



Universidad  
Técnica de  
Cotopaxi



Posgrado



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**

**DIRECCIÓN DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN DESARROLLO LOCAL**

**MODALIDAD: PROYECTO DE DESARROLLO**

**Título:**

---

MODELO DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL  
HOTELERO PARA CREAR ESTRATEGIAS DE DESARROLLO  
LOCAL EN LA HOSTERÍA RUMIPAMBA DE LAS ROSAS

---

Trabajo de titulación previo a la obtención del Título de Magister en Desarrollo Local

**Autora:**

Jiménez Trujillo Andrea Vanessa

**Tutora:**

Marín Quevedo Karina Paola Mg.C.

**LATACUNGA –ECUADOR**

**2020**



## APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “Modelo de desarrollo organizacional hotelero para crear estrategias de desarrollo local en la hostería Rumipamba de las Rosas” presentado por Jiménez Trujillo Andrea Vanessa, para optar por el título magíster en Desarrollo Local.

### CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y se considera de que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación para la valoración por parte del Tribunal de Lectores que se designe y su exposición y defensa pública.

Latacunga, enero,31, 2020

.....  
Mg. C Marín Quevedo Karina Paola  
CC.: 050267293-4



## APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación: Modelo de desarrollo organizacional hotelero para crear estrategias de desarrollo local en la hostería Rumipamba de las Rosas, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, previo a la obtención del título de Magíster en Desarrollo Local; el presente trabajo reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la exposición y defensa.

Latacunga, enero, 31, 2020

.....  
Marco Antonio Veloz Jaramillo Mg. C.  
050237775-7  
Presidente del tribunal

.....  
Sandra Jaqueline Peñaherrera Acurio M.Sc.  
180333732-6  
Lector 2

.....  
PhD. Juan José Lacalle Domínguez  
1756604227  
Lector 3



## DEDICATORIA

El presenta trabajo investigativo quiero dedicar a mis padres Vicente y Rosita quienes con su ejemplo, amor y sacrificio en todos estos años han logrado que pueda alcanzar todas mis metas.

A mi esposo Pedrito por sus palabras de ánimos y su compañía para culminar con un sueño que hoy se hace realidad.

A mis hermanos Andrés y Adriana por ser el motor que me impulsa a ser mejor cada día.

Los amo infinitamente.

Andrea



## AGRADECIMIENTO

Dios, tu amor y tu bondad no tienen fin, me permites sonreír ante todos mis logros que son resultado de tu ayuda.

A mis padres Vicente y Rosita por ser mis mejores amigos y los principales promotores de mis sueños, por confiar y creer en mí.

A mi esposo por su amor, apoyo incondicional y paciencia infinita.

Agradezco a los docentes de posgrado de la Universidad Técnica de Cotopaxi por haber infundido todos sus conocimientos y sus consejos, de manera especial a mi tutora y los miembros de mi tribunal quienes han confiado en mi trabajo de investigación para que sirva como herramienta y contribuya en el Desarrollo Local de mi provincia.

Andrea Vanessa Jiménez Trujillo



## RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA

Quien suscribe, declara que asume la autoría de los contenidos y los resultados obtenidos en el presente Trabajo de Titulación.

Latacunga, enero, 31, 2020

.....  
Ing. Andrea Vanessa Jiménez Trujillo  
050287963-8



## RENUNCIA DE DERECHOS

Quien suscribe, cede los derechos de autoría intelectual total y/o parcial del presente trabajo de titulación a la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Latacunga, enero, 31, 2020

.....  
Ing. Andrea Vanessa Jiménez Trujillo  
050287963-8



## **AVAL DEL VEEDOR**

Quien suscribe, declara que el presente Trabajo de Titulación: Modelo de desarrollo organizacional hotelero para crear estrategias de desarrollo local en la hostería Rumipamba de las Rosas contiene las correcciones a las observaciones realizadas por los lectores en sesión científica del tribunal.

Latacunga, enero, 31, 2020

.....  
Mg. C Marín Quevedo Karina Paola  
CC.: 050267293-4



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI DIRECCIÓN DE POSGRADO

### MAESTRÍA EN DESARROLLO LOCAL

**Título:** MODELO DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL HOTELERO PARA  
CREAR ESTRATEGIAS DE DESARROLLO LOCAL EN LA HOSTERÍA  
RUMIPAMBA DE LAS ROSAS.

**Autor:** Jiménez Trujillo Andrea Vanessa  
**Tutor:** Mg. C Marín Quevedo Karina Paola

### RESUMEN

Este proyecto de tesis se desarrolló con el fin de elaborar un modelo organizacional hotelero que promueva el turismo comunitario y vincularlo en la comunidad de Patain cantón Salcedo ubicado en la provincia de Cotopaxi, ya que no es un lugar muy conocido y se ve la necesidad de elaborar una estrategia de desarrollo local que promueva el turismo comunitario mediante la identificación de los atractivos turísticos, culturales y naturales de esta localidad ya que en la misma no se han realizado investigaciones afondo por lo que se empezó con el levantamiento de información consultando en diferentes textos, páginas web, información del GAD parroquial y con la colaboración del MINTUR. Se pudo conocer el interés en primera parte por la hostería y de la comunidad en que se desarrolle la actividad turística en la zona a través de la aplicación de encuestas en las principales organizaciones y la vez se socializó el diseño de la ruta turística, confirmando la factibilidad del mismo. La finalidad de este estudio es incrementar la afluencia de turistas y brindar nuevas alternativas de desarrollo local generando nuevas fuentes de empleo, incrementando sus ingresos y dando a conocer sus atractivos, resaltando la cultura de este lugar. Este estudio consta de cinco capítulos los cuales detallan la elaboración de una propuesta para el Diseño de una ruta turística en la localidad de Patain ubicada en el cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi mediante la aplicación de esta propuesta.

**PALABRAS CLAVE:** Turismo; comunidad; ruta turística; desarrollo local; turistas; atractivos.



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI DIRECCIÓN DE POSGRADO

## MAESTRÍA EN DESARROLLO LOCAL

### HOTEL ORGANIZATIONAL DEVELOPMENT MODEL TO CREATE LOCAL DEVELOPMENT STRATEGIES IN THE RUMIPAMBA DE LAS ROSAS HOSTERIA

**Author:** Jiménez Trujillo Andrea Vanessa  
**Tutor:** Mg. C Marín Quevedo Karina Paola

## ABSTRACT

The thesis project was developed in order to elaborate a hotel organizational model that promotes community tourism and to link it in the Patatin community. Salcedo canton located in the Cotopaxi province, since it is not a well known place, for this reason it needs to elaborate a local development strategy that promotes community tourism by identifying tourist attractions, The information was gathered from different texts, web pages, information from the GAD parish and the MINTUR collaboration. The first step was to find out about the interest of the hostel and the community in the development of tourist activity in the area through the application of surveys in the main organizations. At the same time, the tourist design route was socialized and confirming its feasibility. The purpose of this study is to increase the influx of tourists and provide new alternatives for local development by generating new sources of employment, increasing in cash flow, publicizing its attractions and highlighting the culture. The study consists of five chapters which detail the development of a proposal for the design of a tourist route in the Patatin town located in the Salcedo canton, Cotopaxi province by applying this proposal.

**KEYWORD:** Tourism; community; tourist route; local development; tourists; attractions



Sixto Franklin Mayo Mayo con cédula de identidad número: 0501637714 Licenciado/a en: Ciencias de la Educación especialidad Inglés con número de registro de la SENESCYT: 1020-02-180088; **CERTIFICO** haber revisado y aprobado la traducción al idioma inglés del resumen del trabajo de investigación con el título: **Modelo de desarrollo organizacional hotelero para crear estrategias de desarrollo local en la Hostería Rumipamba de las Rosas** de: Andrea Vanessa Jiménez Trujillo, aspirante a magister en Maestría en Desarrollo Local.

Latacunga, enero, 31, 2020

.....  
Sixto Franklin Mayo Mayo  
0501637714



## INDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT .....	x
TABLAS .....	xv
FIGURAS.....	xvi
INTRODUCCIÓN .....	1
Antecedentes:.....	2
Planteamiento del problema.....	3
Formulación del problema .....	5
Objetivos específicos: .....	6
Metodología.....	7
Exploratoria .....	7
Descriptiva.....	8
De campo .....	8
Análisis e interpretación de resultados: .....	8
Identificación del problema: .....	8
Análisis del problema: .....	8
Crear alternativas de solución.....	9
Selección y planificación de la solución:.....	9
Ejecución y Control: .....	9
I. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	10
1.1. Antecedentes .....	10
1.2. Fundamentación epistemológica. ....	10
Modelo de Desarrollo Organizacional.....	25
Modelo de gestión y su importancia en el sector hotelero para el desarrollo .....	26
Importancia de los Modelos de Gestión en los Procesos Empresariales .....	27
1.3. Fundamentación del Turismo Comunitario en el Ecuador.....	27



1.4. Conclusiones Capítulo I .....	29
II. PROPUESTA .....	30
2.1 Título de la propuesta .....	30
2.2 Caracterización General .....	30
Festividades .....	31
2.3 Objetivo General .....	32
Objetivos Específicos .....	32
2.4 Justificación.....	32
Árbol de problemas.....	33
2.5 Desarrollo de la metodología empleada y procedimiento de trabajo .....	34
2.4 Factores de riesgo.....	41
DESARROLLO DE LA PROPUESTA .....	43
DISEÑO DEL CIRCUITO TURÍSTICO DE LA COMUNIDAD DE PATAIN ...	43
Definición de aspectos generales del circuito.....	43
Identificación .....	44
Identificación de recursos turísticos .....	44
Definición del recorrido.....	45
Medición de tiempos.....	45
Paquetes turísticos del circuito comunitario .....	46
Precio .....	47
Análisis de costo y fijación de precios.....	47
Difusión del circuito .....	47
Estrategia publicitaria de la ruta turística .....	47
Identidad corporativa .....	48
Elementos de un logotipo .....	48
Canales de información .....	49
2.5 Modalidades de ejecución: .....	50
2.6 Factores de calidad: .....	51



2.7 Conclusiones del Capítulo II .....	53
III. APLICACIÓN Y/O VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA .....	54
3.1 Análisis de los resultados .....	54
3.2 Discusión de los resultados .....	54
3.3. Evaluación de expertos.....	60
3.4. Evaluación de usuarios .....	61
3.5. Evaluación de impactos o resultados (si aplica).....	62
Conclusiones del capítulo III.....	67
V. RECOMENDACIONES .....	70
VII. ANEXOS .....	73
I. Socialización con los miembros de la Hostería y la comunidad.....	73
II. Manifestaciones Turísticas .....	79
Iglesias Principales de Patain (derecha: Antigua iglesia, Izquierda Nueva Iglesia) .....	79
Oficina de Turismo que propagan todos los lugares turísticos de Patain bajo la coordinación del GAD parroquial.....	80
III. Sembríos Agrícolas .....	80
Mirador de Ulivi .....	82
IV. Encuesta.....	83



## TABLAS

Tabla 1. Cronograma de tareas en relación con los objetivos específicos trazados.....	6
Tabla 2. Festividades de la Comunidad de Patatin.....	31
Tabla 3. Perfil del visitante .....	35
Tabla 4. Integrantes que conforman la población de la investigación .....	39
Tabla 5. Análisis FODA para la creación de un Modelo Organizacional Hotelero en HRR. ....	41
Tabla 6. Descripción Hostería Rumipamba de las Rosas .....	43
Tabla 7. Financiamiento del proyecto .....	51
Tabla 8. Evaluación de la Ruta “Panzaleo cerca del cielo” .....	59
Tabla 9. Impacto socio cultural.....	62
Tabla 10. Impactos económicos .....	63
Tabla 11. Impactos educativos.....	64
Tabla 12. Impacto ambiental.....	65
Tabla 13. Impacto turístico .....	66

## FIGURAS

Figura 1. Mapa de ubicación Parroquia de Panzaleo .....	31
Figura 2. Árbol de problemas para el turismo comunitario en la comunidad de Patain .....	33
Figura 3. Decisión de viaje.....	36
Figura 4. Realizar actividades en las comunidades.....	36
Figura 5. Actividades durante el recorrido.....	37
Figura 6. Presupuesto .....	38
Figura 7. Organigrama organizacional.....	41
Figura 8. Ruta Comunidad De Patain .....	45
Figura 9. Modelo para la gestión integrada y sostenible del turismo comunitario. ....	56



## INTRODUCCIÓN

El turismo en el Ecuador inicia su desarrollo a mediados del siglo XX, es principalmente en las tres últimas décadas que empieza a consolidarse como actividad económica, social y cultural de importancia.

Nuestro país está considerado como uno de los 17 lugares diversos del mundo, poseedor de una de las mayores diversidades de ecosistemas y culturas vivas en un territorio relativamente pequeño.

Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores que crecen con mayor rapidez en el mundo, esta industria guarda una estrecha relación con el desarrollo y dinamiza la economía por lo que se ha convertido en un motor clave del progreso socioeconómico.

La falta de planificación, la carencia de recursos para la promoción, la inexistencia de operadores turísticos locales son algunos factores para que Salcedo se vea relegado de este desarrollo en comparación a otros destinos que son visitados por turistas nacionales y extranjeros.

Dar testimonio de los atractivos naturales, cultura, gastronomía, arquitectura, fiestas y patrimonio es necesario, se debe ubicar al cantón en el mapa de destinos del país por ello la elaboración de una ruta turística ayudará con este cometido.

Por otra parte la industria hotelera ha crecido consideradamente en nuestro país tomando en cuenta que es una de las actividades económicas más rentables y generadoras de empleo, para nuestro estudio se ha tomado a la Hostería Rumipamba de las Rosas empresa dedicada al turismo por más de 35 años, considerada como un referente en la hotelería en nuestra provincia por su trayectoria y calidad en sus servicios.

Para el desarrollo de este proyecto se planteó cinco capítulos en los cuales, el primero describe la parte teórica del proyecto así como también la realización de una investigación previa, dentro del tema planteado, y su fundamento, así como se también la elaboración de variables que se encuentran dentro del tema.

En este punto aseamos un análisis a la metodología, y al enfoque que se pretende dar dentro del tema planteado, así como los niveles de investigación dentro del contexto, tomando en cuenta además la población y la muestra existente para esta investigación. En el segundo capítulo de la investigación salió a relucir el tema de la propuesta, que se pretende dar para la realización del proyecto previo estudio dentro de la investigación.

En el tercer capítulo se expone los resultados obtenidos mediante esta investigación. Y el cuarto y quinto capítulo se procede a sacar las conclusiones y recomendaciones obtenidas dentro de la investigación realizada.

### **Antecedentes:**

Para la elaboración del proyecto de tesis se basó en los lineamientos que plantea la maestría de desarrollo Local de la Universidad Técnica de Cotopaxi en la planificación y gestión sostenible del turismo, por medio de esta investigación lo que se pretende informar es la importancia de la actividad turística comunitaria y su relación con los servicios hoteleros, ya que brindan la oportunidad del crecimiento económico, de mejorar la calidad de vida, siempre y cuando se lo realice de forma equilibrada, con una planificación y uso consciente del recurso natural, preservando, conservando involucrando y manteniendo a los sectores público, privado y comunitario.

