nota. Lista de recursos de fauna de la parroquia Cacha, por Unaicho (2023).

Componente Socio Cultural

- **Población**

En el censo del año 2001 se determinó que el cantón Riobamba tenía una población de 193.315 habitantes. Según el censo del año 2010, el cantón Riobamba contaba con 225.741 habitantes, y las proyecciones demográficas del INEC indican que para el año 2014, tendremos una población de 246.861 personas, de las cuales al año del último censo el 52.7% son mujeres y el 47.3% son hombres. La población total de Cacha según el estudio realizado en el año 2011 por el gobierno parroquial, previo a la elaboración del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial es de aproximadamente 3376 habitantes; considerando además las estadísticas manejadas por el gobierno central (INEC 2010), Cacha tiene una población de 3160 habitantes hasta el año 2010, en donde se observa una tasa de crecimiento decreciente de -1,40, constituyéndose a la vez una tasa de crecimiento positiva para el cantón Riobamba en un 1,40%.

- **Demografía**

De acuerdo con los datos levantados por las Juntas Administradoras la población total representa básicamente, la composición por edad y sexo de la población, destacando que el 47,04% de la población son hombres y el 52,96% son mujeres.

- **Estructura familiar**

La estructura familiar en la parroquia Cacha está conformada mayoritariamente por jefes de familia hombres en un 69,12% a nivel parroquial, cabe indicar que las mujeres han asumido el rol de jefes de familia, por ausencia de sus esposos que han migrado de la parroquia,

como es el claro ejemplo de la comunidad Cacha Chuyuc que existe un 11,25% del total de la comunidad que han asumido su rol de jefe de familia.

- **Pobreza**

De acuerdo a los datos emitidos por el INEC, en la parroquia Cacha existe un porcentaje alto de pobreza estimado para el 2020 de 78,71% generados por las necesidades básicas insatisfechas de una persona por falta de recursos como la alimentación, la vivienda, la educación, la asistencia sanitaria, el agua potable o la electricidad; al igual que en el territorio existe un alto porcentaje de pobreza extrema de 39,96%, lo que refleja que la parroquia tiene ingresos familiares bajos que no le permiten abastecer ni en la alimentación diaria de sus hogares.

- **Educación**

En la parroquia Cacha existían 29 centros de educación, todos fiscales, y los niveles que ofrecían son: educación básica y bachillerato, además de alfabetización, los niños menores de 5 años no tienen un centro de educación inicial. Actualmente existen 7 establecimientos educativos funcionando debido a las políticas públicas de educación.

- **Idioma**

Es la lengua propia de un pueblo o nación de comunicación lingüística, es su modo particular de comunicación, siendo el caso de la parroquia el idioma kichwa e hispana.

- **Vestimenta**

La indumentaria que expresa la identidad cultural de la parroquia Cacha empleada por el hombre adulto es la utilización de pantalón blanco, alpargata de caucho, camisa cerrada blanca, poncho Coco de diferentes colores dependiendo el rango, poncho de trabajo (jirga, siquipata poncho, chusma); sombrero de lana, si es ritual sombrero bicolor blanco – verde.

- **Tradiciones en las parroquias**

En la parroquia Cacha se denota, un conjunto de bienes culturales que se han venido transmitiendo de generación en generación dentro del territorio, he decir un conglomerado de costumbres y manifestaciones que han considerado valiosas y las mantienen para que sean aprendidas por las nuevas generaciones, como una parte importante en el legado cultural de la parroquia.

- **Cuentos y leyendas ancestrales e historia de la parroquia**

Las narraciones literarias breves de hechos imaginarios, que caracterizan a la parroquia son: la historia local sobre la Laguna de Pucará, el cuento del cóndor cazador, el cuento del Antog Alla, la leyenda del Antun-aya y la historia de la construcción de la iglesia; se denota que en la comunidad de Machángara a pesar de ser la cabecera parroquial se desconocen los cuentos o leyendas ancestrales.

- **Agricultura**

La agricultura, satisface las necesidades básicas de fibra y alimentos humanos, es económicamente viable y mejora la calidad de vida del productor y la sociedad. Un manejo sostenible de los agroecosistemas queda definido por una equilibrada combinación de tecnologías, políticas y actividades, basada en principios económicos y consideraciones ecológicas, a fin de mantener o incrementar la producción agrícola en los niveles necesarios para satisfacer las crecientes necesidades y aspiraciones de la población en aumento, pero sin degradar el ambiente. La conservación de los recursos productivos y del medio ambiente

constituyen las dos exigencias básicas de la variable ecológica. La oferta de alimentos sanos y seguros a un costo razonable de los sistemas de producción son las dimensiones socioeconómicas de la agricultura sostenible, debido a la falta de oportunidades en la parroquia la mayoría de habitantes que migran a la ciudad y por ende las actividades económicas productivas son básicas. En la parroquia Cacha, los productos más preponderantes son la cebada con un valor aproximado de 20 hectáreas, las habas con un valor aproximado de 16 hectáreas y el maíz con un valor aproximado de 15 hectáreas, siendo los meses de cosecha entre los meses de octubre a diciembre, los cuales son repartidos en la Feria de Cajabamba y los diferentes mercados del cantón Riobamba.

- **Gastronomía**

Su gastronomía está basada en la elaboración de sus platos con productos de la misma zona por tal razón sus aromas, texturas y sabor son auténticos los platos son los siguientes:

- Papas con cuy
- Colada morada
- Colada de machica
- Chicha
- Papa timbu con habas y melloco
- Sopa de quinua
- Arroz de cebada

Componente Político Administrativo

Los gobiernos locales descentralizados tendrán la libertad de actuar como organismos autónomos en sus aspectos políticos, administrativos y financieros creando un nivel de solidaridad e igualdad territorial, involucrando a los miembros de las comunidades como actores sociales y de esa manera impulsar el turismo comunitario y sus servicios. A continuación, se presenta el organigrama correspondiente al Gad Parroquial:

Figura 2 *Componente político administrativo de la parroquia Cacha*

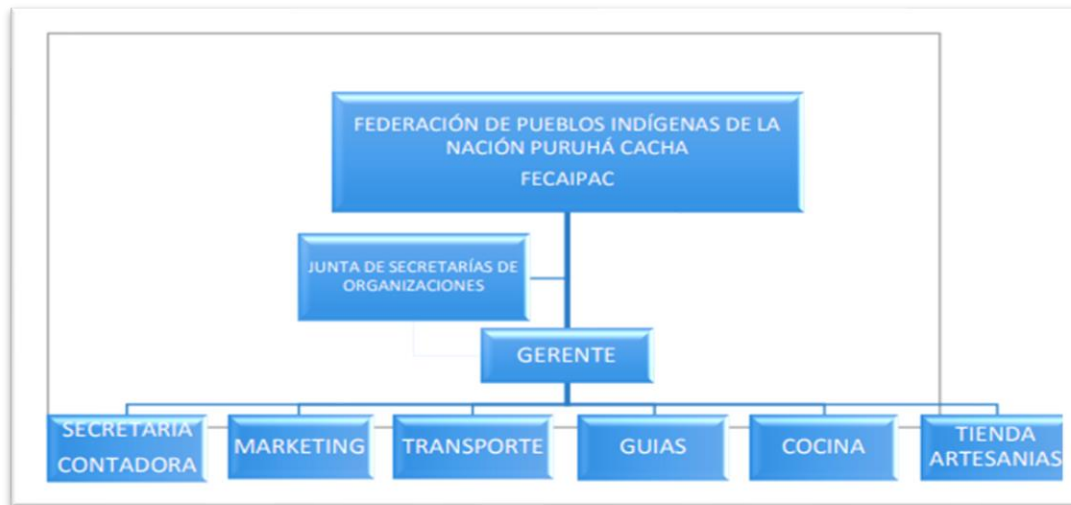


Nota. Componente político administrativo de la parroquia Cacha, por Unaicho (2023).

El Gad parroquial en su plan territorial menciona a 23 comunidades, las cuales poseen estructuras de bases turísticas, además éstas son conformadas jurídicamente por líderes de las

comunidades llamada Federación de Pueblos Indígenas de la Nación Puruhá Cacha, Fecaipac son los que determinan las acciones turísticas que ejerce el Centro Comunitario Turístico Pucara Tambo, su estructura orgánica está compuesta de la siguiente manera:

Figura 3 Estructura orgánica



Nota. Estructura orgánica de la parroquia Cacha, por Unaicho (2023).

6.5. Desarrollo de la propuesta

Para el desarrollo de la propuesta se inicia realizado un diagnóstico situacional FODA con el propósito de identificar Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que se encuentran en la parroquia Cacha, de la misma manera se realiza la matriz de estrategias de cambio para definir estrategias relevantes, finalmente se diseña el programa de capacitación dirigido a los prestadores de servicio turístico de la parroquia Cacha.

1. Diagnóstico situacional FODA

Tabla 12 *Diagnóstico FODA*

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Renombre de la parroquia	Difusión de la cultura
Servicios básicos	Servicios de calidad
Potencial turístico dentro de la parroquia	Incremento de la demanda turística
Presupuesto por parte del GAD Parroquial	Crecimiento económico para la población
Apoyo de la población para mingas comunitarias	Facilidades para microemprendimientos
DEBILIDADES	AMENAZAS
Limitado acceso de transporte público a la parroquia	Desacuerdos políticos
Carencia de personal capacitado en el ámbito turístico	Crisis económica
Limitada promoción turística	Competencia en el mercado turístico
Ausencia de capacitaciones en atención y servicio al cliente	Inseguridad
Limitado conocimiento del turismo comunitario por parte de la población	Desastres naturales o Pandemias

Nota. Diagnóstico situacional F.O.D.A. de la parroquia Cacha, por Unaicho (2023).

2. Matriz de estrategias de cambio

Tabla 13 Matriz de estrategias de cambio

<p>PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS</p> <p>PERFIL DE FORTALEZAS Y DEBILIDADES</p>	<p>FORTALEZAS</p>	<p>DEBILIDADES</p>
	<p>OPORTUNIDADES</p>	<p>Estrategia FO</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Difusión de la cultura 2. Servicios de calidad 3. Incremento de la demanda turística 4. Crecimiento económico para la población 5. Facilidades para microemprendimientos 	<p>Aprovechar la conservación y los convenios del patrimonio turístico. (F1.O1.O2.) Fomentar las actividades turísticas a fin de garantizar la calidad de vida. (F2.O2)</p>	<p>Mejorar la calidad de vida y la atención del cliente para satisfacer las necesidades. (O1.D1) Realizar convenios que aporten en la planificación turística. (O2.D2) Utilizar los recursos naturales y culturales acorde a la demanda del mercado. (O3.D3)</p>
<p>AMENAZAS</p>	<p>Estrategia DO</p>	<p>Estrategia DA</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Desacuerdos políticos 2. Crisis económica 3. Competencia en el mercado turístico 4. Inseguridad 5. Desastres naturales o Pandemias 	<p>Fomentar la conservación de los recursos naturales a través de programas de capacitación. (F1.A1) Planificar actividades que están competitivas en el mercado. (F2.A2)</p>	<p>Organizar la atención al cliente con estrategias viables. (D1.A1) Realizar un estudio de mercado para buscar oportunidades. (D3.A3)</p>

Nota. Matriz de estrategias de cambio de la parroquia Cacha, por Unaicho (2023).

3. Diseño del programa de capacitación

Para diseñar el programa se tomó en cuenta las estrategias más relevantes de la matriz de estrategias de cambio con la finalidad de desarrollar 3 programas de capacitación. El primero dirigido a la organización comunitaria en el ámbito turístico, seguido del diseño de un producto turístico, finalmente capacitar a los prestadores de servicios turísticos comunitarios. A continuación, se detalla los planes de la siguiente manera:

Tabla 14 Programa de capacitación 1

CAPACITACIÓN 1		
Tema	Organización comunitaria en el ámbito turístico.	
Objetivo	Organizar a la población de la parroquia Cacha para fortalecer el desarrollo turístico.	
Descripción	El programa se desarrollará con personal capacitado donde compartirán sus conocimientos a la población, con la finalidad de mejorar la calidad de vida y brindar servicios que satisfagan las necesidades de los turistas.	
Beneficiarios	Población de la parroquia Autoridades del GAD Turistas que visitan la parroquia Cacha.	
Temáticas	<p>MODULO I</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es la organización comunitaria? • ¿Por qué es importante la organización comunitaria? • Pasos, cualidades y requisitos de una buena organización <p>MODULO II</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo es una estructura organizativa? • Comunicación efectiva • Trabajo en equipo <p>MODULO III</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atención al cliente. • La importancia de turismo en las comunidades. • Importancia de la oferta turística. 	
Inversión	Viáticos a los capacitadores – 60\$ Material de capacitación – 40\$ TOTAL= 100\$	
Duración	2 días (4 horas diarias)	
Plazo establecido	Durante el periodo 2023-2027 se realizará de manera semestral.	
	Responsable	Lugar
	<ul style="list-style-type: none"> • Representante de dirección de turismo Riobamba. • Presidente de la parroquia. 	Instalaciones de la Parroquia Cacha (Salas del centro
		Recursos
		<ul style="list-style-type: none"> • Recursos humanos: Ponentes. • Recursos Tecnológicos: Laptop. Proyector.

<ul style="list-style-type: none"> • Técnico de turismo de la prefectura de Chimborazo 	turístico y cultural Pucara Tambo).	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos materiales: Esferos, hojas, marcadores, certificados. • Recursos económicos Gastos de la ejecución del programa.
CONVENIOS		
<ul style="list-style-type: none"> • Dirección de turismo, Riobamba • Prefectura de Chimborazo • MINTUR 		

Nota. Diseño de programa de capacitación para la parroquia Cacha, por Unaicho (2023).