Partiendo de que el turismo sostenible tiene como finalidad favorecer la conservación de los recursos tanto naturales, culturales y patrimoniales, así como potenciar el desarrollo socioeconómico de las comunidades locales, a través del conocimiento y aprovechamiento de su patrimonio natural y cultural. En consecuencia, el objetivo de esta línea es el diagnóstico, análisis, diseño y ejecución de modelos turísticos comunitarios que respondan a estas necesidades.

Bajo este contexto es que suma importancia el trabajo coordinado que busca un sola finalidad "turismo participativo", es así, que la actividad turística comunitaria y su relación con el servicio hotelero se enfoca en cuidar ahora, preservar, conservar y hacer

uso racional de los recursos naturales para que las futuras generaciones para que también puedan disfrutar de ello.

Desde las últimas décadas los principios y metas vinculados con el desarrollo local y el desarrollo sustentable abordan la relación con el turismo, y específicamente la idea del turismo como actividad que puede contribuir a este último (Troncoso, 2008, pág. 12). El desarrollo local debe ser entendido desde la perspectiva económica, social, cultural y política, debido a que se trata de un proceso dinámico de ampliación de capacidades locales que permite mejorar la calidad de vida de todos los integrantes de la población (Gonzales, 2008).

El turismo es la gran industria, la OMT lo constata año tras año con sus análisis y compilaciones estadísticas. Mucho más allá de los destinos tradicionales considerados líderes, el turismo también ha supuesto un mecanismo de desarrollo emergente para muy diversas economías y áreas. Sin embargo, ese crecimiento exponencial que estamos viviendo en los últimos decenios está provocando que, tanto los destinos tradicionales como los nuevos destinos turísticos padezcan una presión creciente sobre sus recursos naturales, culturales así como sobre su entorno social y económico.

Ecuador es uno de los países que cuenta con la planta hotelera en proceso de crecimiento por ende tiene un desarrollo turístico potencial, cabe mencionar que el registro oficial de Ecuador determina la clasificación y nomenclatura de “Los establecimientos de alojamiento turístico en: a) Hotel H b) Hostal HS c) Hostería HT d) Hacienda Turística HA e) Lodge L f) Resort RS g) Refugio RF h) Campamento Turístico CT i) Casa de Huéspedes CH” (Bejarano, 2002).

### **Planteamiento del problema**

San Miguel, también conocida como San Miguel de Salcedo, perteneciente a la cabecera cantonal del Cantón Salcedo, así como la tercera urbe más grande y poblada de la Provincia de Cotopaxi. Se localiza al centro de la Región interandina del Ecuador,

en la hoya del río Patate, en la orilla izquierda del río Cutuchi, a una altitud de 2683 msnm y con un clima andino de 14°C en promedio.

Es conocida por los tradicionales helados que se elaboran únicamente en esta urbe, también se le conoce como: "Puerta del Oriente" por su ubicación geográfica. En el censo de 2010 tenía una población de 12.488 habitantes, lo que la convierte en la septuagésima octava ciudad más poblada del país. Forma parte del área metropolitana de Latacunga, pues su actividad económica, social y comercial está fuertemente ligada a Latacunga, siendo "ciudad dormitorio" para miles de trabajadores que se trasladan a aquella urbe por vía terrestre diariamente. El conglomerado alberga a 298.440 habitantes.

En este cantón se ha impulsado la idea de realizar cultivos frutícolas en asociaciones u organizaciones, sin embargo la falta de organización y buen manejo de mercadotecnia que han tenido los socios han provocado pérdidas en los cultivos, además las dificultades que presentan las asociaciones, son el no tener una administración designada que cumplan con un rol de desempeño, los mismos que perjudican en la toma de decisiones, siendo este un inconveniente para la prosperidad de una asociación.

Manifiesta el INIAP que realiza estudios en el Cantón Salcedo con el fin de ofrecer alternativas competitivas y sustentables en los cultivos de uvilla, tomate de árbol, granadilla, etc. Para tener alternativas de asociaciones productoras de frutas que impulsen al desarrollo Cantonal.

El segmento social que se pretende potenciar contaría con la iniciativa de este emprendimientos de base comunitaria, a fin de elevar su nivel de vida. Realizar un proceso investigativo permitiría tener una evaluación de los recursos disponibles; y a través del planteamiento de un nuevo orden organizativo, apoyado en actores sociales e institucionales, podría asegurar la viabilidad y sostenibilidad de los emprendimientos.

El turismo se ha convertido en un importante factor de desarrollo socioeconómico de los países, como consecuencia de que el desarrollo local, se considera entre las estrategias que permiten el progreso de un territorio (Gambarota & Lorda, 2003).

En el cantón se encuentra la Hostería Rumipamba de las Rosas que significa para el mismo un referente en la industria turística y hotelera, ya que brinda a sus visitantes todas las facilidades en los servicios de alojamiento, alimentación y entretenimiento. Actualmente pertenece a la primera cadena hotelera ecuatoriana llamada Cialcotel y se encuentra administrada por una junta de accionistas y los propios dueños Familia Álvarez Palacio.

La Hostería actualmente tiene siete departamentos y están claramente organizados por un organigrama, cuenta con 34 empleados donde su mayoría pertenecen a esta zona geográfica, dentro de la percepción que maneja la hostería; está constituido como una parte importante en el entorno, ya que por el renombre y trayectoria que posee y el target de clientes ha permitido una percepción en sus habitantes en donde su gran mayoría cataloga a la misma como un sitio único, exclusivo y a la vez un poco excluyente por el tema de accesibilidad en su costos.

Para la elaboración de nuestra propuesta surge la principal **situación problemática** en la que pone en manifiesto la falta de estrategias de desarrollo local, que permita la integración de los servicios hoteleros conjuntamente con los diferentes emprendimientos como el turismo comunitario y la relación que existen en la zona, los cuales permitan un desarrollo sustentable y generador de empleo para los sectores vulnerables, que se encuentran en vías de desarrollo por medio de un turismo comunitario.

Es una estrategia la elaboración de una ruta turística para la zona, integrando diferentes servicios de distracción que al unirlos formen una cooperación; el cual sirva de mecanismo para generar recursos económicos no solo para la industria hotelera sino también para mejorar la calidad de vida de los habitantes.

### **Formulación del problema**

De estas oportunidades y retos se propone un problema científico que se expresa cómo a pesar de las potencialidades turísticas que tienen las comunidades en Salcedo se han aprovechado solo parcialmente, sin explotarlas en su magnitud por la falta de

promoción e interés y desconociendo el rol que la participación de los habitantes del lugar puede desempeñar y donde los servicios hoteleros son parte primordial para dar a conocer actividades en su relación de marketing , una de ellas es la Hostería Rumipamba de las Rosas la que permitiría fortalecer las actividades turística como una fuente del desarrollo sostenible para mejorar la calidad de vida.

Para la solución de este problema se plantea como **objetivo general:**

Proponer un modelo de desarrollo organizacional con enfoque de turismo comunitario con la implementación de estrategias de desarrollo local en la Hostería Rumipamba de las Rosas.

**Objetivos específicos:**

- Establecer los fundamentos epistemológicos de los modelos hoteleros y el turismo comunitario para el diseño de una estrategia de desarrollo local en el cantón Salcedo para establecer la relación entre el turismo comunitario y sus acciones con entes públicos y privados.
- Diseñar una propuesta de ruta turística como estrategia de desarrollo local que contribuya a mejorar el modelo Organizacional de la Hostería Rumipamba de las Rosas
- Validar la propuesta con la comunidad de Patate y con los directivos de la Hostería Rumipamba de las Rosas.

*Tabla 1. Cronograma de tareas en relación con los objetivos específicos trazados.*

Objetivo	Actividad (tareas)
<b>1. Objetivo específico 1:</b> Establecer los fundamentos epistemológicos de los modelos hoteleros y el turismo comunitario para el diseño de una estrategia de desarrollo local en el cantón Salcedo para establecer la relación entre el turismo comunitario y sus acciones con entes públicos y privados.	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Revisión de la literatura sobre los modelos hoteleros y el turismo comunitario.</li><li>2. Establecer las relaciones entre actores del turismo comunitario y actores de entidades público y privadas en Salcedo</li></ol>

<p><b>2. Objetivo específico 2:</b> Diseñar una propuesta de ruta turística como estrategia de desarrollo local que contribuya a mejorar el modelo Organizacional de la Hostería Rumipamba de la Rosas.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conversatorios con los directivos y huéspedes de la Hostería Rumipamba de las Rosas para la creación de un departamento de responsabilidad social dentro de su modelo organizacional.</li> <li>2. Definir los puntos de turismo comunitario estratégicos a visitar para la elaboración de la propuesta.</li> <li>3. Identificación mediante conversatorios directos a los líderes comunitarios de la parroquia de Panzaleo.</li> <li>4. Revisión de documentos y políticas para la creación y operación de la ruta turística comunitaria.</li> </ol>
<p><b>3. Objetivo específico 3:</b> Validar la propuesta con la comunidad de Patatin y con los directivos de la Hostería Rumipamba de las Rosas.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Socialización con los integrantes involucrados para la ejecución de la propuesta.</li> <li>2. Análisis, discusión e interpretación de los resultados de la aplicación de los instrumentos para la obtención de la información del caso.</li> <li>3. Elaboración de una matriz FODA para la creación de un Modelo Organizacional Hotelero en HRR.</li> </ol>

*Elaborado: (Jiménez. A. 2019)*

## Metodología

El uso de los métodos de investigación nos permitirá seguir los procesos de una manera lógica y ordenada, lo cual por consiguiente nos dará como resultado el tener nuevos conocimientos.

## Exploratoria

Este a su vez permite averiguar las particularidades del problema y analizar el contexto global del mismo, en su totalidad.

### **Descriptiva**

Ya que se procura expresar los argumentos necesarios de sus dirigentes que son los que tienen cierto interés por implementar el turismo en la comunidad, obteniendo esta información de la esencia del estudio, la población y la muestra por una sola vez.

### **De campo**

Constituye un proceso sistemático y presentación de datos, basado en una estrategia de recolección directa de la realidad de las informaciones necesarias para la investigación, a través de herramientas para la recolección de información.

**Encuesta:** se realizó un conjunto de preguntas dirigidas a los huéspedes de la hostería Rumipamba de las Rosas. La población estadística en estudio, es formada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos (Casas et al., 2003).

### **Análisis e interpretación de resultados:**

Los niveles de intervención en estudio se los va a iniciar a un nivel grupal con la intervención de la comunidad.

### **Identificación del problema:**

Se identifica el problema para tener la capacidad de decisión que debe tomarse respecto a este, ya que puede ser resultado de dificultades que se muestren cada día o en consecuencia de conflictos organizaciones, es aquí donde se hace la interrogación el lugar donde acontece el problema, que es lo que ocurre, los involucrados y las razones que lo originaron.

### **Análisis del problema:**

Al conocer cuál es el problema es necesario entender el mismo, para proceder a analizar todo lo que estuvo al contorno. Además al estudiar es importante tener prioridades e identificar la decisión de acción, en este caso el considerar el actor pertinente a la problemática si son casos endógenos o exógenos.

### **Crear alternativas de solución**

Ahora bien ya que se consiga solucionar el problema, es importante el involucramiento de todas las partes y utilizar técnicas que contribuyan la solución del problema.

### **Selección y planificación de la solución:**

Al conseguir las alternativas de solución, se conseguirán dar las mejores soluciones, por lo que hay que tomar en cuenta la posibilidad de solución, factibilidad, los recursos necesarios y el riesgo, añadido a esto los procesos que podrán verse afectados y el tiempo de realización. Se debe orientar en soluciones no solo de efecto sino que generen impacto en el territorio.

### **Ejecución y Control:**

“Dar la seguridad que la planeación realizada no solamente corrija el problema sino también este ajustado a los tiempos designados”. (Vasquez, 2012)

## I. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 1.1. Antecedentes

Para la presente investigación se tomó como referencia investigativa el trabajo realizado por Flores (2009) “Instituto Latinoamericano de Ciencias Turísticas” sobre el turismo comunitario.

### TURISMO COMUNITARIO

- Se cree que el turismo comunitario solo está latente en ofrecer los recursos turísticos, pero se sabe que el solo hecho de tener recursos, no garantiza el éxito.
- Podríamos decir que las experiencias de conocer otros lugares, es buena, pero sin embargo se da para mejorar ya sea comunitariamente así como individualmente.
- El turismo comunitario precisa íntimamente en su concepto, que puede desarrollarse en campos más cerrados y delimitados.

### RECOMENDACIONES

- Se debe crear un convenio con los gobiernos locales para integrar un trabajo conjunto y no se pierda en el camino el turismo comunitario.
- Es importante tener un componente de comercialización, para acercar a las poblaciones a ofrecer sus productos turísticos.
- Es necesario impartir una consulta acerca de emprendimientos empresariales que exista en una localidad.

### 1.2. Fundamentación epistemológica.-

#### TURISMO.

Según la (OMT) Organización Mundial de Turismo, señala que el turismo está constituido por las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno natural, por un periodo de tiempo consecutivo, inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

El concepto implica:

- Desplazamiento del lugar de residencia habitual.
- Gastos de ingresos previamente obtenidos.
- Consumo de bienes y servicios turísticos.
- Existencia de ciertas inversiones o condiciones previas.

### **Turismo Sostenible**

La tradicional forma de ver el turismo incrementa la degradación de los destinos turísticos, ante esta situación las demandas de turismo actual se motivaron en buscar nuevos espacios de esparcimiento libre de contaminación y que promuevan actividades que estén relacionadas con la naturaleza y la gente, para ello ha hecho uso del desarrollo sostenible como una herramienta capaz de generar esa sinergia entre el turismo y la sostenibilidad, es así que la OMT ha adoptado el enfoque sostenible para el turismo definiendo al desarrollo sostenible como el uso racional de los recursos naturales y culturales, que satisfagan las necesidades económicas, sociales y estéticas, al mismo tiempo respetando la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida. (Tierra, 2004)

### **Clasificación del Turismo.**

Según la (OMT, 2003), para el diseño de la ruta turística de Patai se tomarán en cuenta los siguientes conceptos de turismo que serán aplicados:

#### **Turismo de aventura.**

El turismo de aventura es otra de las modalidades del turismo alternativo, y sin duda alguna una de las formas que mayores expectativas genera a su alrededor, quizás por el termino mismo que evoca, o bien por un cierto misticismo y tabúes que se ha generado en su entorno. La problemática comienza desde su propio nombre, algunos lo llaman turismo deportivo, otros más turismo de aventuras, otros tantos turismo de adrenalina o bien turismo de reto, y si bien su denominación es lo de menos, los conceptos si llegan a ser determinantes. Estas denominaciones generan confusiones y

preocupaciones entre el turista e inclusive entre los prestadores y comercializadores de los servicios.

### **Turismo agrícola o Agroturismo.**

El turismo rural contribuye a diversificar la oferta de productos y a sostener la economía de las comunidades rurales. Tiene como finalidad mostrar y explicar una serie de experiencias relativas a la vida rural campesina. El Agroturismo ha dado como resultado un éxito ascendente, pues ofrecen a los turistas, semanas completas de estadía con todos los servicios incluidos, además de enseñarles a cultivar, cosechar, operar los sistemas de riego y combatir plagas, entre otras actividades. Una de las ventajas del Agroturismo es que las compras de productos alimenticios se hacen en la misma granja, o en otras vecinas, de modo que la demanda económica favorece directamente a la comunidad.