Tabla 15 Programa de capacitación 2

CAPACITACIÓN 2		
Tema	Diseño de un producto turístico.	
Objetivo	Diseñar un producto turístico involucrando recursos, atractivos y servicios que se encuentran dentro del turismo comunitario de la parroquia Cacha.	
Descripción	El programa se desarrollará en base a la necesidad que tiene la población en aprender y obtener más conocimientos sobre el diseño de un producto turístico.	
Beneficiarios	Población de la parroquia Autoridades del GAD Turistas que visitan la parroquia Cacha.	
Temáticas	<p style="text-align: center;">MODULO I</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es un producto turístico? • Características que debe tener un producto turístico. • Beneficios de un producto turístico. <p style="text-align: center;">MODULO II</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo diseñar un producto turístico? • Establecer un nombre al producto • Definir objetivos <p style="text-align: center;">MODULO III</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de productos turísticos propuestos. • Diseño y mapeo de un producto turístico. • Establecer el segmento a quien va dirigido y análisis de factibilidad. 	
Inversión	Viáticos a los capacitadores – 60\$ Material de capacitación – 40\$ TOTAL= 100\$	
Duración	2 días (4 horas diarias)	
Plazo establecido	Durante el periodo 2023-2027 se realizará de manera semestral.	
Responsables	Lugar	Recursos
<ul style="list-style-type: none"> • Representantes de dirección de turismo Riobamba. • Presidente de la Parroquia. • Técnico de turismo de la prefectura de Chimborazo. 	Instalaciones de la Parroquia Cacha (Salas del centro turístico y cultural Pucara Tambo).	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos humanos: Ponentes. • Recursos Tecnológicos: Laptop. Proyector. • Recursos materiales: Esferos, hojas, marcadores, certificados. • Recursos económicos: Gastos de la ejecución del programa.
CONVENIOS		
<ul style="list-style-type: none"> • Dirección de turismo, Riobamba • Prefectura de Chimborazo • MINTUR 		

Nota. Diseño de programa de capacitación para la parroquia Cacha, por Unaicho (2023).

Tabla 16 Programa de capacitación 3

CAPACITACIÓN 3		
Tema	Capacitación a prestadores de servicios turísticos comunitario.	
Objetivo	Capacitar a los prestadores de servicio turístico comunitario en el ámbito de atención y servicio al cliente.	
Descripción	El programa tendrá un enfoque en la mejora de calidad de los servicios turísticos existentes en la parroquia Cacha.	
Beneficiarios	Población de la parroquia. Autoridades del GAD. Turistas que visitan la parroquia Cacha.	
Temáticas	<p style="text-align: center;">MODULO I</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es servicio al cliente? • ¿Cuál es su importancia? • ¿Cómo se involucra en el ámbito turístico? <p style="text-align: center;">MODULO II</p> <ul style="list-style-type: none"> • Habilidad de comunicación. • Conocimiento de productos. • Identificación del tipo de cliente. <p style="text-align: center;">MODULO III</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en equipo y colaboración. • Resolución de problemas y toma de decisiones • Retro alimentación y mejora continua. 	
Inversión	Viáticos a los capacitadores – 60\$ Material de capacitación – 40\$ TOTAL= 100\$	
Duración	2 días (4 horas diarias)	
Plazo establecido	Durante el periodo 2023-2027 se realizará de manera semestral.	
Responsables	Lugar	Recursos
Representante de dirección de turismo Riobamba. Presidente de la parroquia. Técnico de turismo de la prefectura de Chimborazo.	Instalaciones de la Parroquia Cacha (Salas del centro turístico y cultural Pucara Tambo).	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos humanos: Ponentes. • Recursos Tecnológicos: Laptop. Proyector. • Recursos materiales: Esferos, hojas, marcadores, certificados. • Recursos económicos: Gastos de la ejecución del programa.
CONVENIOS		
<ul style="list-style-type: none"> • Dirección de turismo, Riobamba • Prefectura de Chimborazo • MINTUR 		

Nota. Diseño de programa de capacitación para la parroquia Cacha, por Unaicho (2023).

BIBLIOGRAFÍA

- Abero, L., Berardi, L., Capocasale, A., & Rojas, R. (2015). Investigación Educativa. Obtenido de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20150610045455/InvestigacionEducativa.pdf>
- Agualsaca, L. (2016). Aplicación publicitaria en lengua kichwa, de la parroquia cacha, como estrategia de difusión cultural en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, durante el periodo febrero – abril del 2012. Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo . Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/2177>
- Álava, A. (2013). Programa De Capacitación Dirigido A La Unión De Asociaciones De Prestadores De Servicios Turísticos Del Cantón Playas Provincia Del Guayas. Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, extensión Playas. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/689/1/85.-ALAVA%20ALAREZ%20AMNABELLI.pdf>
- Alcívar, I., & Mendoza, J. (2020). Modelo de gestión del turismo comunitario orientado hacia el desarrollo sostenible de la comunidad de Ligüiqui en Manta, Ecuador. Rotur, revista de ocio & turismo . Obtenido de <https://doi.org/10.17979/rotur.2020.14.1.5849>
- Auquilla, H. (2020). Organización del turismo comunitario de la parroquia de Pungalá del cantón Riobamba. Riobamba: Universidad Nacional de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/7709>
- Benites, L. (2021). statologos. Obtenido de <https://statologos.com/muestreo-de-conveniencia/>
- Cabanilla, E. (2018). Turismo comunitario en América Latina, un concepto en construcción. Siembra. Obtenido de <https://doi.org/10.29166/siembra.v5i1.1433>
- Caravaca, E. (2020). Andalucialab. Obtenido de Herramientas para alcanzar la excelencia en turismo: <https://www.andalucialab.org/blog/herramientas-excelencia-turismo/>
- DataTur. (2015). DataTur. Obtenido de <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>
- Escudero, C., & Cortez, L. (2017). Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica. Machala: Universidad Técnica de Machala. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14209/1/Cap.3-Dise%C3%B1o%20de%20investigaci%C3%B3n%20cualitativa.pdf>
- Espinoza, E. (2020). El objetivo en la investigación. Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas.
- Falcón, V., Pertile, V., & Ponce, B. (2019). La encuesta como instrumento de recolección de datos sociales. Resultados diagnóstico para la intervención en el barrio Paloma de La Paz (La Olla) - Ciudad De Corrientes (2017-2018). La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Obtenido de https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.13544/ev.13544.pdf
- Fernández, H. (2020). Tipos de justificación en la investigación científica. Obtenido de <https://doi.org/10.33970/eetes.v4.n3.2020.207>
- Flores, M. (2020). ESCRIBD. Obtenido de Investigación Documental y de Campo: <https://es.scribd.com/document/646973563/1-4-Investigacion-documental-y-de-campo>

- González, J. (2023). Tipos de tesis de investigación: metodologías y estructura de cada una. Santo Domingo: Instituto Tecnológico de Santo Domingo. Obtenido de Tipos de tesis de investigación: metodologías y estructura: <https://www.intec.edu.do/oferta-academica/postgrado/articulos-de-postgrado/tipos-de-tesis-de-investigacion-metodologias-y-estructura>
- Guerrero, Hernández, & Díaz. (2017). Marketing aplicado en el sector empresarial. UTMACH. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14271/1/Cap.3-Producto%2C%20precio%2C%20plaza%2C%20publicidad%20y%20promoci%C3%B3n.pdf>
- Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). Obtenido de tesisplus.com:<https://tesisplus.com/investigacion-descriptiva/investigacion-descriptiva-segun-autores/>
- Hernández, Fernández, & Baptista. (2010). Metodología De La Investigación Paperback. México D.F. Obtenido de <https://investigaliacr.com/investigacion/la-encuesta-y-el-cuestionario/>
- Hernández, R. (2019). Proceso de investigación Mixto. Obtenido de <https://www.postgradoune.edu.pe/pdf/documentos-academicos/ciencias-de-la-educacion/15.pdf>
- Herrera, J. (2021). Cultura y Turismo Comunitario en la Parroquis Cubijés, Cantón Riobamba. Riobamba: Universidad Nacional d Chimborazo. Obtenido de Repositorio Digital UNACH: <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/7619>
- Hormaza, G., & Torres, R. (2020). El patrimonio cultural en los servicios turísticos de la provincia de Manabí, Ecuador. Revista Pasos. Obtenido de https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/20493/PS_18_3%20_%282020%29_03.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Jara, C. (2016). Terryconsultores.com. Obtenido de <https://www.terryconsultores.com/2021/03/04/informacion-turistica/>
- Lifeder. (2022). Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-correlacional/>
- Lopez, D. (2020). Obtenido de Issu: https://issuu.com/lopezdavid2071/docs/oportunidad_de_inversion_turistica_en_santiago_de_s/11055397
- Lopez, D. (2020). Issu. Obtenido de https://issuu.com/lopezdavid2071/docs/oportunidad_de_inversion_turistica_en_santiago_de_/1
- López, G. (2019). La calidad y servicios turísticos en la Parroquia de Salinas de Guaranda, Provincia de Bolívar. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/5905>
- Macías, S. (2017). Servicios turísticos y su incidencia en la satisfacción del turista que visita el recinto Puerto El Morro, provincia del Guayas. La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/46000/4135/UPSE-THT-2017-0009.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Manzur, M., & Villalba, B. (2008). Guía Técnica De Buenas Prácticas Recursos Naturales Agua, Suelo, Aire Y Biodiversidad. Santiago: Subsecretaría De Agricultura, Comisión

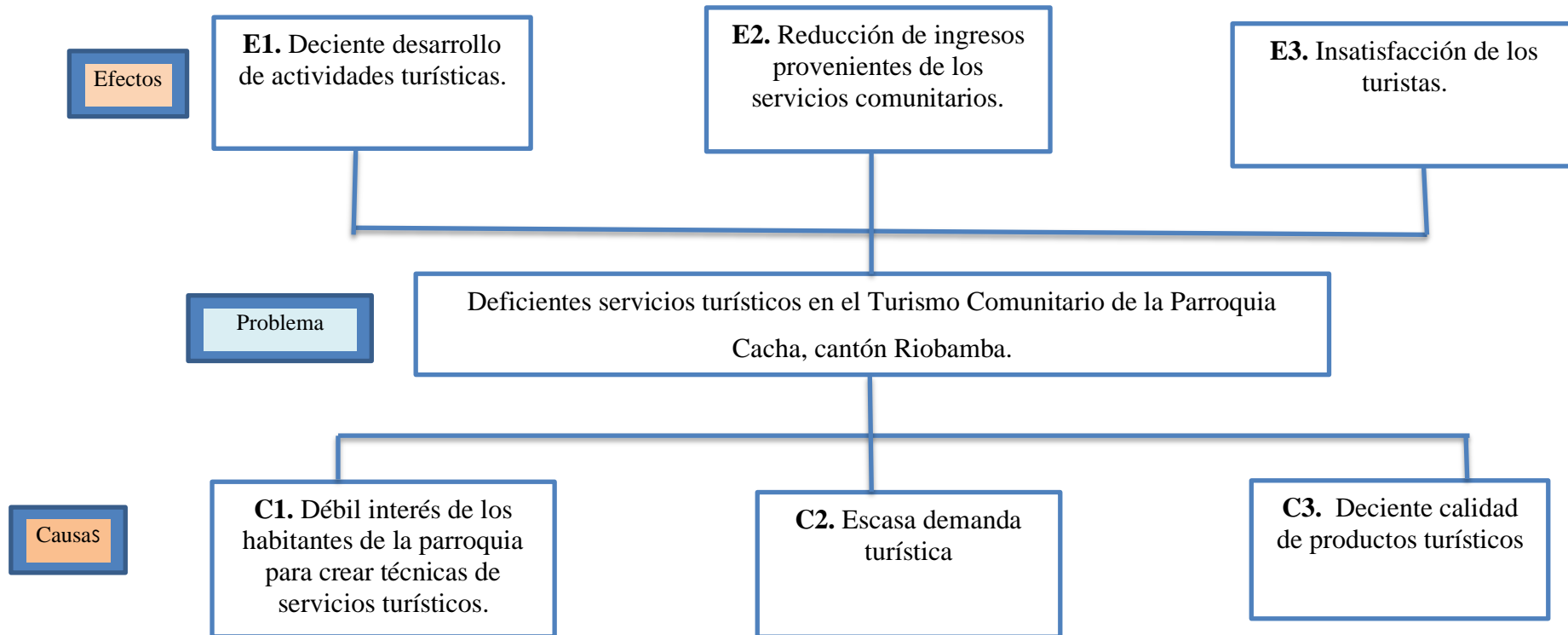
- Nacional De Buenas Prácticas Agrícolas. Obtenido de https://www.conaf.cl/cms/editorweb/GEF-BM/Apendice-7_04-Guia_Buenas_Practicas_Recursos_Naturales.pdf
- Ministerio de Turismo. (2007). Diseño del plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador “PLANDETUR 2020”. Ecuador: Cooperación técnica BID. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_nlinks&pid=S1870-9036201800010016400012&lng=en
- Ministerio De Turismo. (2020). Producto turístico. Azuay: Conagopare Azuay. Obtenido de <https://conagopareazuay.gob.ec/w30/wp-content/uploads/2020/12/PRODUCTO-TURISTICO.pdf>
- MINTUR. (2018). Manual Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos. Playa Murciélago. Manta, Ecuador. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRACTIVOS-TURISTICOS.pdf>
- Montalvo, A. (2011). El turismo comunitario como alternativa sustentable de desarrollo para tres comunidades kichwa del Alto Napo de la Región Amazónica Ecuatoriana (RAE) : un análisis desde los arreglos socio-económicos y el territorio. Quito : FLACSO Sede Ecuador. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10469/3276>
- Nicolas, P. (2023). Marketing local: definición, ventajas, y estrategia [Guía 2023]. Obtenido de <https://www.intotheminds.com/blog/es/marketing-local/>
- Ordoñez, A., & Ochoa, P. (08 de Marzo de 2020). Ambiente, sociedad y turismo comunitario: La etnia Saraguro en Loja – Ecuador*. Obtenido de www.redalyc.org: <https://www.redalyc.org/journal/280/28063431015/>
- Ordoñez, A., & Ochoa, P. (2019). Ambiente, sociedad y turismo comunitario: La etnia Saraguro en Loja – Ecuador. Redalyc . Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/280/28063431015/>
- Pandi, M. (2015). El Turismo Comunitario Y Su Incidencia Actual En El Desarrollo Turístico En La Comunidad Pucará Grande Perteneciente A La Parroquia De Pilahuín Cantón Ambato Provincia De Tungurahua. Ambato: Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/14883>
- Parra, G., & Ibarra, F. (2021). Gestión de emprendimiento y su incidencia en la promoción del turismo comunitario. Conciencia Digital . Obtenido de <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v4i4.1.1928>
- Pine, & Gilmore. (2020). Aplicación del enfoque experiencial a la innovación de marketing de destinos turísticos: Recomendaciones para su implementación en Ecuador. scielo, 63-76. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512020000300063
- Prado, R. (2023). Las Actividades Recreativas Y El Uso Del Tiempo Libre De Los Adolescentes: Revisión Sistemática. GADE.
- Proaño, Y., & Macías, G. (2022). El turismo de aventura y los servicios turísticos en el cerro Teligote. Ambato : Universidad Técnica de Ambato . Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/34402>
- Ramírez, A. (2018). Construcción de objetivos. Guadalajara: Universidad de Guadalajara. Obtenido de