### **Turismo cultural.**

Corresponde a los viajes que se realizan con el deseo de ponerse en contacto con culturas y conocer más de su identidad

### **EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO.**

La evaluación del potencial turístico de una zona permitirá determinar el territorio correspondiente en el que se llevará a cabo el proyecto de desarrollo turístico, una evaluación precisa del potencial turístico del territorio constituye una excelente base de adopción de decisiones para los organismos de desarrollo, ya que les permitirá minimizar los riesgos de implicarse en malas inversiones. (Tierra, 2004)

### **Potencial Turístico**

Según la (OMT, 2003) Organización Mundial de Turismo la evaluación del potencial turístico de una zona permitirá determinar el territorio correspondiente en el que se llevará a cabo el proyecto de desarrollo turístico una evaluación precisa del potencial turístico del territorio constituye una excelente base de adopción de decisiones para los

organismos de desarrollo, ya que les permitirá minimizar los riesgos de implicarse en malas inversiones.

El turismo sostenible (incluyen todas las modalidades de turismo amigables con el ambiente-alternativas) tiene especial potencial de desarrollo en las zonas que ofrecen entornos naturales que se combinan con grupos étnicos que buscan la forma de reportar beneficios económicos a sus comunidades y se convierte en una motivación para la conservación y desarrollo sostenible.

Por ello evaluar el potencial turístico local conlleva dos fases fundamentales:

**Primera fase:** El análisis de la situación turística existente, es decir una fase inicial en la que se analiza la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado y,

**Segunda fase:** El diagnóstico de la potencialidad turística que comparando los resultados del análisis de la situación permitirá identificar los puntos fuertes y débiles del territorio, las oportunidades y los riesgos, y por último, decidir la conveniencia o no del turismo en la zona.

Una visión errónea del potencial turístico de la zona puede provocar un sobredimensionamiento de los proyectos, con efectos negativos sobre el ambiente (contaminación destrucción de las áreas naturales), la cultura (pérdida de la identidad cultural), la actividad económica del territorio (dependencia, aumento del coste de la vida).

### **Diagnóstico de Potencialidad Turística.**

Permitirá conocer las características generales del entorno del área geográfica (Territorio) y el verdadero potencial turístico del área donde se pretende realizar un proyecto de Turismo.

Este estudio consta de dos partes:

- Diagnóstico de las Características Generales del Área
- Análisis del Potencial Turístico del área

- Zonificación turística

### **Diagnóstico de las Características generales del área.**

Según Patricia Tierra (2008) el diagnóstico del entorno de un área donde se pretende desarrollar un proyecto de turismo pretende responder a las siguientes preguntas:

¿Existen en el área seleccionada para el desarrollo del turismo limitaciones importantes?

¿El área turística seleccionada tiene potencial para desarrollar el turismo?

Este análisis consiste en la búsqueda de información a través de mapas topográficos, estudios económicos de las entidades locales regionales y nacionales de planificación y administración, información sobre estadísticas y censos, fotografías aéreas o terrestres, directorios locales y regionales; y oficinas de turismo gubernamentales locales y regionales, entre otras fuentes información referente a:

*Ilustración 1. Ámbitos de diagnóstico de áreas de estudio*

<b>AMBITOS</b>	<b>DIAGNOSTICO</b>
Físico Espacial	División política administrativa (provincia, cantón, parroquia, comunidad, barrios)
	Limites
	Vías de acceso
Socio cultural	Etnicidad (nacionalidad y pueblo)
	Historia
	Población (Total habitantes, número de familias, distribución, edad, nivel de instrucción, ocupación)
	Servicios básicos disponibles (agua, energía, alcantarillado)
	Salud
	Educación
Medios de transporte	

	Servicios sanitarios (tipo de baños, letrina, pozo ciego, pozo séptico)
	Abastecimiento de productos
Ecológico territorial	Condiciones ambientales de la zona (clima, paisaje natural )
	Clasificación Ecológica
	Usos de suelo (tipos, porcentaje, mapas)
	Descripción general de flora y fauna
Económico Productivo	Actividades económicas (tipo, ocupación)
	Desarrollo actual del turismo en la zona
	Participación o interés de la población en el desarrollo turístico
Político administrativo	Administración interna (organigrama, composición administrativa, funciones)
	Asociatividades: Análisis respecto al apoyo público o privado para el desarrollo turístico
	Instituciones que trabajan en la zona

Fuente: Planificación Territorial 2008

### **Análisis del Potencial Turístico del área.**

Según TIERRA, P. (2008) un análisis del potencial turístico de cualquier área donde se pretenda desarrollar la actividad turística, deberá contener:

- Un inventario de atractivos turísticos naturales y culturales

### **Inventario Turístico**

El inventario de atractivos debe contar con objetivos que justifiquen la necesidad de realizar el estudio, es considerado como un proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto del atractivo, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a confrontar la oferta turística del país. Proporcionan información importante para el desarrollo del

turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas de desarrollo turístico. (MINTUR. 2004.)

El inventario de los atractivos ecoturísticos de un sitio determinado se desarrolla de acuerdo a las siguientes etapas:

### **Clasificación de los atractivos.**

Consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo, al cual pertenece el atractivo a inventariar.

La clasificación de las categorías de atractivos se la hace en dos grupos: Sitios Naturales y Culturales.

En la categoría de **Sitios naturales** se reconocen a los tipos: Montañas, Planicies, Desiertos, Ambientes Lacustres, Ríos, Bosques, Aguas Subterráneas, Fenómenos Espeleológicos, Costas o Litorales, Ambientes Marinos, Tierras Insulares, Sistemas de Áreas Protegidas.

En la categoría **Manifestaciones Culturales** se reconoce a los tipos: Históricos, Etnográficos, Realizaciones Técnicas y Científicas, Realizaciones Artísticas Contemporáneas y Acontecimientos Programados. (MINTUR. 2004.)

### **Categoría.**

Define los atributos que tiene un elemento y motivan a la visita turística dependiendo de su naturaleza.

### **Tipo**

Son los elementos de características similares en una categoría.

### **Subtipo.**

Son los elementos que caracterizan los tipos.

### **Recopilación de información.**

En esta fase se selecciona tentativamente los atractivos para lo cual se investiga sus características relevantes. Esta fase de investigación es documental, cuya información debe obtenerse en las oficinas relacionadas con su manejo.

### **Trabajo de campo.**

Consiste en la visita a efectuarse a los sitios para verificar la información sobre cada atractivo.

Es el procedimiento mediante el cual se le asignan las características al atractivo.

El trabajo de campo debe ordenarse en función de los desplazamientos para estimar el tiempo total que demande esta actividad.

### **Evaluación y jerarquización.**

Según el MINTUR (2004), la evaluación y jerarquización consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas: calidad, apoyo y significado. Permite valorar los atractivos objetiva y subjetivamente.

Los atractivos de acuerdo a la jerarquización propuesta por el MINTUR, deberán responder aproximadamente a la siguiente descripción.

**Jerarquía IV:** Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.

**Jerarquía III:** Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.

**Jerarquía II:** Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

**Jerarquía I:** Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

## **RUTAS TURISTICAS**

Según ONAM, BID y AME, (2006), Es un territorio correctamente preparado para el turismo, ofrece una amplia variedad de actividades, paseos y rutas, lo que hace que el visitante desee quedarse más tiempo o le anima a regresar; es decir prolonga la estadía y despierta fidelidad con el destino.

El diseño e implementación de rutas turísticas se constituye en la mejor forma de poner en valor un territorio o un espacio. Un paseo sin rumbo o al azar no ofrece al visitante la misma información ni satisfacción que una visita dirigida a los principales puntos naturales, culturales, etnográficos, etc. El acondicionamiento de estas rutas, itinerarios y paseos hacen que el visitante encuentre la posibilidad de organizar su tiempo, distribuir sus visitas, eligiendo directamente aquello que le interese conocer.

Una ruta debe tener un contenido temático, que una sus puntos y de coherencia y de atraktividad al recorrido. Los temas pueden ser variados y en función de estos se debe realizar la información referente. Se evidencia que la ruta es algo más que los atractivos que se visitan.

Constituye una manera de relacionar atractivos y territorios con la experiencia temática escogida y el contacto con la gente del lugar, que le convierte en un producto dinámico y vivo que incrementa la satisfacción del turista.

La ruta ofrece la posibilidad de dar a conocer ya sea un determinado tema o diferentes atractivos que aisladamente carecerían de interés o jerarquía suficiente como para atraer una demanda; pero igual al integrar una ruta específica forman parte de un producto turístico unitario.

Para el diseño de rutas turísticas, tanto urbanas como rurales, es fundamental partir de la planificación turística del espacio, en lo que concierne al inventario de los recursos naturales y culturales, el catastro de servicios turísticos y la infraestructura turística, luego mediante sistemas de jerarquización se determinará la aptitud o no aptitud para que en base de ello podamos actuar y acondicionar el atractivo y su entorno. Es necesario organizar la circulación del tránsito mediante la señalización tanto en zonas urbanas como rurales, para dirigir al turista hacia el producto o al destino que éste elija, dándole así un mayor valor agregado al atractivo, esto además facilita la venta del producto.

### **Concepto Rutas Turísticas**

Según Mindo Cloudforest Foundation & CARPEI (2006), las rutas, son recorridos ecológico-turísticos que se desarrollan generalmente sobre vías rurales y urbanas con algún valor ambiental distintivo, provistas de la infraestructura y los servicios necesarios para brindar al visitante una experiencia única de turismo de naturaleza comunitario-sustentable.

Este modelo integrado de desarrollo turístico y de conservación de recursos naturales permite reactivar las economías locales a través de la prestación de servicios turísticos comunitarios, creando así empleo y mitigando impactos ambientales y sociales adversos. Las comunidades participantes están en proceso para reinvertir parte de los nuevos ingresos en actividades de conservación y mejora del trayecto.

### **Planificación y diseño de rutas**

Dentro de los trazados que se van a recorrer, se localizan los atractivos inventariados o focales que son factibles de ofertar.

Planificar y diseñar un sendero o ruta significa tomar en cuenta la zonificación y el inventario, con cuyos parámetros claros se definen, trazan y cartografía el rumbo que seguirá. Otro factor a tomar en cuenta es el grado de fragilidad.

Una vez realizados los pasos anteriores, se debe establecer su estructura, el sistema de drenaje, la longitud, la señalización, la guía de interpretación y las regulaciones, entre otros factores demandados cuando sean factibles y pertinentes.

Un requisito importante en esta etapa es que el sendero para ecoturismo debe ser circular (se debe regresar por un lugar diferente al de salida) y el tiempo del recorrido no debe exceder las dos horas.

No así las rutas, las cuales no necesariamente cumplen con estas características, ya que las cuales pueden durar días completos, dependiendo de la actividad y como se diseñen los itinerarios en función del mercado objetivo y objeto de ruta. Piray (2008)

### **La interpretación**

Desde su primera definición dada por el señor Freeman Tilden en 1957, son muchos los conceptos emitidos sobre la interpretación, uno de ellos la define como "el proceso de desarrollar el interés, el disfrute y el entendimiento de los visitantes sobre un área, o parte de un área, describiendo y explicando sus características e interrelaciones". Entre sus objetivos está asistir al visitante, cumplir con las metas de manejo y promover el entendimiento público de una agencia y sus programas. (TILDEN. F. 1957)

Los elementos que integran la interpretación ecoturística son la historia del área de conservación, los aspectos físicos relevantes de esta (geología, geomorfología, biogeografía, climatología, hidrografía, entre otros), la historia natural de la flora y la fauna, sus características etno-botánicas, su folklore, sus interrelaciones, los aspectos culturales presentes y pasados, entre otros.

### **Señalética**

Según PIRAY, M. (2008), la señalética es una de las maneras modernas de comunicar información más atractiva disponible, se refiere a los letreros, carteles, señales o marcas necesarias para orientar al usuario durante su recorrido por el sendero, pudiendo además entregar información acerca de elementos atractivos o destacables, sobre la

duración del recorrido, altitud, distancia a puntos de interés o descripción de flora y fauna.

### **Señalética Interpretativa.**

La señalética interpretativa es una de las mejores herramientas de comunicación con el visitante. La interpretación es una técnica para transmitir un mensaje al visitante o usuario utilizando un medio amigable y en un entorno de diversión y entretenimiento.

La señalética interpretativa permite profundizar en la experiencia de la visita, así como dotar de contenido y convertir en atractivo a un simple recurso.

Un panel interpretativo puede explicar y dar sentido a un paisaje, explicando sus características (mesa de orientación o interpretación) puede explicar un cruce de caminos, una ruina, un edificio antiguo, una técnica, un material, una producción, etc.

La señalética interpretativa permite al visitante, aún sin un guía, perciba la profundidad del valor del lugar que está visitando.

Los paneles interpretativos también sirven para dotar de interés o atracción a un sendero.

### **Integración de las comunidades locales**

Para un adecuado manejo ecoturístico sostenible hay que integrar a estas las comunidades periféricas al área de conservación, especialmente las que se encuentran en la zona de amortiguamiento. El proceso de integración tiene por objetivo la valoración del área por las comunidades, su participación en el mercadeo del ecoturismo, en la conservación, en la mejoría de su calidad de vida, entre otros factores que coadyuvan al desarrollo sostenible. Como requisito previo se realizará en cada una de ellas un estudio socioeconómico para establecer sus necesidades más perentorias, las actividades en que se deben integrar, la forma en que se organizarán por actividades, el sistema de financiamiento de las actividades, la ubicación de las actividades, la ejecución de planes de capacitación y concienciación, entre otros.

Dichas comunidades deben integrarse a los programas de educación ambiental, a los grupos de amigos de los Parques Nacionales y otras áreas equivalentes, a los programas de vigilancia, a las campañas de reforestación y otras actividades que retuercen la protección del área silvestre en el presente y el porvenir.

### **PAQUETES TURÍSTICOS.**

Es aquel producto que se planifica y se desarrolla, teniendo en cuenta un grupo de servicios turísticos (alojamiento, alimentación, transporte, etc.) anexos en un solo componente o paquete turístico que nos permite el aprovechamiento adecuado del recurso humano: materia/es turísticos así como valorar las condiciones de las rutas o circuitos, para ofrecerlos y posteriormente, venderlos a los segmentos turísticos que disfrutarán de éstos.

Desde el punto de vista conceptual, el producto turístico es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con e/ propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista, entre otras cosas un producto está compuesto por atractivos, facilidades y acceso. (Mintur, 2004)

### **Componentes de los productos turísticos**

Los productos turísticos, por la gran variedad y diversidad de los componentes que los conforman, resultan de los más complejos entre todos los productos. Los productos son, ante todo, heterogéneos. A veces lo son extremadamente, pues están formados por muchos componentes que pueden ser tanto tangibles como intangibles. Entre sus componentes sobresalen:

Los recursos turísticos (naturales, histórico-culturales y socio-económicos).

- Accesibilidad.
- Guías especializados.
- Medios de transporte y comunicación.
- Infraestructura de alojamiento y servicios extra-hoteleros.
- Equipamiento recreativo de diversos tipos.

- Comunidad local.