<http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/1906/1/Construccion%20de%20objetivos.pdf>

- Ramírez, D. (2019). El perfil del turista que visita la comuna Dos Mangas, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2017. La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5071>
- Rodríguez, D. (2022). Definición de Técnica. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/tecnica/>
- Sánchez, J., & Alonso, M. (2021). Servicio turístico. Obtenido de Otra Piel : <https://www.otrapieldesign.com/post/servicio-tur%C3%ADstico>
- Smith, V. (2012). Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism. Philadelphia: University of Pennsylvania Press. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/tipos-de-turistas-que-existen/>
- Troitiño, M., García, M., & Calle, M. d. (2011). Las actividades turístico-recreativas en los Planes de Gestión de los Sitios Patrimonio Mundial. El caso de Aranjuez, Paisaje Cultural de la Humanidad. Cuadernos de Turismo. Obtenido de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/140281>
- UNWTO. (2019). Tourism Definitons OMT. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>
- Xoe. (2023). Felices vacaciones . Obtenido de <https://www.felicesvacaciones.es/blog/que-significa-sitio-turistico>

ANEXOS

Anexo 1. Árbol de problemas



Anexo 2. Matriz de operalización de variables

Tabla 17 Matriz de operalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES O CATEGORÍAS	DEFINICIÓN	INDICADORES	MÉTODO, TÉCNICA E INSTRUMENTO
VARIABLE INDEPENDIENTE	El servicio turístico comprende el conjunto de <u>técnicas</u> relativas a la transferencia y venta de bienes turísticos del productor al consumidor.	Técnicas de servicios turísticos	Una técnica de servicios turísticos es el concepto universal del <u>procedimiento</u> que se realiza para ejecutar una determinada tarea. En el uso de la técnica se emplean muchas <u>herramientas</u> , con el fin de concretar los <u>objetivos</u> de la responsabilidad adquirida (Rodríguez, 2022).	<ul style="list-style-type: none"> • Procedimiento • Herramientas • Objetivos 	<p>Método:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Descriptiva. • Correlacional. • Deductiva. • Analítico. <p>Técnica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Encuesta <p>Instrumento:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario
SERVICIOS TURÍSTICOS	Constituye política de entidades turísticas en relación con la <u>oferta y la demanda</u> , preparación del <u>producto turístico</u> para la venta, distribución del mismo, comercio y satisfacción óptima de	<p>Demanda turística</p> <hr/> <p>Producto turístico</p>	<p>Según, García, Díaz, Upegui, & Velásquez (2016) determinan que “la demanda turística es una <u>variable</u> que aporta a la formación del <u>precio</u>”. Es decir, la demanda establece precios entre <u>compradores y vendedores</u> donde sin ellos no es mercado.</p> <hr/> <p>Es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos,</p>	<p>Oferta local</p> <p>Precio</p> <p>Perfil</p> <hr/> <p>Atractivos turísticos</p>	

	necesidades de un segmento determinado de consumidores (Ramírez, 2016)		así como los <u>atractivos turísticos</u> , las <u>instalaciones</u> , los <u>servicios</u> y <u>las actividades</u> en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de marketing de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes (UNWTO, 2019).	Instalaciones Servicios y actividades	
VARIABLE DEPENDIENTE TURISMO COMUNITARIO	Es la <u>actividad turística</u> que tienen por objeto la estadía en comunidades locales ubicadas en el medio rural organizadas alrededor de la prestación de <u>servicios</u> turísticos en beneficio de la comunidad, supone la búsqueda por parte del <u>turista</u> de elementos históricos,	Actividad turística Servicios Turísticos	Comprende aquellos actos que realizan las personas o visitantes para que puedan acontecer hechos de carácter Turístico-Recreacional. Es la suma de todas aquellas empresas que invierten valiosos <u>recursos</u> para producir <u>bienes y servicios</u> en beneficio de las comunidades anfitrionas. (DATATUR, 2018). “Es el conjunto de <u>actividades</u> perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de <u>servicios</u> planteadas por la <u>composición</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Visitantes • Recursos naturales • Bienes y servicios 	<p>Método:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Descriptiva. • Correlacional. • Deductiva. • Analítico. <p>Técnica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Encuesta <p>Instrumento:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario

<p>culturales, medioambientales y autóctonos de dichas comunidades. (Cabanilla,2021)</p>	<p>Turista</p>	<p><u>socioeconómica</u> del tipo de turistas ”. (Ramírez, 2016)</p>	<p>Un turista es un <u>visitante</u> que viaja hacia un determinado <u>sitio</u>, generalmente lejano y de forma temporal, para realizar <u>actividades turísticas</u>. (Chavez, s.f.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Visitante • Sitio • Actividades turísticas
--	----------------	--	---	--

Anexo 3. Matriz de consistencia

Tabla 18 Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES/ DIMENSIONES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN
<p>GENERAL ¿Cómo se relaciona los servicios turísticos con el turismo comunitario de la parroquia Cacha, Cantón Riobamba?</p>	<p>GENERAL Analizar la relación de servicios turísticos con el turismo comunitario de la parroquia Cacha, Cantón Riobamba.</p>	<p>GENERAL Los servicios turísticos se relacionan con el turismo comunitario de la parroquia Cacha, Cantón Riobamba.</p>	<p>Variable Independiente Servicios turísticos</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Técnicas de servicios turísticos • Demanda turística • Producto turístico 	<p>Tipo investigación: Investigación Descriptiva Correlacional</p> <p>Diseño investigación: Investigación Cuantitativa Cualitativa Mixta</p>	<p>de Variable independiente Servicios turísticos Prestadores de servicios de la parroquia Cacha, Cantón Riobamba.</p> <p>de</p>
<p>ESPECÍFICOS ¿Cómo se relacionan las técnicas de servicios turísticos con el turismo comunitario de la parroquia Cacha, Cantón Riobamba?</p>	<p>ESPECÍFICOS Establecer la relación de las técnicas de servicios turísticos con el turismo comunitario de la parroquia Cacha,</p>	<p>ESPECÍFICOS Las técnicas de servicios turísticos se relacionan con el turismo comunitario de la parroquia Cacha, Cantón Riobamba.</p>	<p>Variable Dependiente Turismo comunitario.</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actividad turística • Servicios • Turista 		<p>Variable dependiente Turismo Comunitario Turistas que ingresan a la parroquia.</p>

Cantón
Riobamba.

¿Cómo se relaciona
la demanda turística
con el turismo
comunitario de la
parroquia Cacha,
Cantón Riobamba?

Establecer la
relación de la
demanda turística
con el turismo
comunitario de la
parroquia Cacha,
Cantón
Riobamba.

La demanda turística
se relaciona con el
turismo comunitario
de la parroquia Cacha,
Cantón Riobamba.

¿Cómo se relacionan
los productos
turísticos con el
turismo comunitario
de la parroquia Cacha,
Cantón Riobamba?

Establecer la
relación de los
productos
turísticos con el
turismo
comunitario de la
parroquia Cacha,
Cantón
Riobamba.

Los productos
turísticos se
relacionan con el
turismo comunitario
de la parroquia Cacha,
Cantón Riobamba.

Anexo 4. Instrumentos de evaluación

Instrumentos de evaluación, variable independiente – Servicios turísticos



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO
ENCUESTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS

ESTE CUESTIONARIO ES DIRIGIDO A LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA PARROQUIA CACHA, CANTÓN RIOBAMBA.

Formulario N°: -----

Fecha de la encuesta: /...../...../...../

Encuestadora: Blanca Patricia Unaicho Alomoto.

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

Recopilar datos verídicos sobre Servicios Turísticos de la parroquia Cacha, cantón Riobamba.

INSTRUCCIONES Y CONFIDENCIALIDAD

- a. La encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos serán confidenciales y la investigadora se compromete con la reserva del caso.
- b. Lea detenidamente los ítems y marque con una (X) las respuestas.
- c. Valore la calidad del servicio turístico comunitario en base a la escala de valoración:
- 1 = Muy Malo
 - 2 = Malo
 - 3 = Bueno
 - 4 = Muy Bueno
 - 5 = Excelente
- d. Según su criterio real conteste los siguientes ítems.

I. INFORMACIÓN GENERAL

a) Género

Masculino		Femenino	
-----------	--	----------	--

b) Edad

15-25		26-36		37-47		48-58		Más 59	
-------	--	-------	--	-------	--	-------	--	--------	--

c) Nivel de instrucción

Primaria Básica		Secundaria		Tercer nivel		Cuarto nivel	
--------------------	--	------------	--	--------------	--	--------------	--

II. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

N°	ÍTEMS	PARÁMETRO				
Dimensiones	TÉCNICAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS	1	2	3	4	5
		Muy malo	Malo	Bueno	Muy Bueno	Excelente
1	El procedimiento en el desarrollo del centro turístico comunitario.					
2	Herramientas para el funcionamiento del centro turístico comunitario.					
3	Objetivos trazados dentro del centro turístico comunitario.					
Dimensiones	DEMANDA TURÍSTICA					
4	Oferta local del centro turístico comunitario.					
5	Precios establecidos en el centro turístico comunitario.					
6	Perfil de los turistas del centro turístico comunitario.					
Dimensiones	PRODUCTO TURÍSTICO					
7	Atractivos turísticos de la parroquia Cacha					
8	Instalaciones del centro turístico comunitario.					
9	Servicios y actividades que se desarrollan en el centro turístico comunitario.					

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Instrumentos de evaluación, variable dependiente – Turismo comunitario



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO
ENCUESTA DE TURISMO COMUNITARIO**

CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS TURISTAS QUE INGRESAN A LA PARROQUIA.

Formulario N°: -----

Fecha de la encuesta: /...../...../...../

Encuestadora: Blanca Patricia Unaicho Alomoto.

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

Recopilar datos sobre el turismo comunitario existente en la parroquia Cacha, cantón Riobamba.

INSTRUCCIONES Y CONFIDENCIALIDAD

- a. La encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos serán confidenciales y la investigadora se compromete con la reserva del caso.
- b. Lea detenidamente los ítems y marque con una (X) las respuestas.
- c. Valore la calidad del servicio turístico comunitario en base a la escala de valoración:
1 = Muy Malo
2 = Malo
3 = Bueno
4 = Muy Bueno
5 = Excelente
- d. Según su criterio real conteste los siguientes ítems

I. INFORMACIÓN GENERAL

a) Género

Masculino		Femenino	
-----------	--	----------	--

b) Edad

15-25		26-36		37-47		Más 47	
-------	--	-------	--	-------	--	--------	--

c) Nivel de instrucción

Primaria		Secundaria		Tercer Nivel		Cuarto nivel	
----------	--	------------	--	--------------	--	--------------	--

II. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

N°	ÍTEMS	PARÁMETRO				
Dimensiones	ACTIVIDAD TURÍSTICA	1	2	3	4	5
		Muy malo	Malo	Bueno	Muy Bueno	Excelente
1	Experiencia como visitantes dentro de centro turístico comunitario.					
2	Recursos naturales existentes en el centro turístico comunitario.					
3	Bienes y Servicios que ofertan en el centro turístico comunitario.					
Dimensiones	SERVICIOS TURÍSTICOS					
4	Actividades recreacionales que se desarrollan en el centro turístico comunitario.					
5	Servicios personalizados que brindan dentro del centro turístico comunitario.					
6	Atención a diferentes tipos de turistas en el turismo comunitario.					
Dimensiones	TURISTA					
7	Sociabilidad con los visitantes en el centro turístico comunitario.					
8	Sitio de ubicación del centro turístico comunitario.					
9	Actividades turísticas ofertadas dentro del centro turístico comunitario.					

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo 5. Resultados de las encuestas aplicadas – Servicios turísticos

✚ INFORMACIÓN GENERAL

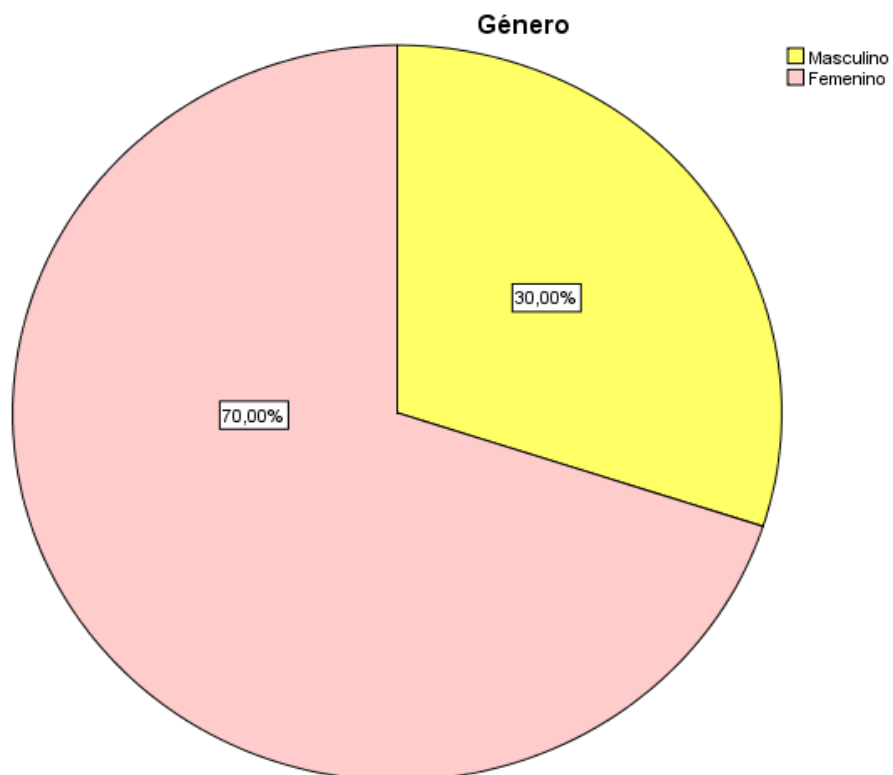
A) Género

Tabla 19 *Género*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	3	2,5	30,0	30,0
	Femenino	7	5,8	70,0	100,0
Total		10	8,3	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

Figura 4 *Género*



Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

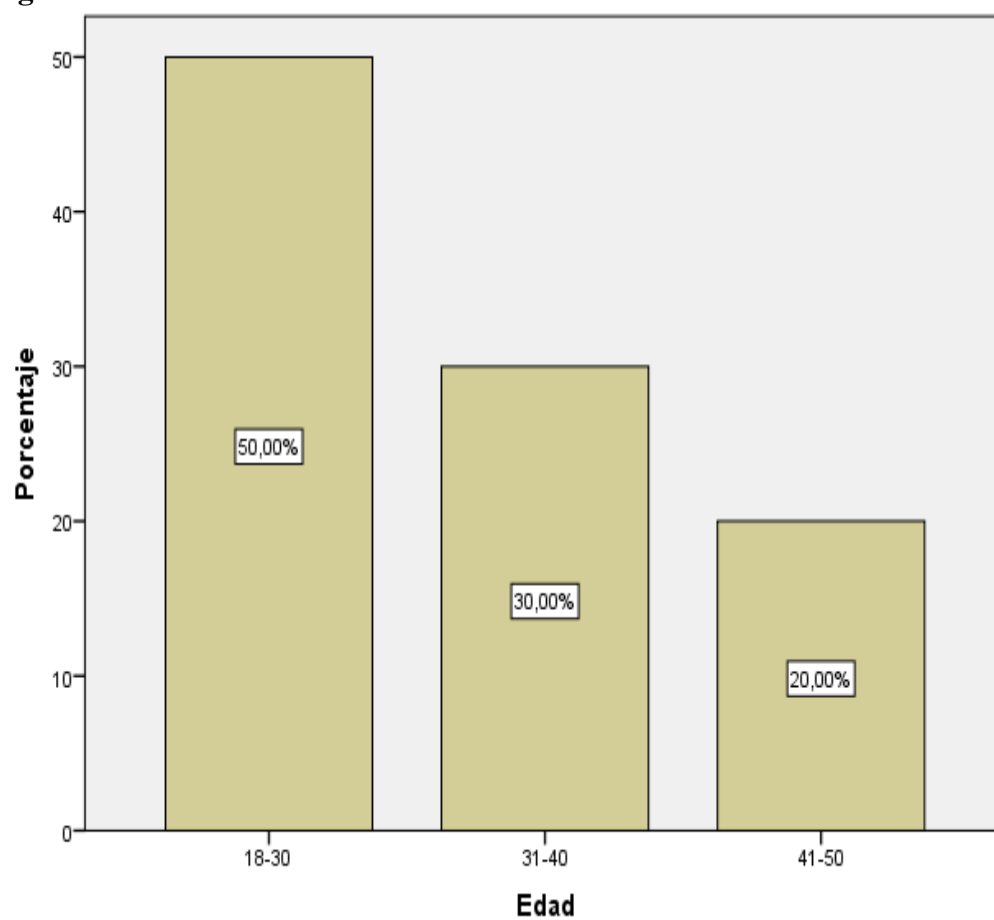
B) Edad

Tabla 20 Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18-30	5	4,2	50,0	50,0
	31-40	3	2,5	30,0	80,0
	41-50	2	1,7	20,0	100,0
Total		10	8,3	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

Figura 5 Edad



Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

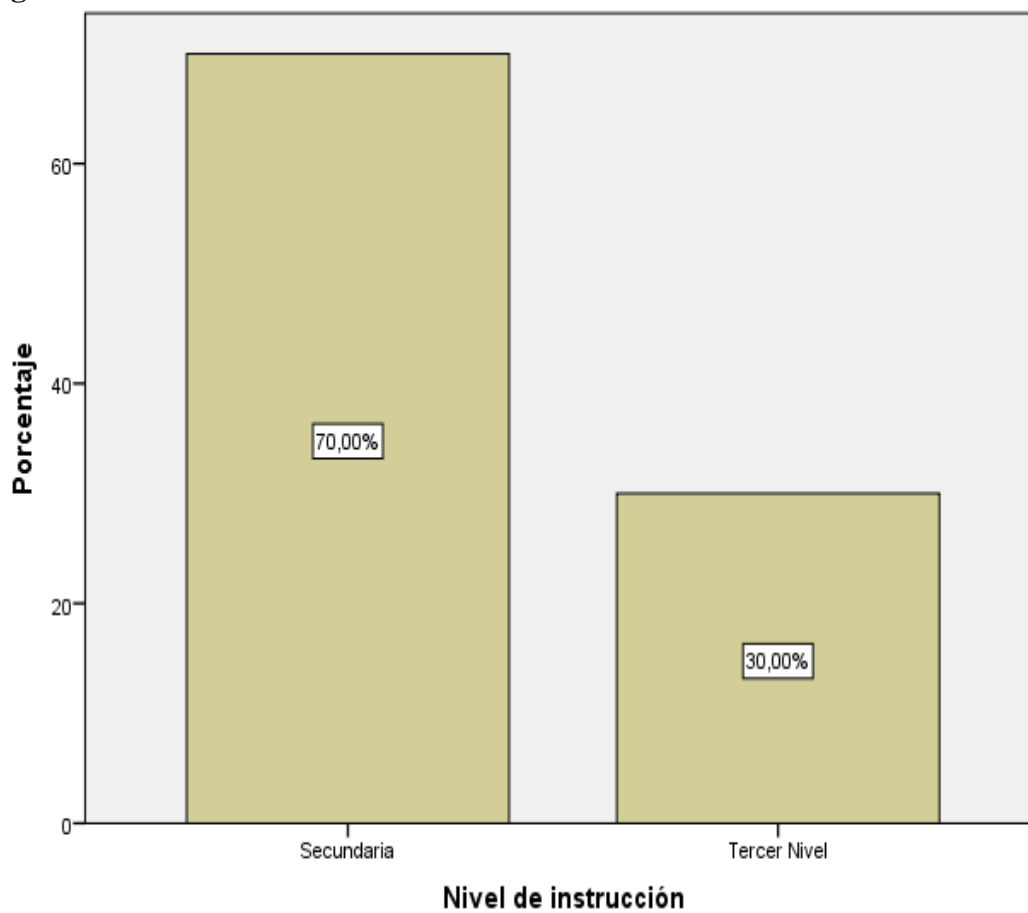
C) Nivel de instrucción

Tabla 21 Nivel de instrucción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Secundaria	7	5,8	70,0	70,0
	Tercer Nivel	3	2,5	30,0	100,0
	Total	10	8,3	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

Figura 6 Nivel de instrucción



Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

INFORMACIÓN ESPECÍFICA

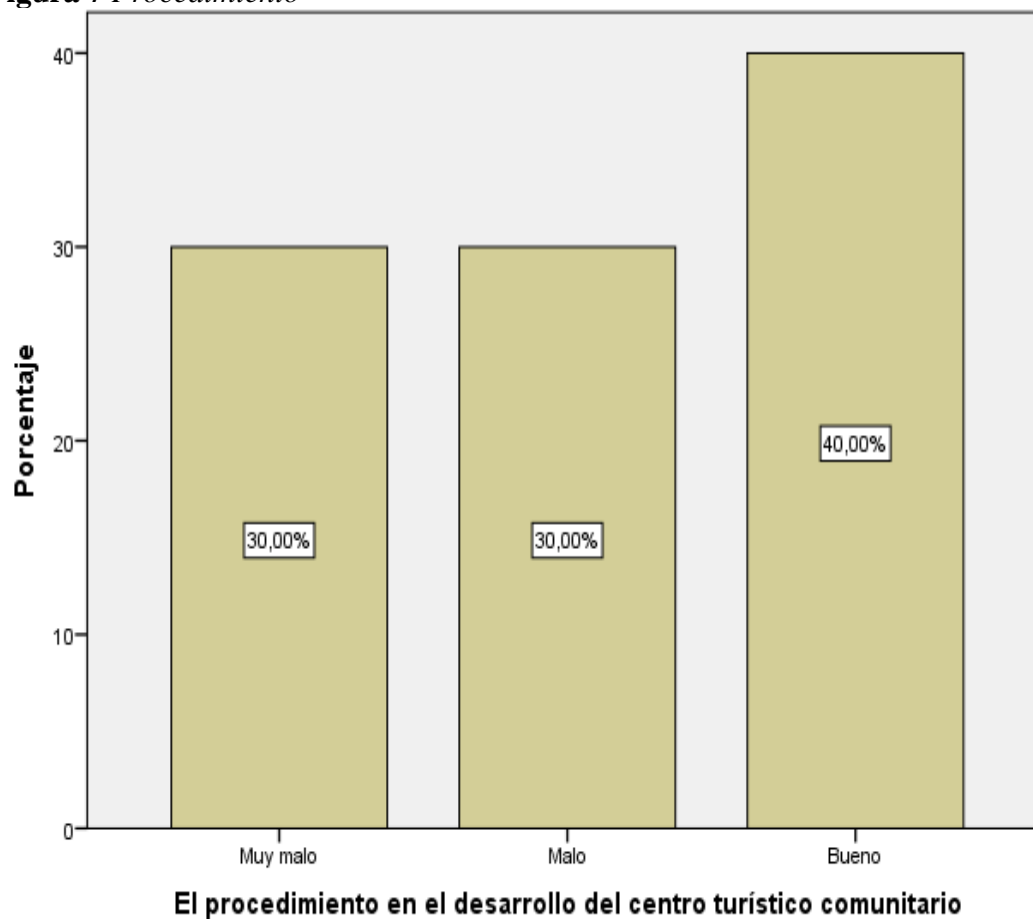
1. El procedimiento en el desarrollo del centro turístico comunitario

Tabla 22 Procedimiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	3	2,5	30,0	30,0
	Malo	3	2,5	30,0	60,0
	Bueno	4	3,3	40,0	100,0
	Total	10	8,3	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

Figura 7 Procedimiento



Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

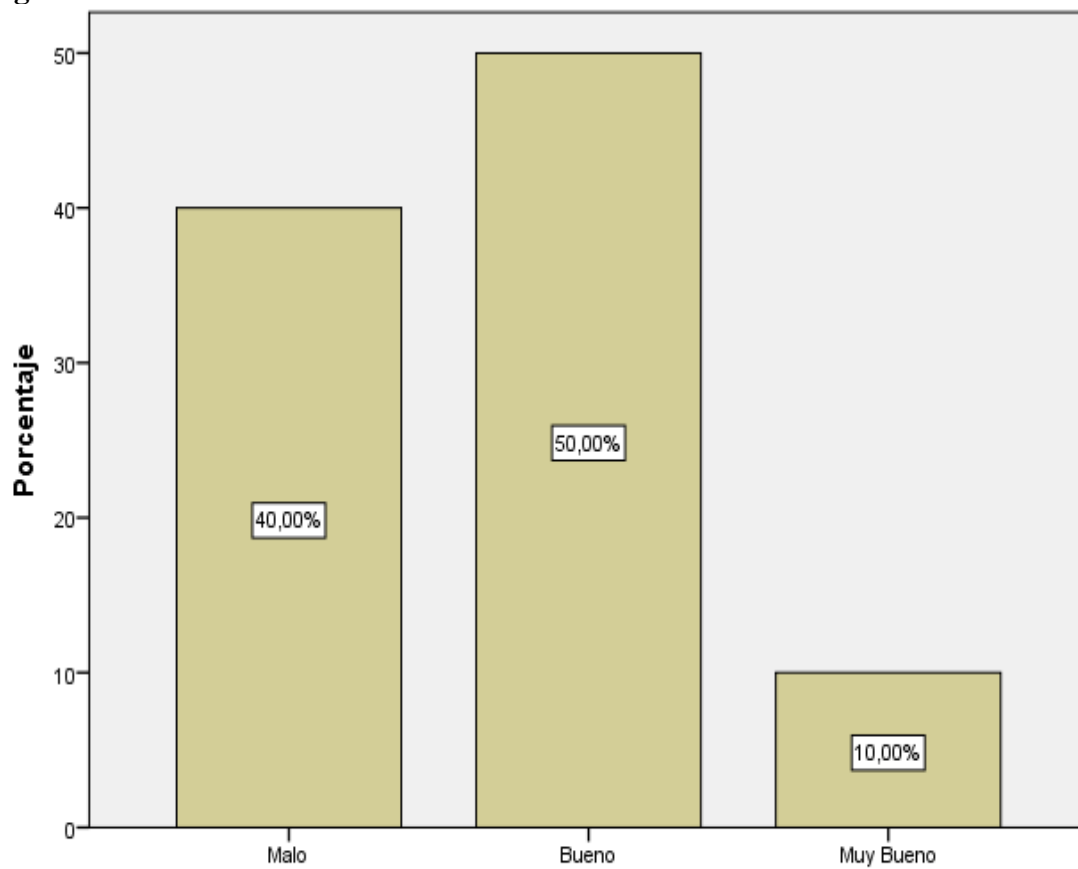
2. Herramientas para el funcionamiento del centro turístico comunitario.

Tabla 23 Herramientas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	4	3,3	40,0	40,0
	Bueno	5	4,2	50,0	90,0
	Muy Bueno	1	,8	10,0	100,0
	Total	10	8,3	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

Figura 8 Herramientas



Herramientas para el funcionamiento del centro turístico comunitario.

Nota.

Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

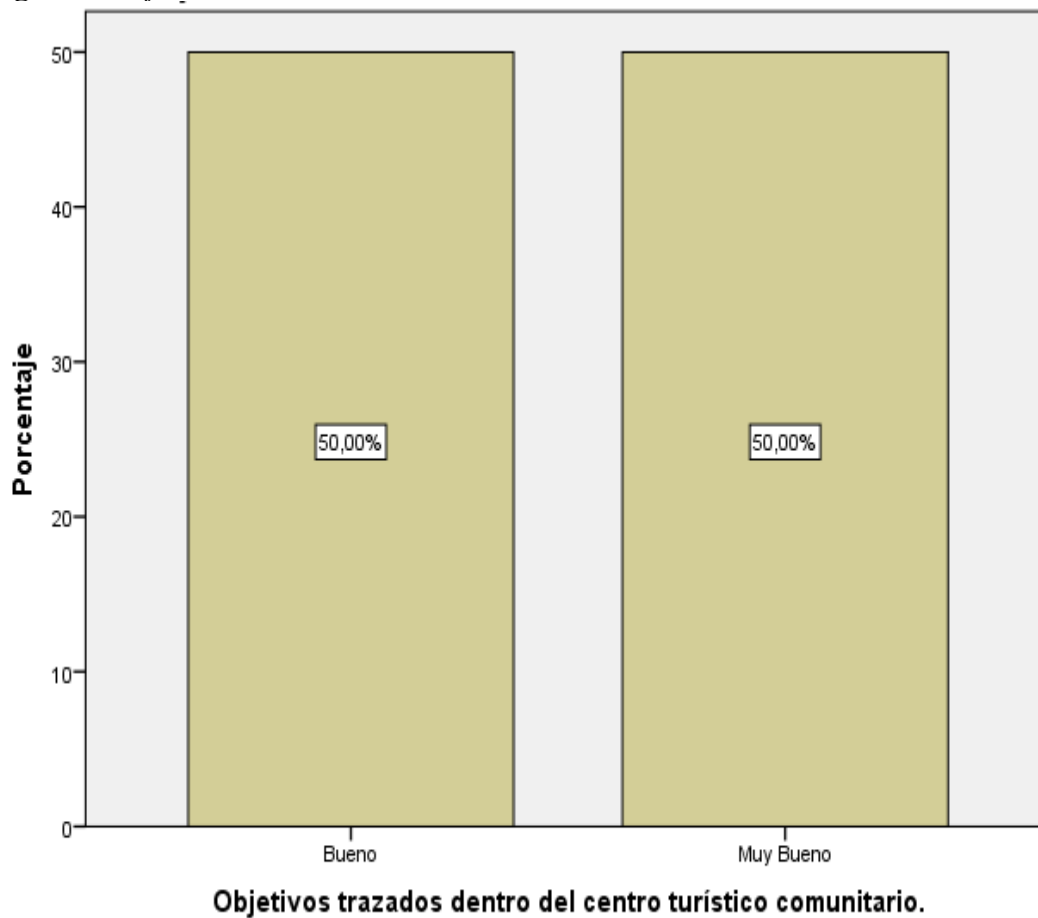
3. Objetivos trazados dentro del centro turístico comunitario.