### **Estrategias de comercialización y ventas**

Según De la Colina, J. (2009), una vez diseñado el producto, debe desarrollarse una estrategia comercial. Desde el punto de vista del marketing, es la primera y más importante de las variables de marketing – mix. Si una empresa no tiene el producto para estimular la demanda, no puede llevar a cabo de forma efectiva ninguna acción comercial. Se puede decir que el producto es el punto de partida de la estrategia de marketing.

Desde el punto de vista comercial, el producto designa cualquier bien o servicio, o la combinación de ambos, que poseen un conjunto de atributos físicos y psicológicos que el consumidor considera que tiene un bien para satisfacer sus deseos o necesidades. De la Colina, J. (2009).

### **Estrategias para el producto turístico.**

Según De la Colina, J. (2009), tendrá que decidir si se dirige a nuevos mercados o hacia los actuales. Por otro lado, las acciones sobre el mercado escogido pueden realizarse con los productos actuales o con nuevos productos. Si se combinan estas opciones, se consiguen cuatro estrategias turísticas:

**De penetración:** Incrementar la cuota global del mercado, ofertando el mismo producto existente sin incorporar ninguna modificación o mejora.

**De desarrollo del producto turístico:** Actuar sobre los mercados turísticos actuales, incorporando nuevos productos que surjan como variaciones de los productos turísticos existentes. Extensiones en la línea básica o con productos sustitutos.

**De extensión del mercado turístico:** Utilizar el mismo producto turístico, intentando atraer nuevos consumidores turísticos, bien por su oferta a regiones poco explotadas hasta el momento (sol y playa en el mercado ruso), o bien por la identificación de nuevos segmentos del mercado sobre los que no se habían realizado las acciones adecuadas.

Supone el desarrollo de nuevos productos, basados en la satisfacción de nuevos clientes, con nuevos destinos turísticos y con la incorporación de actividades turísticas nuevas, muchas veces con escasa relación con la actividad principal desarrollada por la organización turística. De la Colina, J. (2009),

### **Canales de distribución**

Dentro del marketing turístico, los canales o redes de distribución son la estructura que se forma en un mercado turístico por el conjunto de organizaciones, con el objetivo principal de facilitar y poner a disposición de los posibles compradores los productos de los diferentes fabricantes realizando la concreción de la venta, confirmándola y efectuando su cobro. De la Colina, J. (2009),

### **La Comunicación.**

No es suficiente con disponer de un buen producto, y comercializarlo a través del canal de distribución más adecuado, con un buen precio. Además, hay que comunicar su existencia. Los instrumentos para realizar esta actividad forman lo que se llama el mix de comunicación:

**Publicidad:** Comunicación no personal y pagada para la presentación y promoción de bienes, servicios o ideas, que lleva a cabo un patrocinador identificado.

Herramientas: Medios de masas, circulares, cartas, pósters, catálogos.

Los objetivos son: Informar, persuadir y mantener el recuerdo.

**Promoción de ventas:** Incentivos a corto plazo para incentivar la compra de un producto o servicio.

Herramientas: Descuentos, mayor contenido por el mismo precio, regalos directos o diferidos, sorteos, muestras, degustaciones.

**Herramientas:** Publicaciones, acontecimientos, noticias, conferencias, marketing social, logotipos, símbolos.

**Fuerza de ventas:** Comunicación verbal con un cliente potencial, cuyo propósito es realizar una adquisición.

Herramientas: Vendedores, representantes, presentaciones.

**Marketing directo:** Comunicación de la oferta de bienes y servicios directamente al consumidor potencial sin contar con intermediarios.

Herramientas: Catálogos, correo, tele marketing, televisión, radio, revistas, periódicos, ordenador. De la Colina, J. (2009),

### **Modelo de Desarrollo Organizacional**

Schien menciona que “El Modelo de Desarrollo Organizacional, se ha constituido como un instrumento por excelencia para el cambio, en busca del logro de una mayor eficiencia organizacional administrativa.” (2003, p. 21) “Condición indispensable en el mundo actual de la hotelería, caracterizado por la intensa competencia a nivel nacional e internacional. Para la Organización Mundial de Turismo” (OMT, 2012)

La actividad turística y hotelera ha sido una de las fuentes de ingreso más potenciales en el mundo, especialmente en países andinos como son: Perú, Colombia, Venezuela, Bolivia y Ecuador; por su riqueza natural, cultural y étnica. El Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR), en su Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para el año 2020 (PLANDETUR), menciona que el turismo ha tenido un incremento del 20.1% con referencia al año 2017 que se cerró con el 4.4%. Cifras que sirven como antecedente para que los prestadores de servicios mejoren su eficiencia y eficacia.

Las empresas se caracterizan por ser dinámicas debido a que se encuentran en un entorno que siempre está transformándose. En este sentido, la hotelería en los últimos años ha crecido significativamente en la provincia de Cotopaxi, así también, han aparecido nuevas industrias relacionadas con el sector turístico, de ahí que este fenómeno ha dado como resultado una vinculación con los diferentes sectores productivos como parte del turismo sostenible y responsabilidad social exigencias que hoy en día son dadas por el Ministerio de Turismo.

### **Modelo de gestión y su importancia en el sector hotelero para el desarrollo**

En la actualidad la evolución del turismo y el incremento de la planta turística ha permitido la necesidad de incorporar mecanismos y métodos que permitan cumplir la demanda del sector turístico, por ejemplo “los emprendimientos hoteleros muestran un destacado rol ante el nuevo escenario empresarial y debido a sus características únicas es imposible determinar un modelo de gestión rígidamente establecido en los procesos de los productos y servicios que oferta” (Gomez, 2014)

Se puede mencionar entonces que un modelo de gestión es indispensable para el sector hotelero, ya que se convierte en una herramienta que va de la mano con las características del establecimiento hotelero y con las necesidades de los servicios y productos que se comercializan en los mercados turísticos, ya que se enfoca en mejorar los procesos que suceden en la práctica mediante la interrelación de sus componentes, teniendo como fin potencializar los recursos disponibles y obtener utilidades para la organización.

Al considerar la administración racional, legal y empírica, se pueden establecer parámetros de análisis capaces de delinear la comprensión de los elementos integrantes de la estructura organizacional de un establecimiento y mediante el mismo mejorar los procesos y servicios turísticos del territorio, ya que representan una estructura principal en el desarrollo de las actividades que realizan los visitantes, además la presencia de los establecimientos turísticos permiten que la estadía de las personas en los destinos sea más prolongada.

Es importante para las organizaciones hoteleras contar con políticas, reglamentos y normas internas dirigidas al recurso humano interno y externo, al desarrollo de productos y a la prestación de servicios turísticos a los clientes, “además debe tener una buena comunicación interna ya que ninguna organización puede sobrevivir aislada a su entorno y la gestión es la cadena de las acciones llevadas a cabo por la organización” (Cobo, 2012) .La gestión de los alojamientos turísticos de igual manera permite el crecimiento del turismo y del establecimiento de manera organizada, ya que permitirá la mejora del servicio y a su vez garantizar la satisfacción de los visitantes.

### **Importancia de los Modelos de Gestión en los Procesos Empresariales**

Los modelos de gestión responden a las necesidades de cada uno de las organizaciones, instituciones o empresas, y tienen como fin optimizar los recursos que interactúan en los procesos de satisfacción de necesidades, habiendo dicho esto, el diseño y estructuración de los mismo tendrá variaciones entre establecimientos, aunque estará enfocado en aspectos principales como “organización, valoración, análisis, selección, formación y la evaluación de todo los procesos” (Vázquez, 2012), una vez que identifica y conoce las necesidades y la situación real se puede decidir y escoger el modelo correcto para el fin de la actividad y garantizar el correcto funcionamiento de las diferentes actividades.

Actualmente se manejan una serie de modelos que permiten realizar un “proceso lógico y sistemático que puede ser utilizado cuando se toman decisiones para mejorar la efectividad y eficiencia” (Hernández, 2013), teniendo en cuenta lo mencionado, básicamente los modelos de gestión logran anticipar, identificar, operar y estar capacitado para los diferentes inconvenientes que pueden aparecer y suceder a la hora de realizar los procesos de prestación de servicios y productos. De igual manera contribuye a tomar “acciones destinadas y reducir la exposición a los costos u otros efectos de aquellos eventos que ocurran” (Hernández, 2013)

### **1.3. Fundamentación del Turismo Comunitario en el Ecuador**

Para la presente investigación se tomó como antecedente el siguiente trabajo investigativo donde se han analizado las conclusiones y recomendaciones más relevantes que se menciona a continuación.

**Ortiz (2012)**, en su tesis para obtener su título como Licenciada en Turismo y Hotelería, denominada “Desarrollo Turístico Comunitario y su incidencia en la Demanda Turística de la Comunidad Pondoá de la Provincia de Tungurahua”.

### **Conclusiones**

- Fijar el desarrollo del Turismo Comunitario en la Comunidad para fortalecer el crecimiento turístico.

- Para indagar los índices dentro de la demanda Turística es necesario generar Productos de mejor calidad para establecer un logro de superación dentro de la misma Comunidad.
- Motivar a los Operadores de Turismo y guías de la Comunidad Pongoa para que ellos sean emprendedores del proyecto y para mejorar su estilo de vida.
- Para fortalecer el turismo en la comunidad de Pongoa es importante generar productos de calidad y al mismo tiempo motivar a los Operadores de Turismo y guías de la zona a ser entusiastas, emprendedores para lograr dicho proyecto, siempre encaminados en el desarrollo de la comunidad y mejor porvenir de la población.

**Paredes, (2011)**, en su tesis para obtener su título como Licenciada en Turismo y Hotelería, denominada “El Desarrollo Comunitario y el Turismo Ecológico en la Comunidad de Pitirishca del Cantón Simón Bolívar, Provincia de Pastaza en el periodo Diciembre 2010- Marzo 2011”.

### **Conclusiones**

- Los paisajes biodiversos, su flora y fauna en la Amazonia son privilegiados por lo que de buena manera hay que aprovechar la belleza paisajística y atraer turistas para convertirnos en buenos anfitriones de esta manera fomentar este tipo de actividad en el turismo mediante el viaje responsable en todas estas áreas naturales.
- Es importante generar atractivos turísticos y complementar con actividades como alimentación, hospedaje, transporte y servicios de asistencia para el visitante para buscar el desarrollo de la Comunidad.
- Indudablemente el turismo ecológico contribuye al desarrollo y superación de la Comunidad a partir de la difusión de sus conocimientos y experiencias y llenen las expectativas de los visitantes, conservando sus espacios, culturas e idiosincrasia.

- La comunidad de Pitirishca es un lugar privilegiado gracias a su ubicación geográfica y conservación de sus espacios, culturas e idiosincrasia el turista puede disfrutar de la belleza paisajística, siendo el Turismo ecológico el que contribuye al desarrollo de la comunidad.

#### **1.4. Conclusiones Capítulo I**

- Se concluye que la información obtenida de los conceptos del turismo comunitario y con el enfoque a los modelos organizacionales sirven como base para el conocimiento, enfocados a solventar las necesidades de las personas.
- En el Ecuador el turismo comunitario se ha venido desarrollando con el afán de inmiscuir a las comunidades, para que se involucren y que sean ellos los emprendedores de sus propias empresas, como puede ser: prestadores de servicios de alojamiento, operadores turísticos, guías turísticos enfocados directamente a las aéreas turísticas, para con ello engrandecer la economía, el conocimiento, el servicio social, entre otros, tomando como primer campo las comunidades por sus paisajes y su entorno natural y las investigaciones que se han venido desarrollando con las entidades públicas y el apoyo del gobierno, además con esto se pretende satisfacer la necesidad de crear fuentes de trabajo y el interés de los beneficiarios.
- Los beneficios de la utilización del modelo como una herramienta adaptada a las características de la gestión y a los procesos internos en los establecimientos hoteleros, contribuyen directamente a la optimización de los recursos disponibles y a la mejora de los servicios en general, ya que mediante estos elementos se puede conocer el impacto que tiene la gestión en el territorio y saber si las acciones que se llevan a cabo en los distintos hoteles son las correctas para el desarrollo del mismo y del sector en general.

## II. PROPUESTA

### 2.1 Título de la propuesta

**Diseño de una Ruta Turística como estrategia de Desarrollo Local entre la Asociación de Productores Agropecuarios Pataín (Asopruv) con la Hostería Rumipamba de las Rosas.**

### 2.2 Caracterización General

La Asociación de Productores Agrícolas se encuentra ubicada en una de las parroquias más antiguas del cantón, su nombre prehistórico se debe quizás a el asentamiento de los Panzaleos, una de las tribus más viejas de la serranía ecuatoriana, en esta se encuentra atractivos representativos como la Laguna de Yambo, el balneario de Nagsiche.

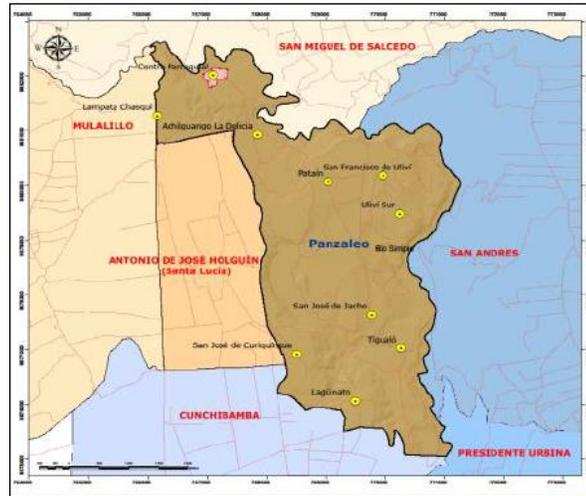
Sus límites son: Al Norte: Parroquia San Miguel de Salcedo, Cantón Salcedo, Provincia Cotopaxi, en los ríos Cutuchi y Nagsiche.

Al Sur: Parroquia Cunchibamba, Cantón Ambato, Provincia Tungurahua.

Al Este: Parroquia San Miguel de Salcedo Cantón Salcedo, Provincia Cotopaxi; y la Parroquia San Andrés, Cantón Santiago de Pillaro, Provincia Tungurahua.

Al Oeste: Parroquia Antonio de José Holguín, Cantón Salcedo, Provincia Cotopaxi. La Parroquia Panzaleo está conformada por: la Cabecera Parroquial (Centro Parroquial), 4 comunidades: Achilguango La Delicia, Lampata Chasqui, Pataín y Tigualó, 4 barrios: San José de Jacho, San José de Curiquingue, San Francisco de Uliví y Uliví Sur y un sector Lagüinato distribuidos en la parroquia. Su altitud va desde los 2.590 metros hasta los 2.720 metros de altura, su clima es temperado seco un tanto ventoso, con temperatura media de 12 ° C. Según el Censo del 2010 la población es de 3455 correspondiendo a hombres 1586, que significa el 45,90% y 1.869 a mujeres que significa el 54,10%. El idioma madre de este pueblo es el Kichwa, son bilingües y su segunda lengua es el español.

**Figura 1. Mapa de ubicación Parroquia de Panzaleo**



*Fuente: Instituto Geográfico Militar*

## Festividades

Las distintas festividades tanto religiosas, cívicas y culturales que se practican en los distintos centros poblacionales de la parroquia las mismas que llevan intrínsecas su identidad, cultura y tradición.