Tabla 24 *Objetivos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	5	4,2	50,0	50,0
	Muy Bueno	5	4,2	50,0	100,0
	Total	10	8,3	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

Figura 9 *Objetivos*



Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

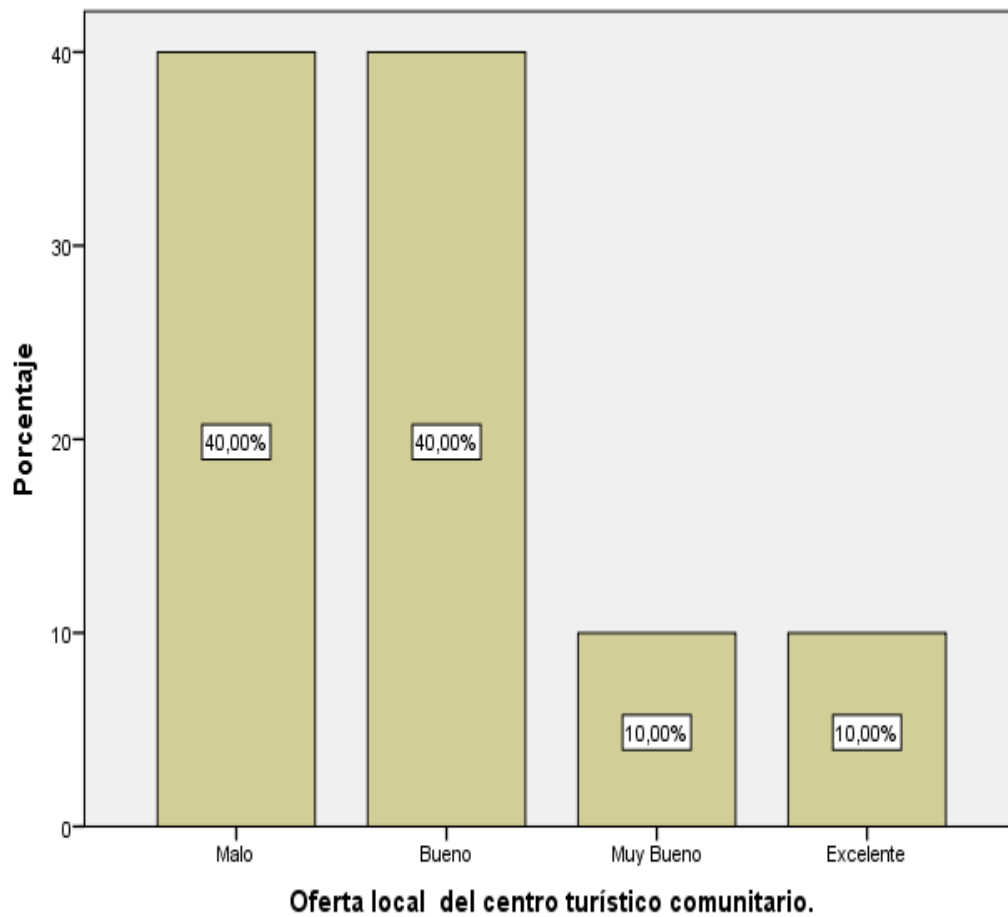
4. Oferta local del centro turístico comunitario.

Tabla 25 *Oferta local*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	4	3,3	40,0	40,0
	Bueno	4	3,3	40,0	80,0
	Muy Bueno	1	,8	10,0	90,0
	Excelente	1	,8	10,0	100,0
	Total	10	8,3	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

Figura 10 *Oferta local*



Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

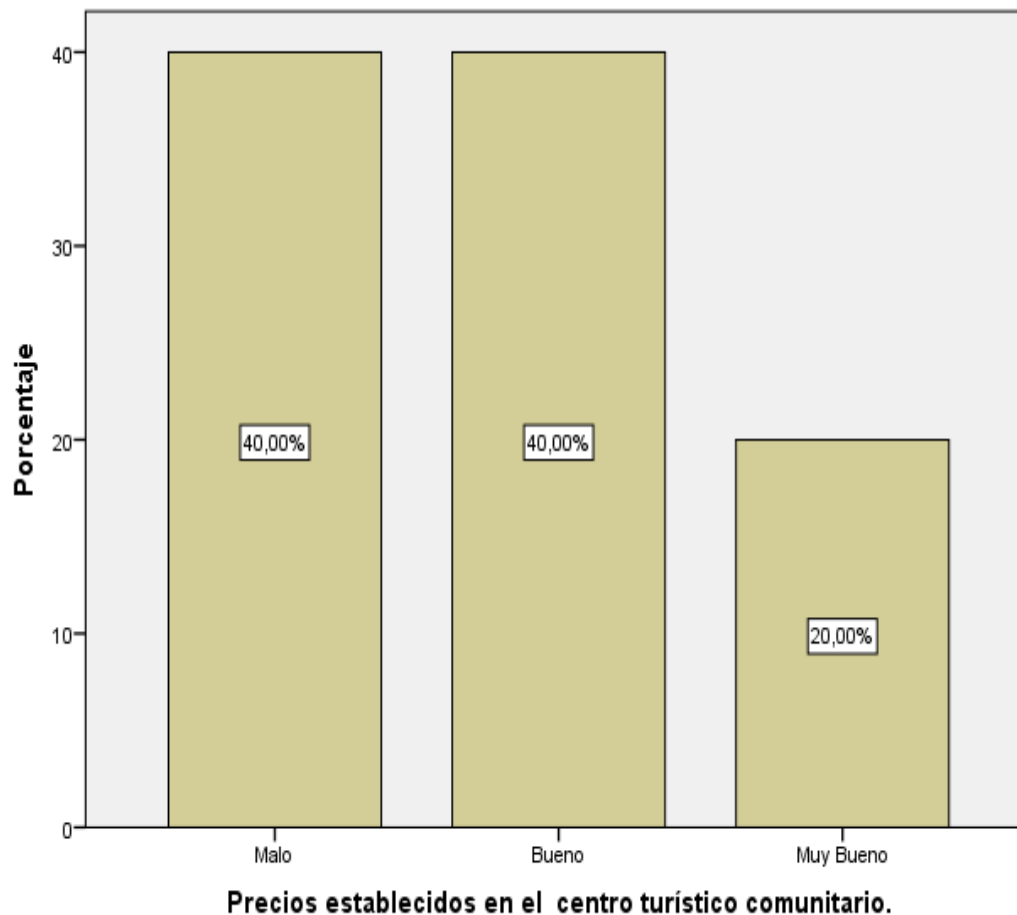
5. Precios establecidos en el centro turístico comunitario.

Tabla 26 Precios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	4	3,3	40,0	40,0
	Bueno	4	3,3	40,0	80,0
	Muy Bueno	2	1,7	20,0	100,0
	Total	10	8,3	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

Figura 11 Precios



Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

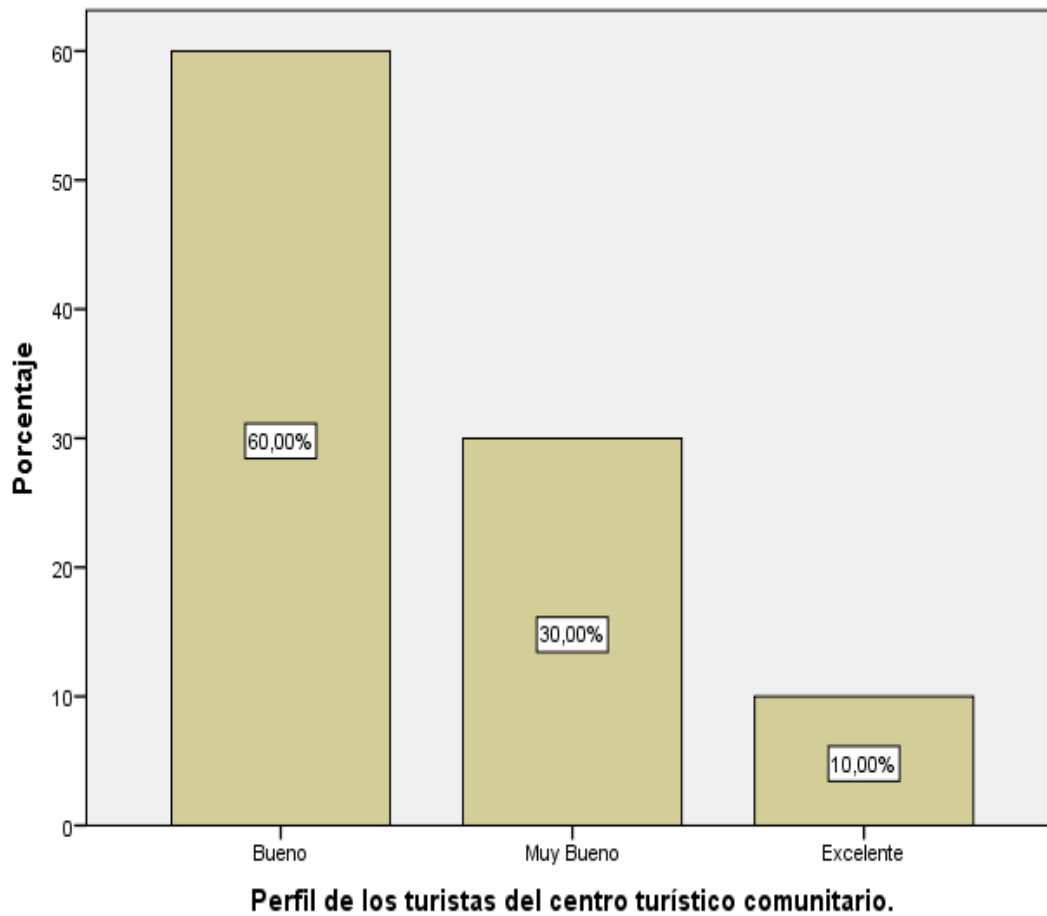
6. Perfil de los turistas del centro turístico comunitario.

Tabla 27 Perfil de los turistas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	6	5,0	60,0	60,0
	Muy Bueno	3	2,5	30,0	90,0
	Excelente	1	,8	10,0	100,0
	Total	10	8,3	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

Figura 12 Perfil de los turistas



Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

7. Atractivos turísticos de la parroquia Cacha

Tabla 28 *Atractivos turísticos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	6	5,0	60,0	60,0
	Muy Bueno	4	3,3	40,0	100,0
	Total	10	8,3	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

Figura 13 *Atractivos turísticos*



Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

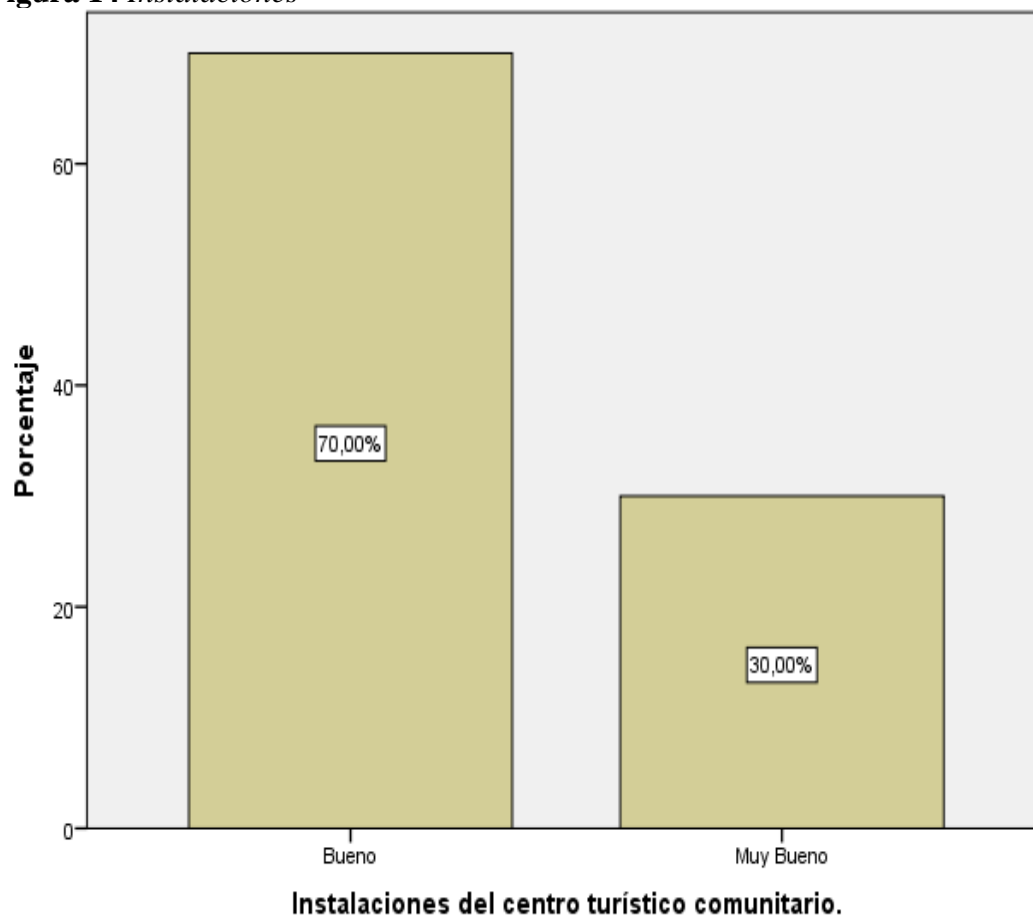
8. Instalaciones del centro turístico comunitario.

Tabla 29 Instalaciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	7	5,8	70,0	70,0
	Muy Bueno	3	2,5	30,0	100,0
	Total	10	8,3	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

Figura 14 Instalaciones



Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

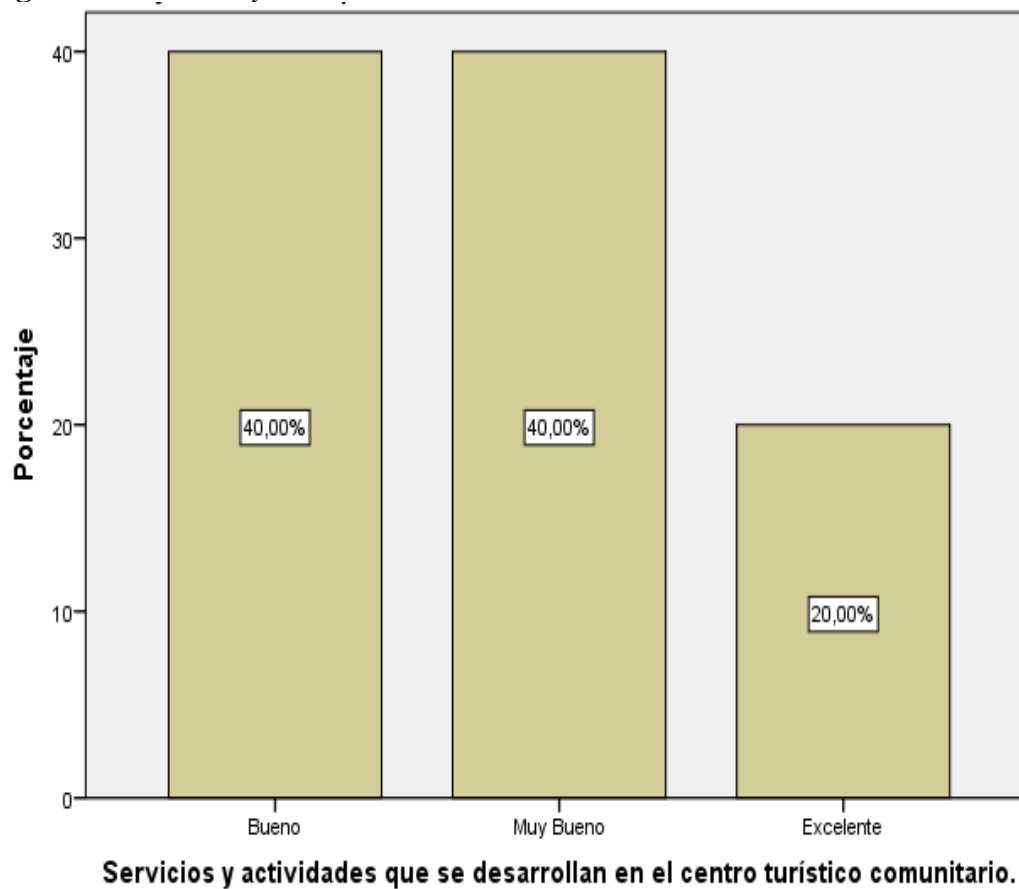
9. Servicios y actividades que se desarrollan en el centro turístico comunitario.

Tabla 30 *Servicios y actividades*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	4	3,3	40,0	40,0
	Muy Bueno	4	3,3	40,0	80,0
	Excelente	2	1,7	20,0	100,0
Total		10	8,3	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

Figura 15 *Servicios y actividades*



Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

Anexo 6. Resultados de las encuestas aplicadas – Turismo comunitario

✚ INFORMACIÓN GENERAL

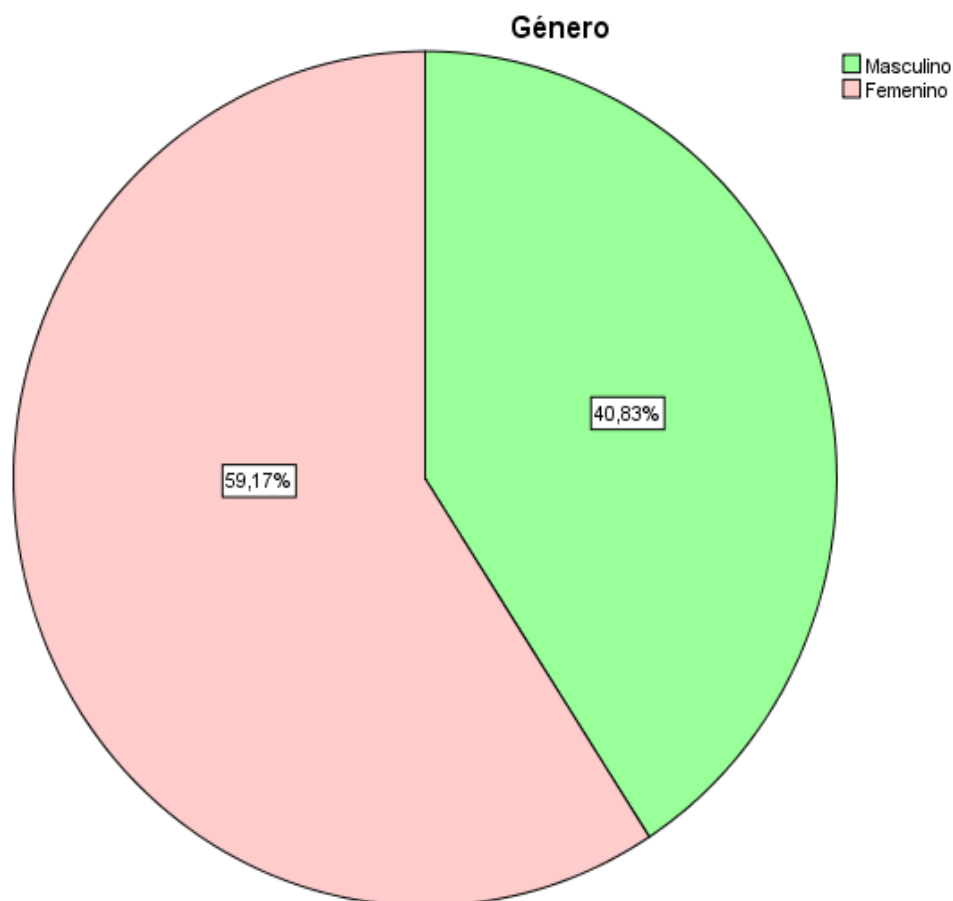
A) Género

Tabla 31 *Género*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	49	40,8	40,8	40,8
	Femenino	71	59,2	59,2	100,0
Total		120	100,0	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

Figura 16 *Género*



Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

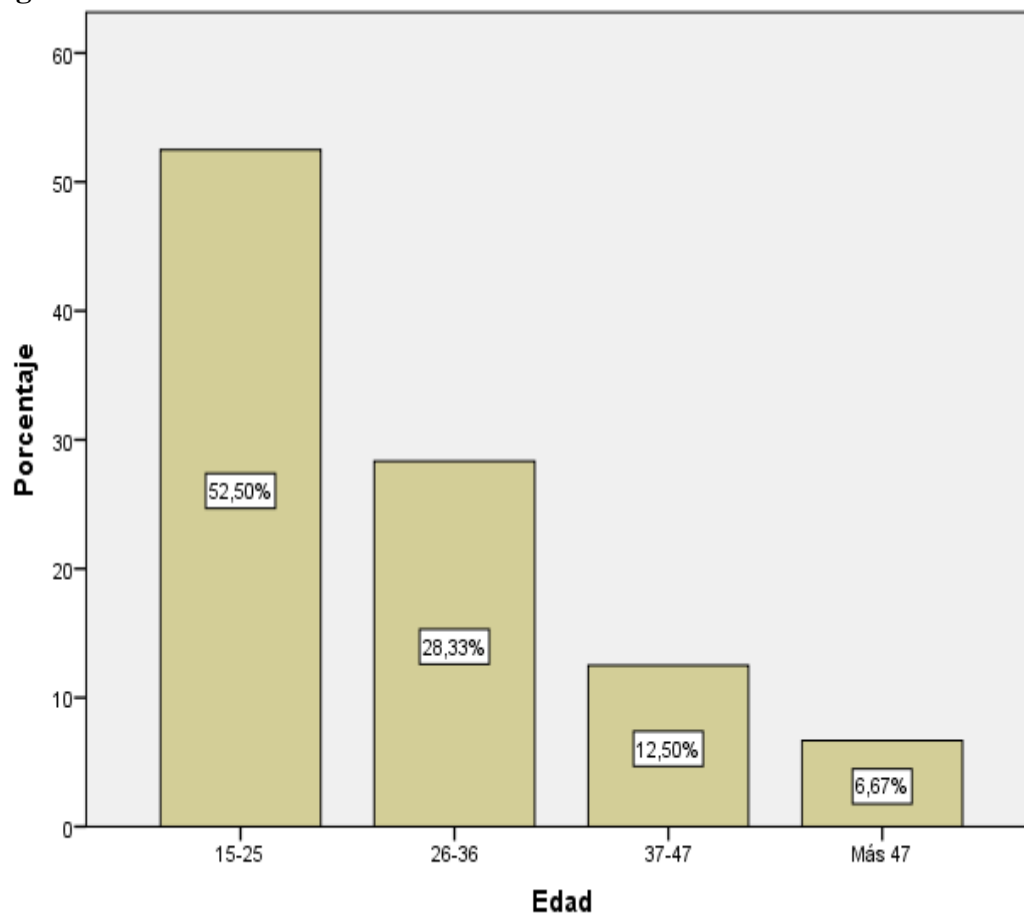
B) Edad

Tabla 32 Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	15-25	63	52,5	52,5	52,5
	26-36	34	28,3	28,3	80,8
	37-47	15	12,5	12,5	93,3
	Más 47	8	6,7	6,7	100,0
Total		120	100,0	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

Figura 17 Edad



Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

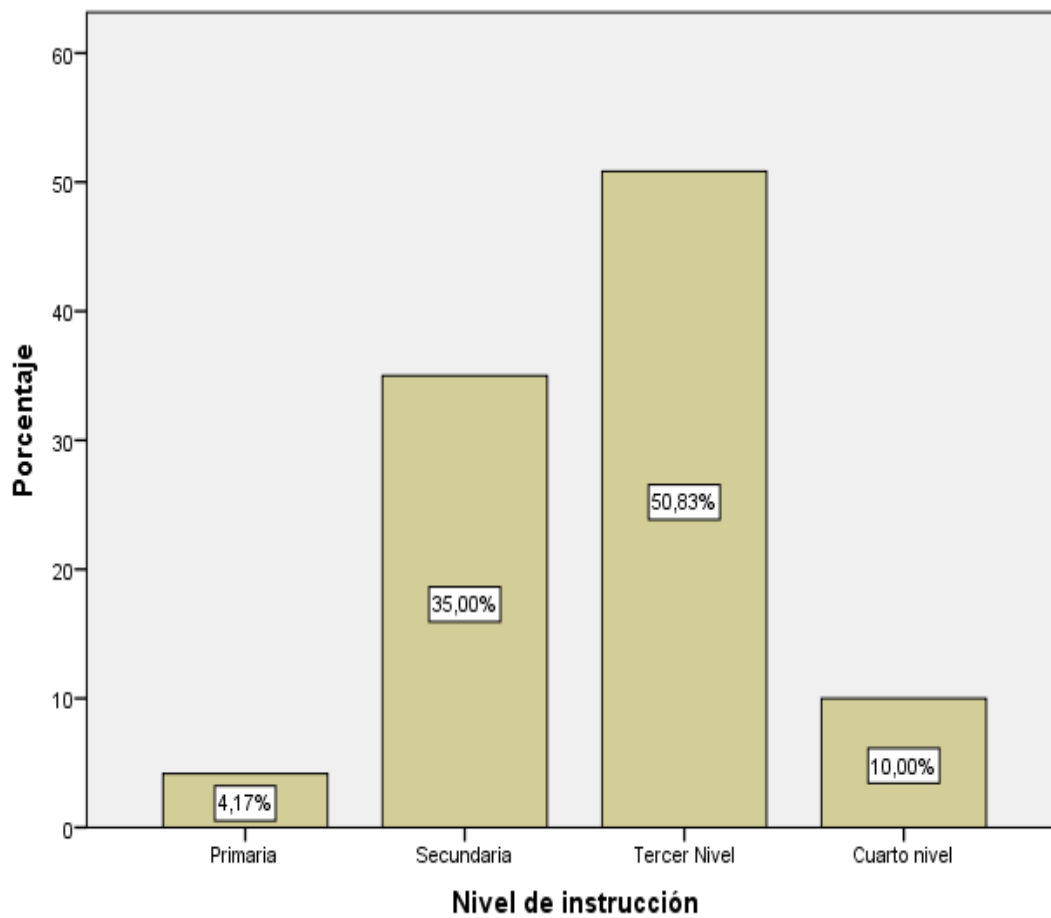
C) Nivel de instrucción

Tabla 33 Nivel de instrucción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	5	4,2	4,2	4,2
	Secundaria	42	35,0	35,0	39,2
	Tercer Nivel	61	50,8	50,8	90,0
	Cuarto nivel	12	10,0	10,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

Figura 18 Nivel de instrucción



Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

INFORMACIÓN ESPECÍFICA

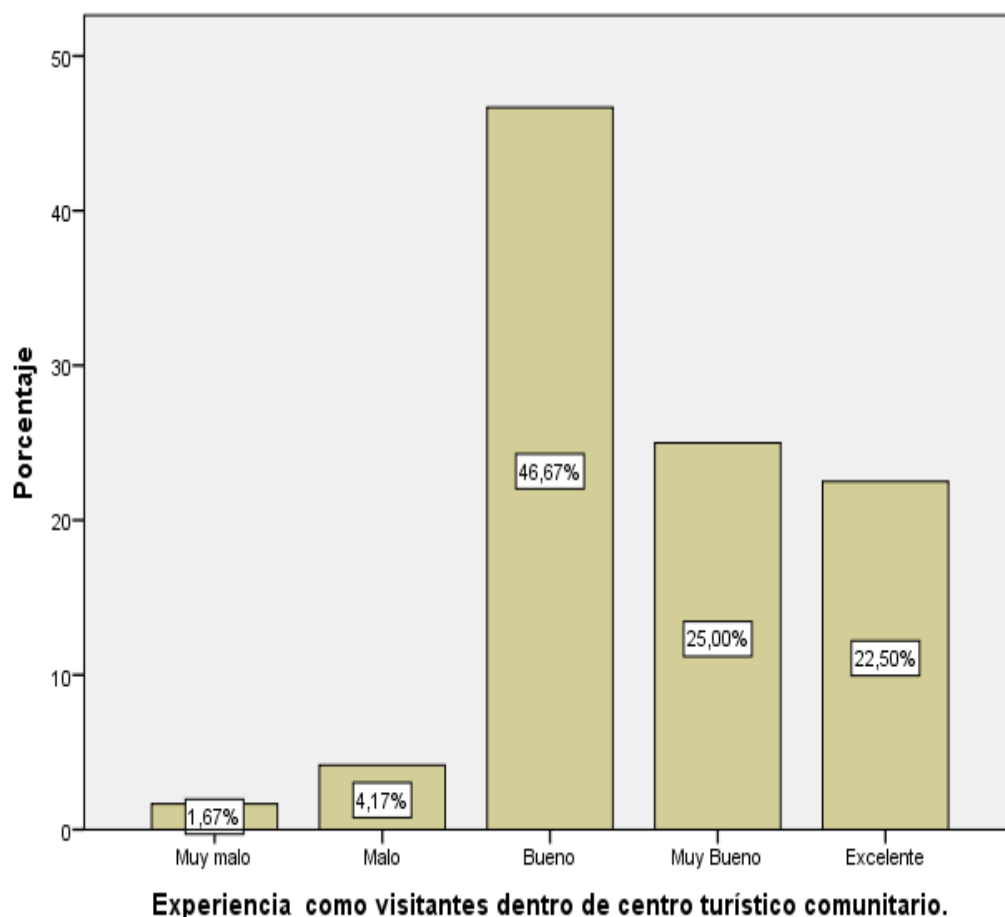
1. Experiencia como visitantes dentro de centro turístico comunitario.