**Tabla 2. Festividades de la Comunidad de Patate**

Comunidad/Barrio/ Sector	Actividad o nombre de la Festividad	Fecha de las Festividades	Breve Descripción
Patate	Fiestas patronales	9-10 septiembre	Festejo al patrono con bandas de pueblo, juegos pirotécnicos.
	Juego de boliches	1-2 noviembre	Juegos tradicionales y bailes
	Año viejo y año nuevo	31 diciembre y 1 enero	Recorrido con disfraces por diferentes zonas barriales, bailes.
	Fiesta de reyes	5-6 enero	Recorrido con disfraces, fiestas con bandas de pueblo, orquestas, etc.
	Veneración a la Virgen de agua Santa	Carnaval	Disfraces, bailes, misa, intercambio de presentes.
	Viacrucis	Semana Santa	Viacrucis con la imagen del Señor del Gran Poder.

*Elaborado por: Jiménez A. 2019*

### 2.3 Objetivo General

- Diseñar una ruta turística para la comunidad de Patain Parroquia Panzaleo, para fomentar el turismo comunitario y el aprovechamiento de los recursos turísticos.

### Objetivos Específicos

- Establecer los puntos turísticos de la zona.
- Determinar el perfil del turista a través de un estudio de mercado.
- Socialización de la ruta turística de la comunidad de Patain.

### 2.4 Justificación

La comunidad de Patain es un lugar muy acogedor para el turista por la belleza paisajística, las manifestaciones culturales y con un potencial en desarrollo pero que no ha permitido considerarse como un centro de turismo comunitario, por esta razón la propuesta planteada se considera que es de gran interés porque gracias a los datos recopilados se demuestra la necesidad de establecer una ruta turística que va facilitar a los visitantes conocer la comunidad de una manera ordenada.

Por lo tanto se puede hablar de factibilidad porque se cuenta con el apoyo de los habitantes del lugar, de esta manera lograr optimizar los recursos naturales y culturales que posee la comunidad.

Además es importante porque es necesario el desarrollo turístico, aprovechar el entorno natural de una manera sostenible y sustentable en el sector porque contribuirá a mejorar la calidad de vida de los habitantes ya que el turismo desata múltiples ventajas como es el crear fuentes de empleo donde se verá plasmado el grado de creatividad, habilidades que caracteriza a la persona que habita en este lugar.

Se manifiesta que la propuesta es de gran impacto porque pretende ser útil para el visitante realice un turismo más vivencial rodeado de naturaleza.

Los beneficiarios son directos es decir aquellos turistas que llegan a la comunidad motivados por la naturaleza y también nos encontramos con beneficiarios indirectos aquellos habitantes de la comunidad, de la parroquia de Patain, el cantón Salcedo y los organismos del gobierno municipal.

El presente trabajo se lo realiza debido que en el sector existen potencialidades para el fortalecimiento del turismo comunitario y el desarrollo sustentable, la conservación de la fauna y flora local.

De todo ello pensando en los pobladores, el territorio, el enfoque de cada organización y su dependencia se proyecta con enfoques en:

**a.- Potencial histórico:** Lugar histórico de donde se han extraído piezas arqueológicas que pertenecen a la Cultura Panzaleo.

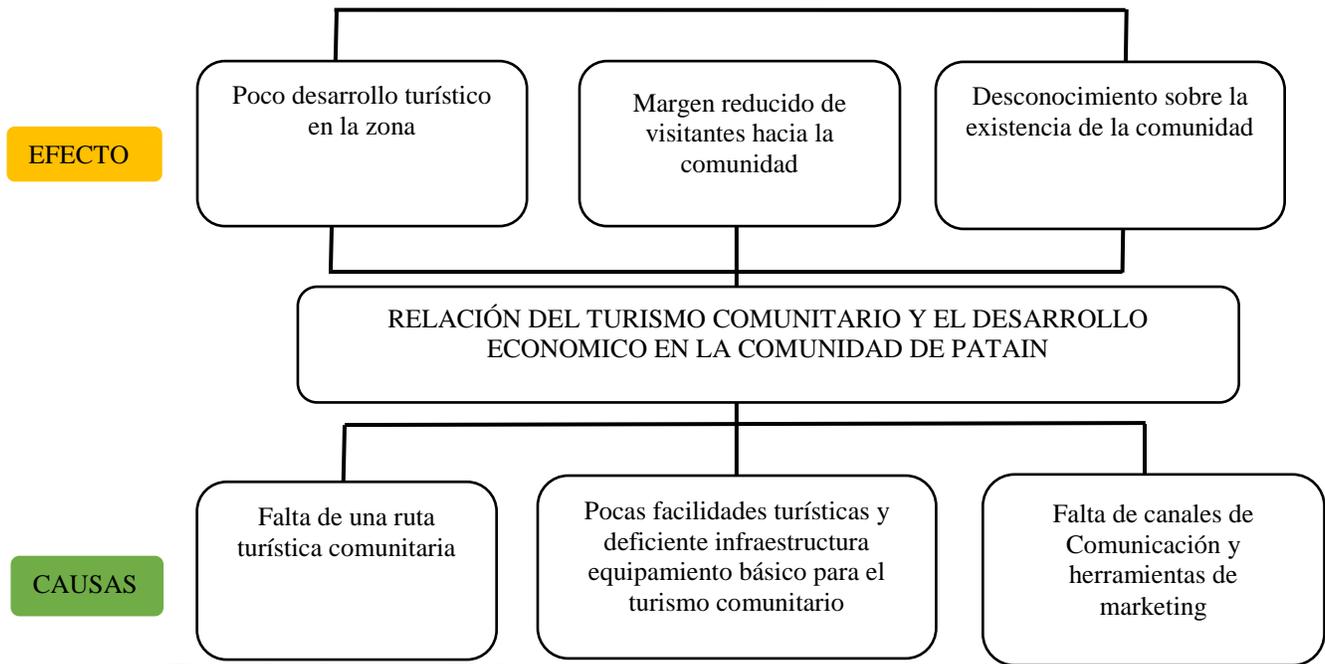
**b.- Potencial ecológico:** Existencia de una diversidad de flora, fauna.

**c.- Potencial económico:** Las actividades económicas como la agricultura, ganadería. Realización de caminatas a sus alrededores, degustación de variedad de gastronomía lo que beneficiaría a la localidad y el impulso al turismo comunitario.

**d.- Potencial social:** la inversión y ejecución de un Proyecto de Turismo comunitario, tendrá un impacto en la conciencia de los pobladores para la conservación de sus recursos naturales, valoración y cuidado de sus legados y demostrar una actitud social al recibir y guiar con respeto a los visitantes y turistas potenciales.

### Árbol de problemas

*Figura 2. Árbol de problemas para el turismo comunitario en la comunidad de Patatin*



*Elaborado: (Jiménez, A. 2019)*

## 2.5 Desarrollo de la metodología empleada y procedimiento de trabajo

Se selecciona por parte de la investigadora en la comunidad de Patate la “Asociación de Productores Agropecuarios Patate (Asopruv)” como objeto de estudio práctico de la presente investigación, por constituir la de presencia de emprendimientos comunitarios que existen en esta localidad, siendo necesario realizar un análisis cualitativo del desarrollo de la actividad turística en la misma.

Con tal propósito la investigación se divide en dos momentos: el estudio de perfil de cliente actual y el análisis de las relaciones entre los actores que intervienen.

El perfil del turista actual se determina a través de un estudio de tipo horizontal, se utiliza como medio de obtención de información la encuesta, considerando como población los visitantes que llegaron al territorio durante el mes de Septiembre 2019, donde se obtuvo una muestra de 70 personas que serán encuestadas para saber si estarían dispuestos a realizar actividades de turismo comunitario.

Margen de error: 10%  
Nivel de confianza: 95%  
Población: 254  
Tamaño de muestra: 70

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

n= Tamaño de la muestra  
Z= Nivel de confianza deseado  
p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)  
q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)  
e= Nivel de error dispuesto a cometer  
N= Tamaño de la población

$$n = \frac{0.95^2 (254 \cdot 0.5)}{0.5^2 + \frac{0.95^2 (254 \cdot 0.5)}{N}}$$

**n = 70**

A continuación se muestra el perfil del turista que llega a la Hostería Rumipamba de las Rosas, información obtenida para un estudio realizado en el mes de Septiembre del 2019.

Tabla 3. Perfil del visitante

Criterios demográficos								
Sexo		Edades (años)			Estado civil		Nivel educacional	
F	M	12 a 20 años	21 a 40 años	Más de 40 años	Casado	Soltero	Secundario	Superior
51 %	49 %	45%	40%	15%	65%	35 %	43%	57 %
Criterios de organización del viaje								
Relacionan a Salcedo con			Fuentes de información de la existencia de Cotopaxi			Qué tipo de turismo les gustaría realizar en la ciudad		
Cultura	Naturaleza	Ciudad	Amigos o familiares	Lo identifican fácilmente	Folleto y guías	Aventura Recreacional Cultural	Negocios Corporativo Descanso	
26 %	25 %	49 %	28 %	53%	19 %	53 %	47%	
Criterios de motivación del viaje								
Culturas indígenas		Intercambio	Conocer otras culturas			Intercambiar con la naturaleza	Visitar familiares	
26 %		15 %	12%			26%	21 %	
Formas de organización del viaje								
Personas con la que viaja			Actividades que realiza			Canal de distribución utilizado		
Familiares	Amigos	Solo	Caminatas	Paseos por el río	Visita a espacios naturales	Directo	A través de agencia	
39 %	27 %	34%	23 %	36%	41 %	92 %	8 %	

Elaborado: (Jiménez, A. 2019)

Fuente: Hostería Rumipamba de las Rosas

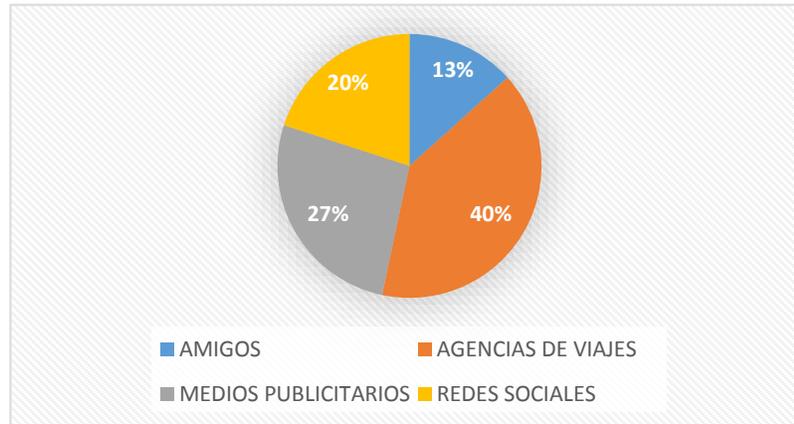
Adicional a esta se aplicó una nueva encuesta a los huéspedes que llegaron en el mes de Diciembre específicamente (Feriado de Navidad y Año Nuevo), de manera aleatoria, dando como resultado una muestra de 30 personas.

Las preguntas entregadas estaban diseñadas de la siguiente manera:

**1. ¿Podría señalar los aspectos que influyó sobre su decisión de visitar la ciudad?**

- Amigos ( )
- Agencia de Viajes ( )
- Publicidad, Revistas, Tv. ( )
- Redes Sociales ( )

*Figura 3. Decisión de viaje*



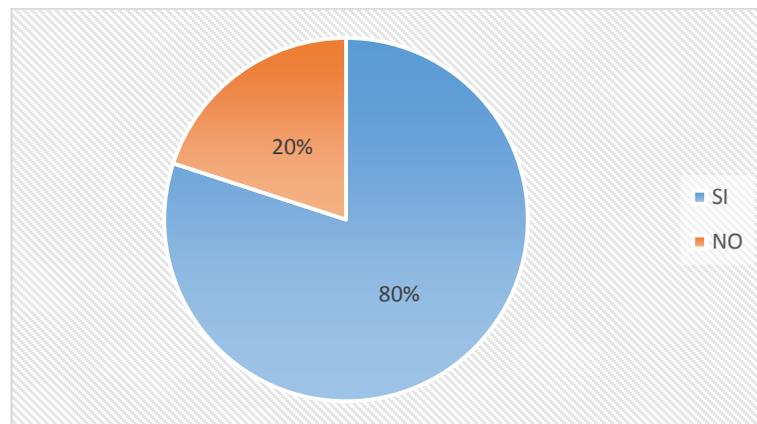
*Elaborado por: Jiménez A. 2020*

**Análisis e Interpretación:** Podemos ver que de las 30 personas encuestadas el 40% indican que influye en su decisión de viajes las agencias de viajes, seguidos por el 27% los medios publicitarios, 20% redes sociales y 13% amistades; ellos consideran que las agencias de viajes tienen experiencia y saben cómo llegar al destino, además creen que es un medio seguro.

**2. ¿Le gustaría realizar turismo en las comunidades que se encuentran en la ciudad y participar de sus actividades diarias?**

Si ( ) No ( )

*Figura 4. Realizar actividades en las comunidades*



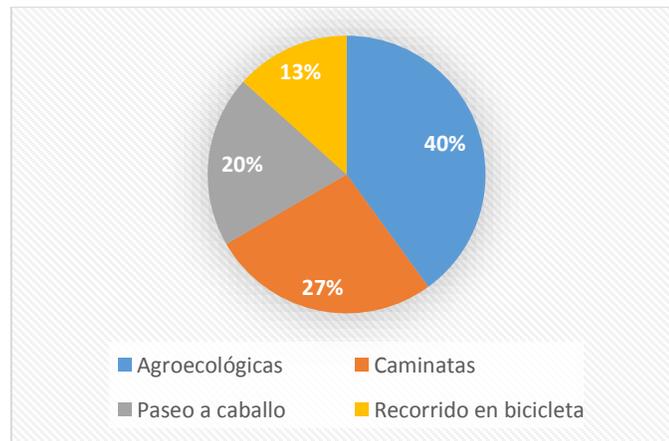
*Elaborado por: Jiménez A. 2020*

**Análisis e Interpretación:** De las 30 personas encuestadas el 80 % considera que si le gustaría realizar actividades de en una comunidad.

**3. ¿Qué actividades le gustaría combinar durante el recorrido de la ruta?**

- Agroecológicas ( )
- Caminatas ( )
- Paseo a caballo ( )
- Recorrido en bicicleta ( )

*Figura 5. Actividades durante el recorrido*



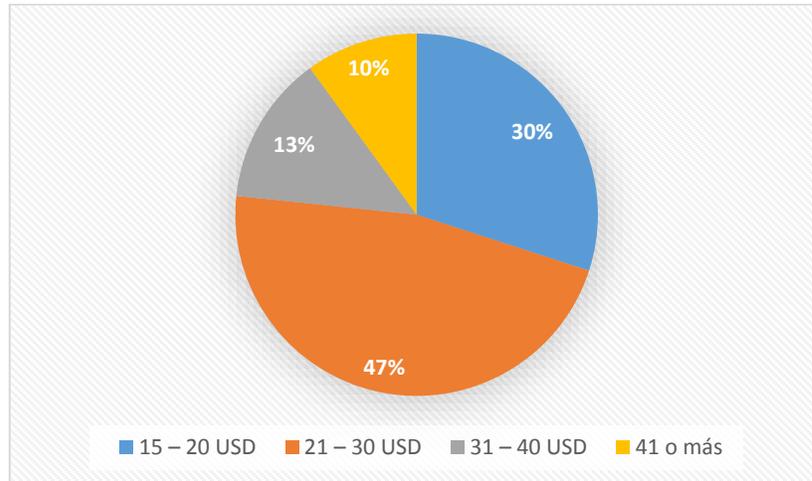
*Elaborado por: Jiménez A. 2020*

**Análisis e Interpretación:** De las 30 personas encuestadas el 40 % le gustaría realizar actividades agroecológicas, mientras que el 27 % caminatas, 20 % paseos a caballo y el 13 % recorrido a caballo.