Tabla 34 *Visitantes*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	2	1,7	1,7	1,7
	Malo	5	4,2	4,2	5,8
	Bueno	56	46,7	46,7	52,5
	Muy Bueno	30	25,0	25,0	77,5
	Excelente	27	22,5	22,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

Figura 19 *Visitantes*



Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

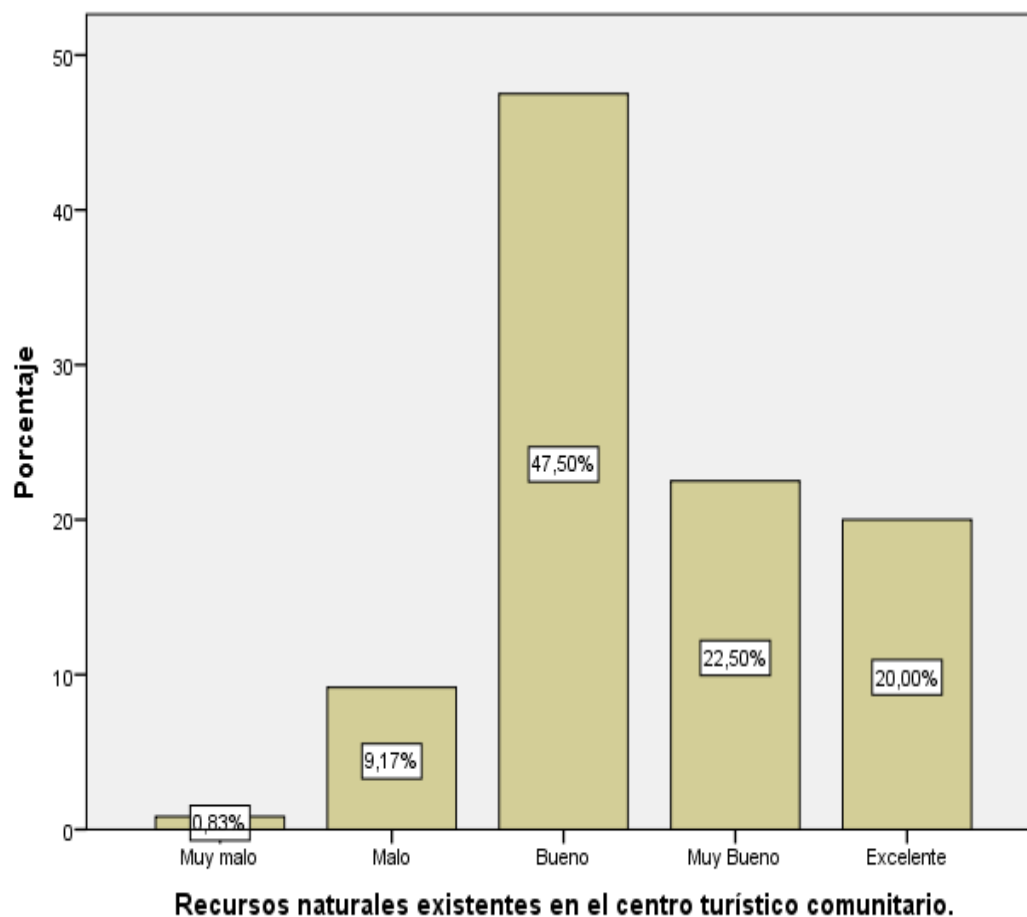
2. Recursos naturales existentes en el centro turístico comunitario.

Tabla 35 *Recursos naturales*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	1	,8	,8	,8
	Malo	11	9,2	9,2	10,0
	Bueno	57	47,5	47,5	57,5
	Muy Bueno	27	22,5	22,5	80,0
	Excelente	24	20,0	20,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

Figura 20 *Recursos naturales*



Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

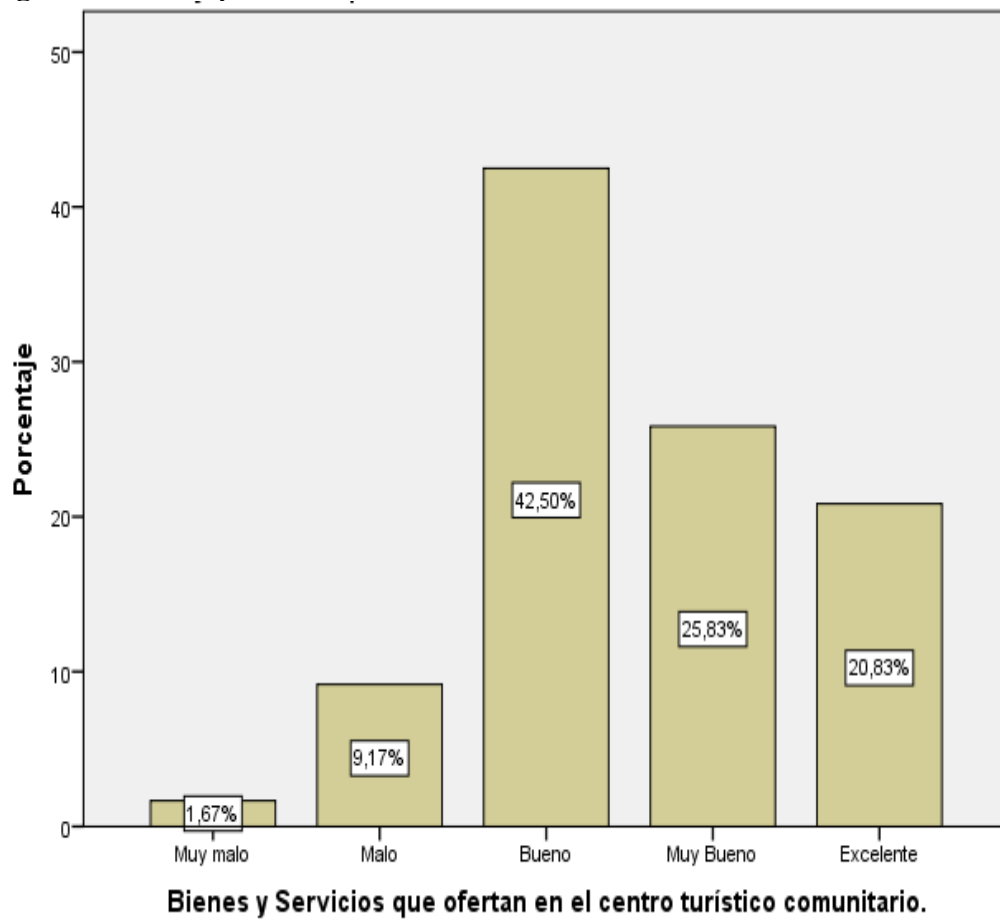
3. Bienes y Servicios que ofertan en el centro turístico comunitario.

Tabla 36 Bienes y servicios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	2	1,7	1,7	1,7
	Malo	11	9,2	9,2	10,8
	Bueno	51	42,5	42,5	53,3
	Muy Bueno	31	25,8	25,8	79,2
	Excelente	25	20,8	20,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

Figura 21 Bienes y servicios



Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

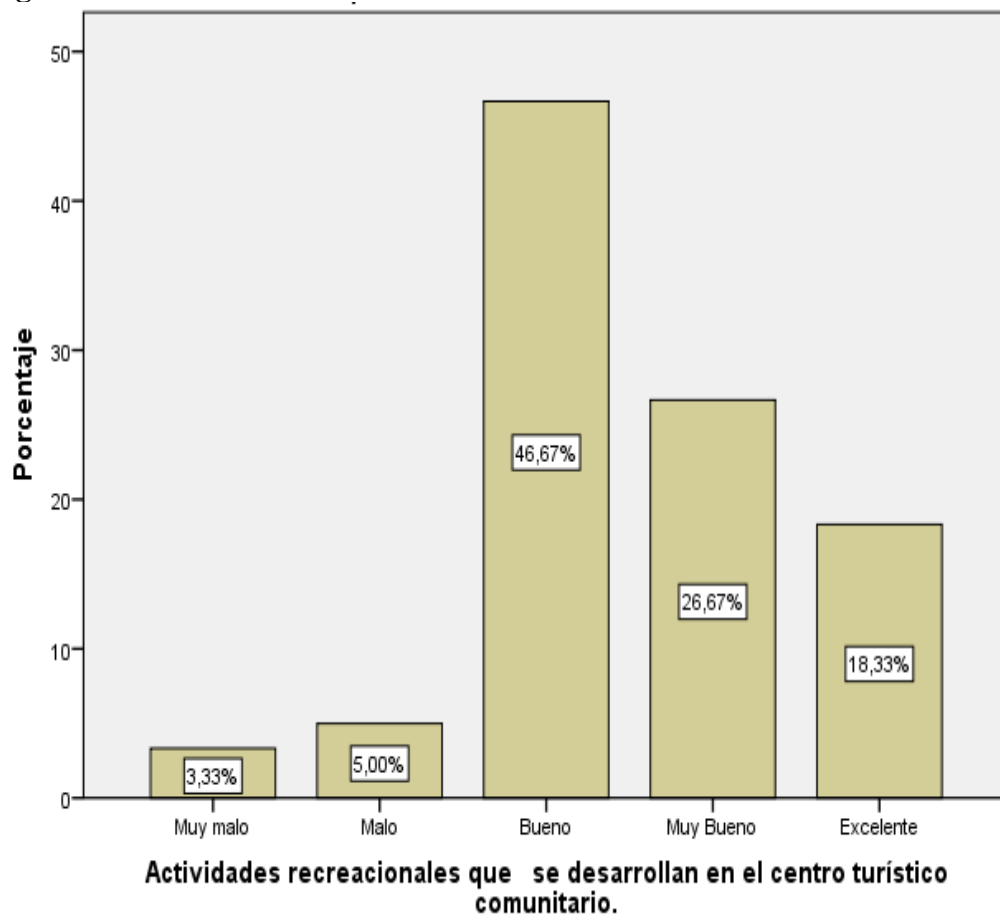
4. Actividades recreacionales que se desarrollan en el centro turístico comunitario.

Tabla 37 Actividades recreacionales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	4	3,3	3,3	3,3
	Malo	6	5,0	5,0	8,3
	Bueno	56	46,7	46,7	55,0
	Muy Bueno	32	26,7	26,7	81,7
	Excelente	22	18,3	18,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

Figura 22 Actividades recreacionales



Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

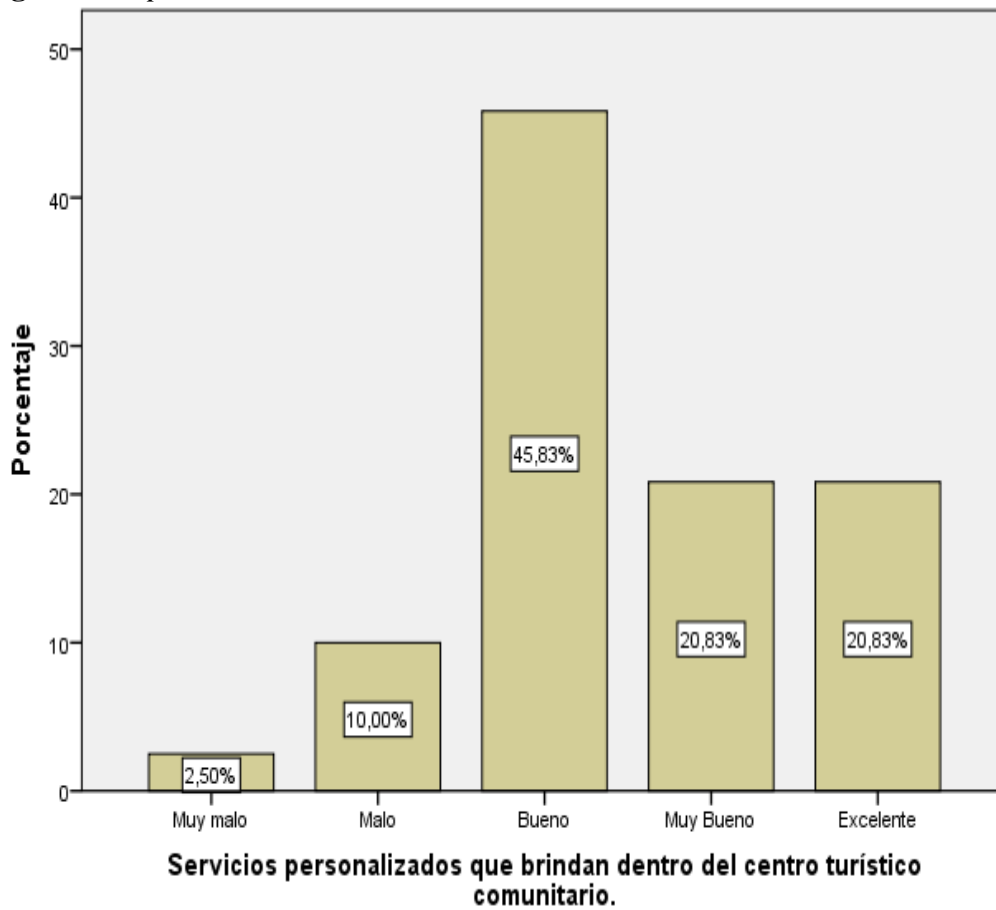
5. Servicios personalizados que brindan dentro del centro turístico comunitario.

Tabla 38 *Servicios*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	3	2,5	2,5	2,5
	Malo	12	10,0	10,0	12,5
	Bueno	55	45,8	45,8	58,3
	Muy Bueno	25	20,8	20,8	79,2
	Excelente	25	20,8	20,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaucho(2023)

Figura 23 *Tipos de turistas*



Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaucho(2023)

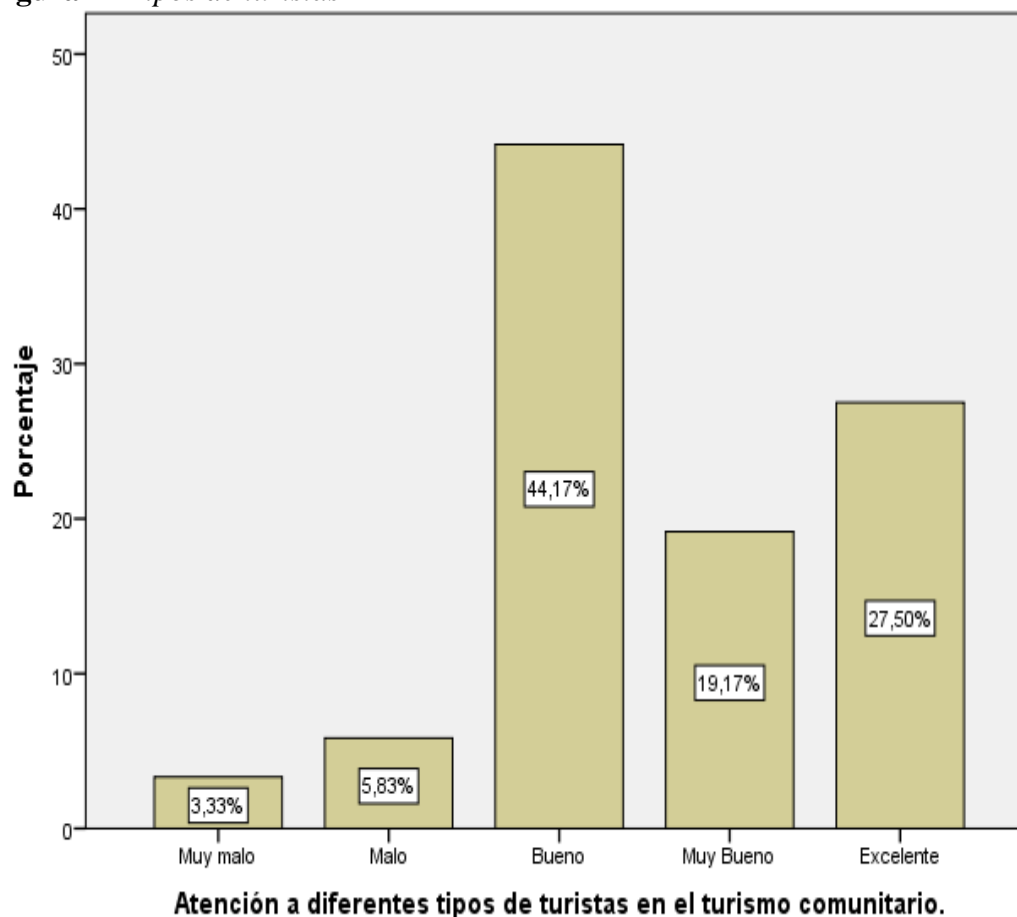
6. Atención a diferentes tipos de turistas en el turismo comunitario.

Tabla 39 *Tipos de turistas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	4	3,3	3,3	3,3
	Malo	7	5,8	5,8	9,2
	Bueno	53	44,2	44,2	53,3
	Muy Bueno	23	19,2	19,2	72,5
	Excelente	33	27,5	27,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

Figura 24 *Tipos de turistas*



Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho (2023)

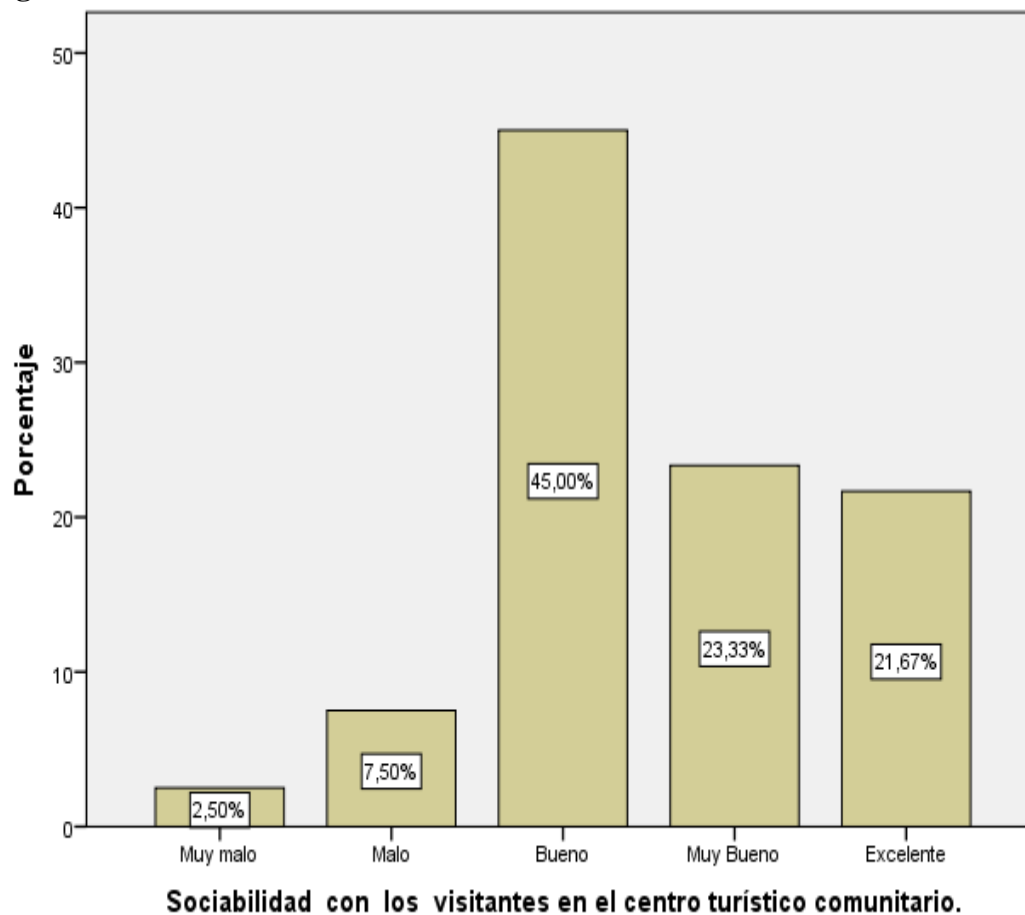
7. Sociabilidad con los visitantes en el centro turístico comunitario.

Tabla 40 Visitantes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	3	2,5	2,5	2,5
	Malo	9	7,5	7,5	10,0
	Bueno	54	45,0	45,0	55,0
	Muy Bueno	28	23,3	23,3	78,3
	Excelente	26	21,7	21,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

Figura 25 Visitantes



Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

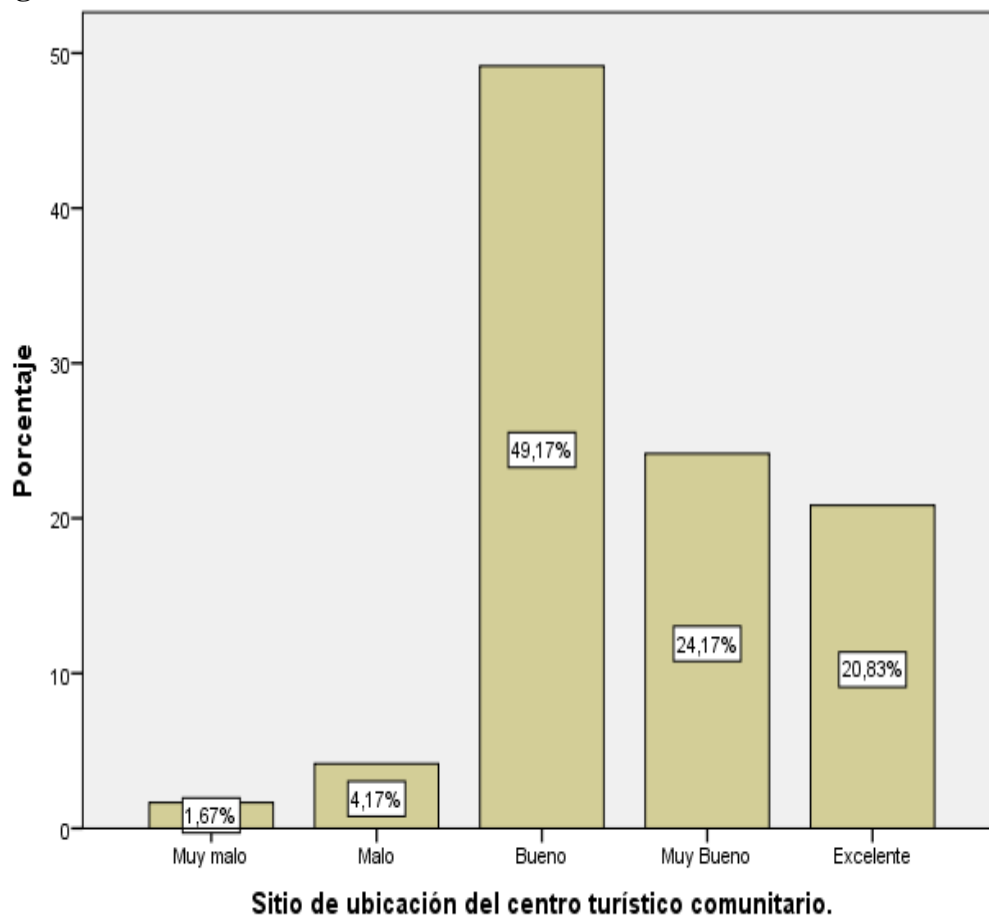
8. Sitio de ubicación del centro turístico comunitario.

Tabla 41 Sitio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	2	1,7	1,7	1,7
	Malo	5	4,2	4,2	5,8
	Bueno	59	49,2	49,2	55,0
	Muy Bueno	29	24,2	24,2	79,2
	Excelente	25	20,8	20,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

Figura 26 Sitio



Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

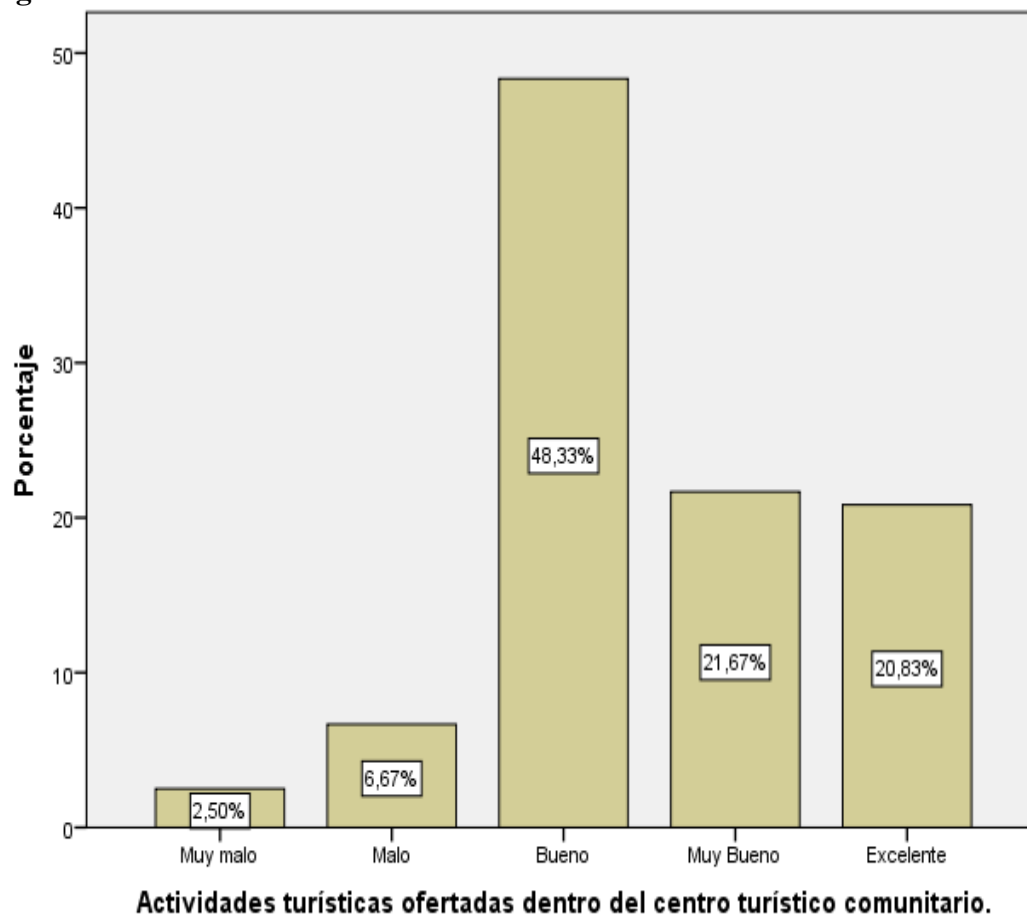
9. Actividades turísticas ofertadas dentro del centro turístico comunitario.

Tabla 42 *Actividades turísticas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	3	2,5	2,5	2,5
	Malo	8	6,7	6,7	9,2
	Bueno	58	48,3	48,3	57,5
	Muy Bueno	26	21,7	21,7	79,2
	Excelente	25	20,8	20,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho(2023)

Figura 27 *Actividades turísticas*



Nota. Adaptado de IBM SPSS Statistics 23, por Unaicho (2023)

Anexo 7. Evidencias de las encuestas aplicadas en la parroquia Cacha

Figura 28 *Evidencias de las encuestas aplicadas en la parroquia Cacha*



Nota. Evidencias de las encuestas aplicadas en la parroquia Cacha, por Unaicho (2023).