**4. ¿Cuánto estima usted gastar en una ruta turística?**

- 15 – 20 USD ( )
- 21 – 30 USD ( )
- 31 – 40 USD ( )
- 41 o más ( )

*Figura 6. Presupuesto*



*Elaborado por: Jiménez A. 2020*

**Análisis e Interpretación:** De las 30 personas encuestadas el 47 % indica que estaría dispuesta a pagar entre \$ 21 y \$ 30 para realizar turismo en una comunidad, el 30% tiene un presupuesto de \$15 a 20\$, el 13 % y 10 % consideran que para un tour se necesita del factor económico por lo que creen que estarían dispuestos a pagar entre \$31 a más.

Al concluir con esta encuesta pude conocer el pensamiento de las personas que llegan a la ciudad, ellos manifiestan tener la predisposición en hacer actividades de turismo comunitario porque entienden que es importante apreciar nuestro país y su entorno, así influenciaran a las generaciones venideras a valorar nuestro país.

En un segundo momento se procede a realizar la medición de las relaciones entre los actores que intervienen en la gestión del turismo comunitario, para lo cual se determina como población a estudiar, a todos los actores que intervienen en el sistema turístico: institución rectora del turismo, instituciones del sector público de los diferentes niveles de gobierno, sector privado (prestadores de servicios y entidades de cooperación) y sector comunitario.

Dando como resultado la identificación 10 actores, distribuidos en: 6 del sector público, 1 del sector privado, 1 comunidad de base comunitaria que actualmente brindan servicios y ofertan actividades vinculadas con el turismo comunitario, resaltando que existen más comunidades que al momento se encuentran iniciando sus actividades y/o servicios turísticos y 2 organismos de cooperación.

Como forma de verificación de que fueron identificados correctamente los actores involucrados se aplicó una entrevista bajo un cuestionario estructurado con preguntas cerradas y claves para el desarrollo de este proyecto, siendo de ellos el 45,5% del sector público, 36,4% representantes de las empresas privadas y el 18,2% del sector comunitario.

Los resultados obtenidos del cuestionario fueron:

**Tabla 4. Integrantes que conforman la población de la investigación**

<b>Grupo</b>	<b>Integrantes</b>
Ente rector (público)	Ministerio de Turismo, Dirección Provincial de Cotopaxi
Sector público	GAD Cantonal de Salcedo, Asociación de Juntas Parroquiales.
Sector privado	Hostería Rumipamba de las Rosas, Asociación de Hoteleros de Cotopaxi y Guías de Turismo.
Sector comunitario	Asociación de Productores Agropecuarios Pataín (Asopruv), Comunidad de Pataín.
Entidades de cooperación	Empresas de transporte, productores de la comunidad, operadoras.

*Elaborado: (Jiménez. A. 2019)*

Para realizar el análisis del nivel de relación entre los 10 actores involucrados en la gestión del turismo comunitario de Salcedo, se decide la aplicación de una entrevista como técnica de recolección de datos el mismo se enfocó en determinar los tipos de relaciones existentes entre los actores del destino, los objetivos compartidos de éstos y los recursos disponibles para el cumplimiento de los intereses declarados.

Fueron reconocidas cuatro tipos de relaciones: económicas, de colaboración, de cooperación e interpersonales entre los actores involucrados.

Los resultados se sintetizan a continuación:

- El tipo de relaciones que mantienen los actores del sector público entre ellos es amplia, sin embargo de este con el sector privado y entidades de cooperación mantienen alguna relación y con las comunidades mayoritariamente no hay relación alguna.
- Por otra parte el sector privado tiene entre ellos buenas relaciones, pero pequeñas con el sector público y con las comunidades, mientras que con las entidades de cooperación las relaciones son escasas.
- Las entidades de cooperación no tienen ninguna relación con el sector privado y comunidades, y algunas relaciones con el sector público.
- Por último las comunidades plantean que no tienen relación con ninguno de los sectores, a excepción de que mencionan que con el sector público mantienen escasas relaciones.

Dentro del ámbito turístico no existen relaciones económicas con los actores del sector público y las entidades de cooperación, sin embargo con la empresa privada existe una pequeña relación y con las comunidades son amplias las relaciones.

En cuanto a las relaciones de colaboración son pequeñas con el sector público y privado, no existen con las entidades de cooperación y con las comunidades son amplias. Es de destacar que no se evidencia ningún tipo de relaciones antagónicas entre los actores involucrados en el territorio. Las relaciones de cooperación son intermedias con el sector público y privado, no existiendo ninguna relación de cooperación con las entidades de cooperación y con las comunidades. Las relaciones interpersonales son amplias entre todos los actores involucrados en la gestión del turismo comunitario en Salcedo.

Siendo el único interés coincidente entre la totalidad de los actores el promover el desarrollo de proyectos locales relacionados con el turismo y su posterior gestión. Así como existen dos intereses que cuentan con un nivel de coincidencia alto entre los actores, como es el caso de promover la promoción turística local, nacional e internacional.

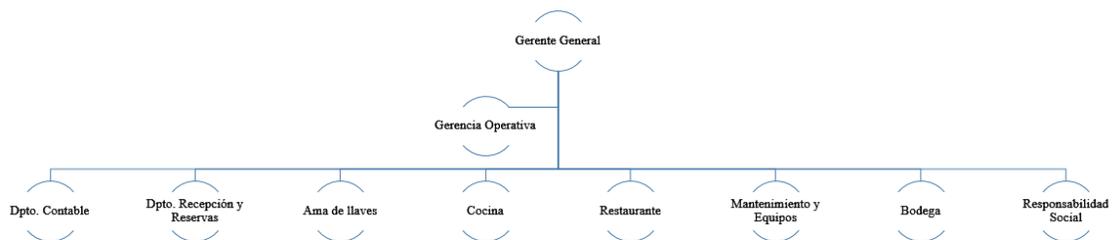
## 2.4 Factores de riesgo

*Tabla 5. Análisis FODA para la creación de un Modelo Organizacional Hotelero en HRR.*

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Directivos apoyan la creación del Dpto. Responsabilidad Social que integre al Turismo Comunitario.</li> <li>• Aceptación de los huéspedes (encuestas realizadas en el mes de Diciembre)</li> <li>• Involucramiento de los organismos Públicos.</li> <li>• Posicionamiento en el Mercado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo del Consejo Provincial</li> <li>• Nuevas motivaciones de turismo vivencial.</li> <li>• Mercado nacional e internacional que visita Rumipamba de las Rosas.</li> <li>• Alianzas Estratégicas (agencias de viajes, Ferrocarriles del Ecuador, aerolíneas)</li> </ul>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausencia de un plan de integración de turismo Comunitario.</li> <li>• Falta de capacitaciones para realizar el Turismo Comunitario.</li> <li>• Falta de Integración de servicios complementarios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cambio de directivas en las asociaciones comunitarias.</li> <li>• Desastres naturales por ubicación</li> <li>• Economía del País</li> <li>• Falta de apoyo de las organizaciones.</li> </ul>

## Hostería Rumipamba de las Rosas

*Figura 7. Organigrama organizacional*



El Organigrama que la hostería ha manejado durante años está conformado por siete departamentos: Dpto. Contable, Recepción y reservas, ama de llaves, cocina, restaurante, mantenimiento, bodega.



Y hoy en día preocupados por las exigencias del Ministerio de Turismo, se ha pensado en el departamento de Responsabilidad Social el cual estará encargado de la vinculación en la comunidad.

Así como también estará encargado de afianzar las relaciones de cooperación con los demás prestadores turísticos de la localidad.

Entre sus principales tareas está:

- Convenios con agencias de viajes
- Ferrocarriles del Ecuador
- Alianzas estratégicas entre prestadores complementarios del turismo.

**Tabla 6. Descripción Hostería Rumipamba de las Rosas**

<b>HOSTERÍA RUMIPAMBA DE LAS ROSAS</b>	
<b>Categoría</b>	Hostería
<b>Tipo:</b>	Cadena Hotelera Cialcotel
<b>Servicios:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alojamiento</li> <li>• Alimentación</li> <li>• Entretenimiento</li> <li>• Eventos Sociales</li> </ul>
<b>Parroquia</b>	San Miguel
<b>Altura</b>	2750 m.s.n.m.
<b>Temperatura</b>	8°C máx. 23°C
<b>Poblado más cercano</b>	Latacunga a 13.5 Km
	Ambato a 29 Km
<b>Descripción</b>	
<p>La hostería fue una antigua hacienda que con mucha imaginación y buen gusto fue transformada en un singular hotel donde hoy se puede disfrutar de toda la comodidad y el confort moderno en un entorno campestre único. Su decoración tan particular la conforman antiguos elementos cotidianos transformados en útiles artefactos; lámparas, mesas y artículos decorativos fueron alguna vez la herradura de un caballo o el telar de un artesano, cada rincón de la hostería cuenta con su propia historia donde se mezclan la armonía de la naturaleza con el descanso, el relax, el entretenimiento y la mejor gastronomía de la zona. Al costado derecho de esta hostería tenemos el Parque Infantil, tiene una extensión de 800 m lugar de recreación infantil y familiar, especialmente los fines de semana y feriados, la mayoría de su espacio posee juegos infantiles y amplias áreas verdes de distracción y para la actividad deportiva de adultos y niños.</p>	



*Elaborado por: Jiménez A. 2019*

## **DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

### **DISEÑO DEL CIRCUITO TURÍSTICO DE LA COMUNIDAD DE PATAIN**

#### **Definición de aspectos generales del circuito**

El circuito turístico comunitario de la comunidad de Patain involucra directamente

al territorio de Panzaleo cantón en donde encuentran los atractivos naturales y culturales. El punto de salida y llegada es la Comunidad de Pataín.

### Identificación

Para identificar los atractivos turísticos, como primer paso se realizó una investigación de campo en la que se creó el inventario turístico para el circuito, utilizando la metodología del MINTUR 2004, el cual se encuentra desarrollado en el capítulo I del presente proyecto.

### Identificación de recursos turísticos

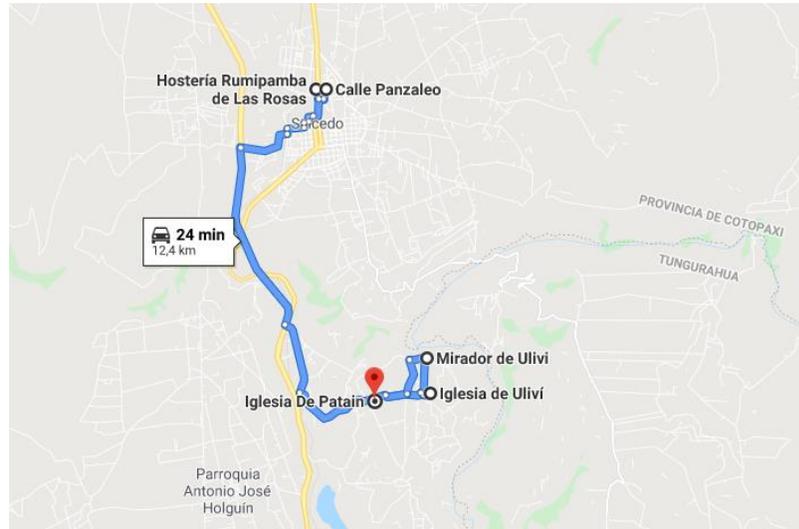
*Tabla 8: Identificación de recursos turísticos*

No.	ATRACTIVO	CATEGORIA	JERARQUÍA	UBICACIÓN
<b>PANZALEO COMUNIDAD DE PATAIN</b>				
01	MIRADOR DE ULIVI	SITIO NATURAL	II	9874003 S 760695 W
02	MOLLE DE LAS ALMAS	SITIO NATURAL	II	9872898 S 759431 W
03	LAGUNA DE YAMBO	SITIO NATURAL	III	9879033 S 768668 W
04	IGLESIA DE PATAIN	MANIFESTACIÓN CULTURAL	II	9882372 S 17767357 W
05	BALNEARIO NAGSICHE	SITIO NATURAL	II	9882924 S 766451 W
06	ASOCIACIÓN AFOPRUV	MANIFESTACIÓN COMUNITARIA	III	983217 S 766451 W

*Fuente: (Mintur 2004)*

## Definición del recorrido

Figura 8. Ruta Comunidad De Patain



*Elaborado: (Jiménez, A. 2020)*

## Medición de tiempos

Antes de ofrecer el Circuito Turístico a los turistas, se realizó la medición de tiempos a lo largo del recorrido, tanto el tiempo de demora el traslado de una localidad a otra, como el tiempo que nos tomará una visita al atractivo. Es conveniente esta medición a fin de poder crear de mejor manera los paquetes turísticos y coordinar de forma adecuada las actividades que se incluirán en la oferta turística, y así poder incluir en ellos el tiempo para el almuerzo u otra actividad o servicio que solicite el visitante.

Tabla 7: Tiempo de visita

TIEMPO DE VISITA		
No.	ATRACTIVO	TIEMPO DE VISITA
01	HOSTERIA RUMIPAMBA DE LAS ROSAS	1 Hora
02	COMUNIDAD DE PATAI	2 Horas
03	MIRADOR DE ULIVÍ	2: 30 min
04	FÁBRICA DE ASOPRUV	2:15 min
05	AREAS AGRICOLAS	1 Hora
06	MOLLE DE LAS ALMAS	45min
	<b>TOTAL</b>	<b>9H00MIN</b>

*Elaborado: (Jiménez, A. 2019)*

### Paquetes turísticos del circuito comunitario

La ruta turística de la comunidad de Patain ofrecerá los siguientes productos turísticos:

### Descripción de la Ruta

*Tabla 8. Panzaleo cerca del cielo.*

HORA	ACTIVIDAD	LUGAR
8:00	Desayuno Temático	Hostería Rumipamba de las Rosas
9:00	Bienvenida e introducción a los turistas, interpretación cultural e historia de la parroquia, visita a las iglesias más antiguas.	Comunidad de Patai
9:15	Compartir con la gente de la comunidad y sus actividades agrícolas.	Comunidad de Patai
10:30	Caminata e interpretación ambiental durante el Recorrido.	Comunidad de Patai
11:00	Visita al mirador de Uliví y explicación de las elevaciones (ruta de los volcanes) que se observan desde el lugar.	Comunidad de Patai
12:30	Regreso a la comunidad, recibimiento con la presentación del ballet folclórico Cotopaxi.	Comunidad de Patai
13:00	Almuerzo Típico	Comunidad de Patai
14:30	Recorrido por la comunidad visita a Fábrica de Asoprúv y conocer el proceso y elaboración de las pulpas de frutas.	Comunidad de Patai
15:00	Degustación de helados característicos, mermeladas y pulpa de frutas.	
15:45	Visita al Molle de las Almas	Comunidad de Patai
16:30	Sesión de Fotos y entrega de recuerdos de la comunidad	Comunidad de Patai
17:00	Fin de Tour	Comunidad de Patai

*Elaborado: (Jiménez. A. 2019)*

**Nota:** Hospedaje se lo realizaría en la Hostería Rumipamba de las Rosas con una tarifa preferencial para quienes accedan al tour.

## Precio

La operación de los paquetes establece una política de precios en base a los costos de operación más un margen de utilidad razonable del 20%.

## Análisis de costo y fijación de precios

*Tabla 9: Análisis de costo y fijación de precios*

RUBROS	CANTIDAD	TOTAL
Desayuno y almuerzo	1	5
Souvenir	1	2
Guianza	1	7
Ingreso a la comunidad	1	2
Subtotal		16
Comisiones	10%	1,6
<b>Total variables</b>		17,6
Gastos administrativos	12%	2,11
Transporte		35
<b>TOTAL VARIABLES Y FIJOS</b>		54,71
Utilidad	20%	10,94
Retención en la fuente	1%	0,5471
IVA	12%	6,5652
<b>PRECIO DE VENTA</b>		<b>72,7623</b>

*Elaborado: (Jiménez. A. 2020)*

Precio promedio sin transporte: \$ 26,20

De acuerdo a los requerimientos del cliente se adicionará los siguientes costos: Box lunch 4 \$, alquiler de bicicletas 10 \$, alquiler de caballos 15 \$, Carpa 15 \$ y sleeping 8\$.

## Difusión del circuito

### Estrategia publicitaria de la ruta turística

La estrategia comercial y promocional estará centrada en el producto, esta menciona que debe ofrecer el valor a los clientes y satisfacer de la mejor forma posible sus necesidades que las de otras propuestas de la competencia, por esta razón hay que entregar un producto con características personalizadas diseñado a la medida del cliente, basándose en turismo comunitario, agroturismo y convivencia con la comunidad en la que la principal característica es la prestación de servicios

personalizados.

Hay que tomar en cuenta que al ser la Hostería Rumipamba de las Rosas el vínculo para ejercer la actividad de turismo comunitario, es por medio de ellos quien facilitaran el impulso al marketing ya que por el apoyo de sus canales de información, pagina web e información impresa servirá de empuje y promoción para que el producto sea conocido por el cliente.

La Ruta turística comunitaria llevará el nombre de “PANZALEO CERCA DEL CIELO” ya que el nombre y la razón de ser del circuito es esta comunidad del mismo nombre.

A continuación se detalla la identidad corporativa que se utilizará:

### **Identidad corporativa**

Se desarrollaron elementos principales para la identidad visual del circuito turístico comunitario de Patani que nos ayudará a posicionarnos en la mente del cliente.

### **Elementos de un logotipo**

#### **Sotipo**

Se compone de un ícono, (dibujo, esquema, línea) que identifica la identidad de una marca y prescinde del uso de tipografías.



#### **Logotipo**

Es un elemento gráfico, verbo-visual o auditivo y sirve a una persona, empresa, institución o producto para representarse.

**COMUNIDAD DE PATANI**  
**Ruta Turística Comunitaria**

## Slogan

Es una frase que sirve para fijar, ampliar o resumir el mensaje que se da en el anuncio.

Cerca del Cielo...!!!!

## Canales de información

### Página web

Este canal de comunicación que esta creado y manejado por un equipo de marketing, quienes serán los encargados de colocar toda la información relevante y actualizada tanto de los servicios y como el manejo del turismo.



### Blog

Esta herramienta de comunicación ha sido creada con la finalidad de afianzar los lazos de vinculación con la comunidad y por medio de esta plataforma se mantendrá actualizado la información y los proyectos que ejecuten en mejoras de este sector.

Los temas de relevancia que van a ser proporcionados serán los referentes al turismo

comunitarios y proyectos de responsabilidad social.

En la comunidad de Patatin también cuentan con un infocentro que son encargados de difundir información relevante de la comunidad y sus alrededores.

Proyectos Turísticos

## Salcedo

También conocida como San Miguel De Salcedo. Perteneció a la provincia de Cotopaxi, ubicada en el corazón del Ecuador. Es famosa por sus helados de sabores que son reconocidos por su exquisito sabor a nivel nacional e internacional. Salcedo posee muchas zonas naturales, sitios históricos, fiestas culturales, gastronomía típica, artesanías, folklore, infraestructura hotelera y monumentales haciendas que esconden en sus muros los secretos de su historia.

### Vinculación con la Comunidad

Artesanías Locales

Huertos orgánicos

Certificaciones

SELLO DE Calidad Turística

DISTINCIÓN Turismo Sustentable

## 2.5 Modalidades de ejecución:

A continuación se describe el financiamiento para la ejecución de la ruta turística.

Tabla 7. *Financiamiento del proyecto*

N°	DETALLE	FUENTE		TOTAL
		EXTERNA	INTERNA	
<b>1</b>	<b><i>Inversión Fija</i></b>	<b>5000</b>	<b>2500</b>	<b>7500</b>
	Implementación de senderos	800	0	
	Señalética más Moderna	2000	0	
	Tachos Ecológicos	1000	0	
	Información Turística Impresa	300	0	
	Transporte	200	200	
<b>2</b>	<b><i>Inversión Diferida</i></b>	<b>2260</b>	<b>0</b>	<b>2260</b>
	Estudios y/o investigación	50	0	
	Gastos de organización	80	0	
	Puesta en marcha	30	0	
	Gastos en certificaciones, patentes, permisos	2000	0	
	Otros	100	0	
<b>3</b>	<b><i>Capital Humano</i></b>	<b>1000</b>	<b>500</b>	<b>1500</b>
	<b>INVERSIÓN TOTAL (1+2+3)</b>	<b>8260</b>	<b>3000</b>	<b>11260</b>

*Elaborado: (Jiménez. A. 2020)*

Para la ejecución de la propuesta se tuvo un acercamiento en donde se planteó la iniciativa de la ruta turística, el Sr. William Ushco gestor de proyectos nos indicó que los proyectos pueden ser financiados hasta \$ 15000, este tema también fue socializado a lo que se espera puedan ejecutarlo.

## 2.6 Factores de calidad:

El desarrollo de un lugar se debe considerar no la afluencia turística de visitantes sino el bienestar generado por la actividad turística, es decir el número de óptimo de visitantes de acuerdo a los recursos ambientales de la zona, la capacidad de la población local de organizar y orientar el desarrollo turístico y la definición de productos y servicios que se adapten a la cualificación de las necesidades de la población local, que ha de ser la máxima beneficiaria del proceso turístico, considerando además los intereses de generaciones futuras. (Cuba M., 2005)

Sin embargo existen condicionantes, a considerar, las cuales permiten el desarrollo turístico, siendo las siguientes (Cuba M., 2005):

- Infraestructuras y servicios generales: accesibilidad, tráfico, transporte público, abastecimiento de agua, limpieza y recogida de basuras, alumbrado público, asistencia sanitaria, seguridad ciudadana, etc.
- Aspectos relacionados con el medio ambiente: saturación del destino, conservación medioambiental del entorno, contaminación acústica, etc.
- Equipamiento recreativo, cultural y de servicios turísticos, áreas recreativas, oferta comercial, oferta cultural, y de ocio, profesionalidad de los trabajadores del sector turístico y gestión turística.

Para Ávila considera no sólo el aspecto de territorio, sino que incluye a la población, considerando: La protección, conservación del medio ambiente y cultura

- El desarrollo y valoración del patrimonio
- El crecimiento y la consolidación económica
- La calidad de vida de los habitantes

Ambos autores reflexionan sobre cada una de los factores mencionados necesarios, para desarrollarse en la actividad turística, sin embargo, es coherente el criterio de Ávila al considerar no sólo los aspectos territoriales y del visitante sino que a la población anfitriona, puesto que son aliados estratégicos para lograr la sostenibilidad del turismo.

Para lo cual la OMT en el año 2004 publicó una guía de indicadores para evaluar el desarrollo sustentable de un lugar

- Grado de satisfacción local con el turismo
- Efectos del turismo en las comunidades locales.
- Grado de satisfacción de los turistas.
- Estacionalidad del turismo
- Empleo local
- Gestión de la energía

- Disponibilidad y conservación del agua
- Calidad del agua potable
- Tratamiento de residuos (gestión de aguas residuales)
- Gestión de residuos sólidos (basura)
- Nivel de desarrollo turístico
- Grado de intensidad de uso

El planteamiento que se ha elaborado con la investigación es desde la perspectiva teórica.

## **2.7 Conclusiones del Capítulo II**

- El diagnóstico realizado indica que el cantón Salcedo cuenta con un alto potencial en atractivo turístico para desarrollar el turismo comunitario, que no se aprovechado por los actores que intervienen en el territorio existiendo falta de integración entre los mismos.
- Esto provoca, entre otros factores, que exista falta de organización, calidad y promoción de las ofertas, desigualdad en la distribución de los beneficios, y por tanto el turismo comunitario no alcanza el desarrollo esperado en la región.
- Resulta necesaria la puesta en práctica de un modelo de gestión integrada, que permita a los sectores y subsectores económicos avanzar en un mismo sentido, y además facilitar el mantenimiento y conservación de su entorno físico-natural, cultural y su rentabilidad económica, logrando de esta forma el desarrollo endógeno de las comunidades indígenas y el ordenamiento territorial del espacio con potencial turístico.

### **III. APLICACIÓN Y/O VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA**

#### **3.1 Análisis de los resultados**

Dentro de esta etapa para la validación de la propuesta se procedió a realizar una socialización de la aceptación de la propuesta para lo cual se desarrolló una capacitación tanto para los miembros de la comunidad así como las personas que laboran en la hostería Rumipamba de las con la finalidad de que los actores involucrados compartan sus experiencias y difundan sus conocimientos.

Los temas del taller estarán enfocados a:

- Buenas Practicas de turismo sostenible
- Manejo y fidelización al cliente.
- Conceptualización y dominio de la Ruta Turística Panzaleo cerca del cielo.
- Seguridad Alimentaria.

#### **3.2 Discusión de los resultados:**

La evaluación evidencia el comportamiento complejo y no lineal de la actividad turística en Salcedo, sumado a la necesidad de la integración multidimensional de los actores que intervienen en tales procesos, pues estos constituyen en la práctica un todo único provisto de lógica interna e interrelaciones, lo cual requiere una coherencia en la concepción de su gestión, sobre la base del trabajo conjunto para alcanzar el desarrollo.

La propuesta de un modelo que integre estrategias de desarrollo local debe basarse en la comprensión de la visión del Sumak Kawsay o Buen Vivir, en donde la meta social conduce a la economía; lo cual demuestra las potencialidades de reflejar el interés en la inclusión, en la participación y en la inversión social, así como en el fomento a la igualdad de género, protección de la pluriculturalidad e impulsar la integración de todos los elementos que confluyen en la sociedad, bajo los principios de reciprocidad y solidaridad.

Es por ello que la puesta en práctica del modelo ofrecerá un punto de partida para:

- Disponer de un método científico para organizar, planificar, gestionar y controlar el desarrollo del turismo comunitario.
- Obtener un conocimiento de los hechos y un análisis real de la situación.
- Contribuir a la toma de decisiones con criterio sistemático, ajustado a las características específicas de la región, que facilite el avance progresivo hacia la autogestión del turismo comunitario por parte de las comunidades indígenas, sin establecer contradicciones con sus creencias, valores y prácticas ancestrales.
- Vincular a los diferentes actores que intervienen a la consecución de objetivos comunes, por medio de una ruta turística que contribuye a la integración de los mismos.
- Permitir un mejor aprovechamiento de los recursos culturales, naturales, físicos y humanos, en busca de una valorización de estos, y además desarrollar competencias técnicas y empresariales a los efectos de enfrentar eficazmente las presiones competitivas del mercado globalizado.

Se propone, por tanto un modelo organizativo integral y sostenible, el cual constituye un marco de referencia para la acción, en el que se establecen las posibles relaciones internas y externas del proceso de desarrollo del turismo comunitario basado en los criterios de sostenibilidad; en tal sentido el mismo se conforma por tres niveles: el primer nivel constituido por la organización hacia dentro de las comunidades en función de la actividad turística; un segundo nivel que instaura las relaciones entre las comunidades con el objetivo de fortalecer su integración y su gestión; un tercer y último nivel que establece las relaciones desde las comunidades hacia el resto de los actores externos que actúan en el desarrollo del turismo comunitario en el territorio.

A continuación se detalla cada uno de los niveles, representados en la figura

### **Primer Nivel: Comunidad de Patatin**

En la comunidad se remite a un sujeto colectivo con derechos y obligaciones, regido por sus propios valores, normas e instituciones ancestrales, lo cual se expresa a través

de complejos procesos de toma de decisiones donde el consenso entre sus miembros es obligatorio y se establecen, por tanto, derechos colectivos.

En tal sentido el modelo propone la creación de cooperativas de servicios turísticos, las cuales se reconocen como la sociedad de personas que se han unido en forma voluntaria para satisfacer necesidades económicas, sociales y culturales en común, mediante la conformación de una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática, con personalidad jurídica de derecho privado e interés social (REPUBLICA, 2011)

*Figura 9. Modelo para la gestión integrada y sostenible del turismo comunitario.*



*Elaborado por: Jiménez A. 2019*

Esta forma de organización permitirá otorgar figura jurídica a la comunidad para la firma de contratos, convenios o cualquier otro tipo de operación comercial y laboral, que permita la autogestión en busca de la eficiencia económica que genera la lógica asociativa y sin quebrantar sus principios de colectividad, basándose la misma en los fundamentos del cooperativismo internacional.

La Alianza Cooperativa Internacional (ACI, o ICA por sus siglas en inglés), como Organización Internacional no Gubernamental encargada de la defensa y promoción del movimiento cooperativista en el mundo, indica que los valores básicos de las cooperativas son: autoayuda, auto-responsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad.

En tal sentido la normativa ecuatoriana determina en su Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria del Ecuador-LOEPS (2011) estas formas de organización económica, donde sus integrantes, de forma individual o colectiva, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de cooperación, reciprocidad y solidaridad, por lo que privilegian al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital.

Segundo nivel: Relación entre los proveedores de servicios turísticos creadas en las comunidades.

El presente nivel tiene como objetivo organizar a las comunidades de un cantón el desarrollo del turismo comunitario; una vez constituidas, se deberá lograr la integración de estas, de forma tal que se proyecten objetivos comunes entre las mismas encaminadas a un control más seguro y autónomo de los recursos patrimoniales y de los beneficios que se generan.

Es por ello que se propone la conformación de una ruta turística comunitario, la cual se nutre de los servicios turísticos creadas en la comunidad. Se asume como una estructura interconectada en la que participan múltiples actores los mismos que serán fundamentales para constituir un conjunto.

Las redes son patrones que nacen del deseo colectivo de innovar las estructuras organizacionales que atienden las nuevas demandas sociales o aspiraciones de un grupo. Cada red tiene una configuración particular e indica una nueva forma organizativa donde las relaciones dependen del ambiente en el que está actuando, de la cultura de sus miembros, de sus facilitadores y de los objetivos construidos colectivamente (Falcao et al., 2015).

De esta manera las distintas asociaciones de servicios turísticos creadas forman parte de un conjunto, lo que permite la existencia de metas compartidas, las cuales no pueden estar subordinadas a una jerarquía ni tienen que cooperar obligadas en virtud de una autoridad formal, sino en acción colectiva, lo que permite una planificación más integral.

Tercer nivel: Relación desde la red de turismo comunitario hacia los actores externos que intervienen en el desarrollo turístico

Las relaciones que se establecen desde la red de turismo comunitario con el resto de los actores públicos y privados que actúan en la actividad, constituyen parte importante en la correcta gestión del turismo comunitario, y se deberán basar en la creación de vínculos colaborativos y participativos, de modo que permita alcanzar objetivos que difícilmente serían posibles si estas actuaran de forma aislada, así como la efectiva explotación de la eficiencia colectiva y las economías externas a la Red de turismo.

Resulta por tanto necesaria la implicación de todos los actores, estableciéndose esta desde la red de turismo hacia el resto de los actores del sector público y privado, para resolver las diferentes problemáticas y avanzar hacia el desarrollo, integrándose en grupos de trabajo por dimensiones, donde sean consideradas las opiniones, sugerencias, conocimientos y aportes individuales o colectivos.

La ruta que compone el Sistema de Ruta Turística de la Comunidad de Patai, parroquia Panzaleo se la realiza con la aplicación de una matriz de evaluación propuesta para analizar los ejes estratégicos en el ámbito organizacional, de ordenación territorial, de jerarquización de atractivos, de oferta turística, e indicadores sociales, con sus respectivos criterios de calificación, de acuerdo a los cuales se les dará una categoría de acuerdo a su valoración

Tabla 8. Evaluación de la Ruta “Panzaleo cerca del cielo”

EJES ESTRATEGIOS	CRITERIOS	PONDERACIONES	VALOR OPTIMO	VALORACION DE LA RUTA
<b>1. AMBITO ORGANIZACIONAL</b>	1.1 Gobierno Local- Incidencia Pública		24	
	Descentralizados	6		4
	No Descentralizados con acciones turísticas	2		
	1.2 Organizaciones Privadas			
	Registrada en el catastro	6		4
	ONG	5		1
	1.3 Organizaciones comunitarias			
	Reconocimiento legal	5		2
	<b>Subtotal 1</b>			11
<b>2. ORDENACION DEL TERRITORIO</b>	2.1 Identificación y articulación de los recursos como potenciales atractivos turísticos.		18	
	Conectividad entre recursos con potencialidad turística	4		4
	Conectividad entre recursos con potencialidad del poblado	5		4
	2.2 Identificación y articulación de los espacios turísticos			
	Vías de comunicación	4		4
	Infraestructura básica	5		4
	<b>Subtotal 2</b>			
<b>3. JERARQUIZACIÓN</b>	3.1 Jerarquía IV	5	16	5
	3.2 Jerarquía III	4		
	3.3 Jerarquía II	4		4

<b>DE LOS ATRATIVOS</b>	3.4 Jerarquía I	3			
	<b>Subtotal 3</b>			9	
<b>4. OFERTA TURISTICA</b>	4.1 Patrimonio Cultural y Natural		32		
	Valor Cultural Local	4		2	
	Valor Cultural Nacional	5		3	
	Valor Natural Local	4		3	
	Valor Natural Nacional	5		4	
	4.2 Servicios Turísticos	5		4	
	4.3 Diversificación de actividades Turísticas	5		4	
	4.4 Definición de eje temáticos	4		2	
	<b>Subtotal 4</b>				22
	<b>5. INDICADORES SOCIALES</b>	5.1 Índices de Pobreza		5	10
5.2 Efecto réplica		5	4		
<b>Subtotal 5</b>				8	
	<b>TOTAL (Subtotal 1+2+3+4+5 )</b>		<b>100</b>	<b>66</b>	
	<b>CATEGORÍA (A,B,C,D)</b>				

De acuerdo a la calificación de criterios y su categorización la ruta N° 1 “ Panzaleo cerca del cielo” posee una categoría B, la cual indica que la ruta posee un grado intermedio de los ejes estratégicos, es decir, que está en proceso de estructuración y de integración, demostrando que esta ruta tiene potencialidad para la ejecución de un desarrollo turístico a mediano plazo, mediante la participación de los organismos públicos, privados, comunitarios y de las poblaciones locales asentadas en su trayectoria.

### 3.3. Evaluación de expertos

El aporte en la creación de una ruta turística para la comunidad de Patatin es muy importante porque favorece a la propagación y difusión de los recursos de esta zona.

Además que se considera como un elemento que contribuye al desarrollo territorial y en si un ejemplo a ser aplicable ya que se crea como una buena iniciativa, de la que actualmente no ha sido difundido, es bueno generar actividades turísticas en zonas que aún no lo se han potencializado y están a la expectativa por mostrar sus bondades a todos quienes puedan visitar.

Asimismo el involucramiento del sector privado en este caso la Hostería Rumipamba de las Rosas y una comunidad cercana a este sitio, se podría decir que son uno de los pioneros.

Por ello que felicito la acción de la creación de una ruta turística en la comunidad de Patain como muestra de estrategia para el desarrollo local de la parroquia de panzaleo.

Atentamente:

Ing. William Ushco Quintana

**Gestor de proyectos turísticos del Gad Provincial de Cotopaxi**

**3.4. Evaluación de usuarios.-** Después de la socialización para la presentación de la Ruta Turística con los representantes de la parroquia Ing. Mario Mora Presidente de la Junta Parroquial de Panzaleo, Ab. Edwin Paredes y el Ing. Cristian Bautista, se pudo evidenciar el interés que tienen y la aceptación de la propuesta presentada, consideran que será una herramienta que va abrir caminos a la comunidad y la parroquia para encaminarlos a un desarrollo. Este proyecto se elaboró con la finalidad de realizar una vinculación del turismo convencional y el turismo comunitario en la Comunidad de Patain, por consiguiente se generará plazas de trabajo que mejoren la economía interna. Este resultado es de gran impacto puesto que después del estudio realizado se puede evidenciar que los turistas si quieren realizar actividades de turismo comunitario.

### 3.5. Evaluación de impactos o resultados (si aplica)

Continuación se presentan un análisis técnico de los impactos que la propuesta puede generar o genera cuando esté en marcha. Análisis prospectivo que se presentan en cada una de las áreas de mayor afluencia con sus respectivos indicadores. Para este análisis se ha creado conveniente utilizar matrices para cada área, donde cada indicador previo a un análisis se le asigna un nivel de impactos de acuerdo a los siguientes valores.

- 3 impacto alto negativo.
- 2 impacto medio negativo
- 1 impacto bajo negativo
- 0 no hay impacto
- 1 impacto bajo positivo
- 2 impacto medio positivo
- 3 impacto alto positivo

Para obtener el nivel de impacto de cada área de ha dividido la sumatoria de los indicadores para el numero de indicadores.

**Tabla 9. Impacto socio cultural**

Nivel de impactos	-3	-2	-1	0	1	2	3	ARGUMENTO
<b>Indicadores</b>								
1.- Fuentes de empleo y condiciones de vida							X	Creación fuentes de empleo directos a nivel familiar e indirectos, lo que permite mejorar los ingresos y nivel de vida
2.- Participación ciudadana, genero, organización comunitaria y trabajo en equipo							X	Se fortalecerá la participación, y hay mayor involucramiento de la organización.
3.- Manifestaciones culturales, artesanías , folclor y agricultura						X		El proyecto fomentara la valoración de las manifestaciones culturales de la localidad.
4.- Actividades recreativas							X	La parroquia involucrada contara con facilidades para la realización de actividades.
5.-Capacitación							X	La comunidad tendrá capacitaciones en áreas referentes a la hostelería, el

								servicio y atención al clientes
6.- Culturización			X					Es un riesgo que se corre en todos los proyectos.
7.- Migración						X		La migración puede verse reducida ya que el proyecto mejorara la dinámica económica de la localidad e insertará a los jóvenes de la zona.
8.- Utilización del tiempo libre							X	Las familias involucradas invertirán el tiempo libre de mejor manera en actividades de desarrollo turístico que beneficie a todos.
<b>TOTAL</b>			<b>-1</b>			<b>4</b>	<b>15</b>	<b><math>\Sigma=18</math></b>

<b>Nivel de impacto socio cultural.</b>	$\Sigma$	<b>18</b>	<b>2,25</b>	<b>IMPACTO MEDIO POSITIVO</b>
	Ni	<b>8</b>		

*Tabla 10. Impactos económicos*

<b>Nivel de impactos</b>	-3	-2	-1	0	1	2	3	<b>ARGUMENTO</b>
<b>Indicadores</b>								
1.- Ingresos de familiares							x	Los ingresos familiares tienen un incremento positivo
2.- Recursos económicos							x	La actividad turística genera recursos económicos que les permiten fortalecer un capital de las familias.
3.- Ingresos para la hostería							x	Genera ingresos para el desarrollo de las personas involucradas.
4.- Diversificación de actividades							x	Involucramiento y desarrollando del turismo comunitario.
5.- Ingresos para equipamiento y mantenimiento						X		La comercialización del producto turístico permite destinar recursos para adquirir y mantener bien los equipos.
6.- Ingresos por actividades y estadias							x	Se generan recursos económicos por la

								venta de paquetes turísticos, lo cual permite que la permanencia en el hotel sea más larga.
7.- Dinamización del sector productivo						X		La economía local se ve dinamizada por la afluencia de turistas
8.- Inversiones					X			El proyecto fomenta la inversión en el sector turístico
9.- Generación de micro empresas					X			Se fomentara la creación de microempresas especializadas en servicios complementarios como las tiendas de artesanías, heladerías, etc.
10.- Valoración de los productos de la zona					X			Hay mayor valoración de los productos tradicionales de la localidad.
Total					3	4	15	$\Sigma=22$

<b>Impactos económicos</b>	$\Sigma$	<b>22</b>	<b>2,2</b>	<b>IMPACTO MEDIO POSITIVO</b>
	Ni	10		

Tabla 11. Impactos educativos

<b>Nivel de impactos</b>	-3	-2	-1	0	1	2	3	<b>ARGUMENTO</b>
<b>Indicadores</b>								
1.- Capacitación e innovación de conocimientos							x	Los talleres permiten la actualización de sus conocimientos.
2.- Enseñanza e aprendizaje							x	El proyecto permite aplicar la metodología de enseñanza.
3.- Pasantías, prácticas pre-profesional, voluntariado e intercambio de experiencias.						x		El proyecto brinda las facilidades para realizar las pasantías y intercambio de experiencias.
4.- Investigación científica					X			La zona del proyecto atrae el interés para

								realizar una investigación, ya que no ha existido un estudio de esta naturaleza en la zona.
5.- Convenios con instituciones educativas						x		Se realizará convenios con instituciones educativas de la localidad y el cantón para que los estudiantes.
6.- Uso de las TIC'S						x		Permite estar en la vanguardia de los grandes sistemas hoteleros.
<b>TOTAL</b>					<b>1</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>Σ= 14</b>

<b>Impactos educativos</b>	<b>Σ</b>	<b>13</b>	<b>2,16</b>	<b>IMPACTO MEDIO POSITIVO</b>
	<b>Ni</b>	<b>6</b>		

*Tabla 12. Impacto ambiental*

Nivel de impactos	-3	-2	-1	0	1	2	3	ARGUMENTO
Indicadores								
1.- Recursos Naturales							x	Uso de insumos biodegradables en los amenities.
2.- Manejo de desechos		X						El proyecto hace que haya mayor generación de residuos sólidos y líquidos.
3.- Contaminación		x						Hay riesgo de tener mayor contaminación si no hoy medidas de control implementadas.
4.- Protección flora y fauna							x	Introducción de un pequeño huerto y área de animales domésticos como instrumento para el turismo vivencial.
5.- Protección de cuencas hidrográficas							x	Las riquezas naturales como los

								ríos, se encuentre protegidas.
6.- Forestación y reforestación							x	Se mantiene frecuentemente procesos de forestación y reforestación.
7.- Paisajismo natural							x	Se mantiene el paisaje en control natural, cuidando manteniendo el entorno.
8.- Cambio de uso de suelo						x		El suelo sufre cambios positivos se incrementa área bajo conservación.
9.- Fomento de activos ecológicos							x	El activo ecológico existente se ve más fortalecimiento y con mayor participación
Total		-4				2	18	$\Sigma = 24$

Impacto ambiental	$\Sigma$	16	1.7	IMPACTO MEDIO POSITIVO
	Ni	9		

**Tabla 13. Impacto turístico**

<b>Nivel de impactos</b>	-3	-2	-1	0	1	2	3	ARGUMENTO
<b>Indicadores</b>								
1.- Afluencia turística							x	Se evidencia de turistas nacionales y extranjeros
2.- Oferta turística							x	Se encuentra con una nueva y buena oferta en turismo local.
3.- Cultura en buen servicio							x	Se promueve la cultura del buen de servicio con calidad y calidez
4.- Infraestructura							X	Cuenta con infraestructura turística básicas y adecuado para recibir turistas
5.- Segmentación del mercado						x		Se apunta a un sector de mercado con gran potencial de crecimiento

6.- Rescate de atractivos tangibles e intangibles							x	Los atractivos naturales y culturales son rescatados y valorizados
7.- Asociatividades turística							x	Se promueve y fomenta las asociatividades turísticas.
8.- Alianzas estratégicas turísticas							x	Se establecen alianzas estratégicos con los gobiernos locales sector público y privado nacional e internacional.
9.- Creación de rutas turísticas.							x	Potencializar al turismo comunitario.
10.- Agroturismo							x	Se promueve el agroturismo y las familias involucran a los turistas en actividades
11.- Turismo Local							x	La ciudad de Salcedo cuenta con familias que se dedican a la elaboración de dulces como la panela, el pinol, y helados artesanales,
12.- Ecoturismo					X			La zona cuneta con diversidad de áreas naturales y culturales.
13.- Creación de guías turísticas.							X	Personal nativo especializado que dominen idiomas.
<b>TOTAL</b>					<b>1</b>	<b>4</b>	<b>30</b>	$\Sigma=35$

<b>Impacto turístico</b>	$\Sigma$	<b>35</b>	<b>2.69</b>	<b>IMPACTO MEDIO POSITIVO</b>
	Ni	13		

### Conclusiones del capítulo III

- La investigación que se realizó en la comunidad de Patatin, se pudo evidenciar los atractivos turísticos y los potenciales recursos para consolidar el turismo comunitario, la cultura de su gente, su viabilidad y la aceptación de asociarse con los demás recursos complementarios de la zona de ejecución del proyecto permitió diseñar una ruta turística comunitaria y con este un paquete turístico

en la comunidad de Patatin de la parroquia de Panzaleo, cantón Salcedo.

- Se realizó el inventario de los atractivos turísticos naturales y culturales basándose en la metodología del Mintur con la cual se creó las fichas de los atractivos, realizando la respectiva investigación de campo en la que se recopiló datos generales y específicos de cada uno de ellos, esta información permitió ponderar a los atractivos e incluirlos en el diseño de la ruta turística comunitario.
- Se determinó el perfil del turista gracias a las encuestas realizadas en la Hostería Rumipamba de las Rosas, ya que en la mayoría de los encuestados tanto nacionales como extranjeros tienen la tendencia de realizar turismo de naturaleza, cultural, vivencial e involucrarse y conocer de cerca a comunidades indígenas, a su vez se entrevistó a los potenciales ejecutores de turismo y prefectura de Cotopaxi, dándonos como resultado la posible inclusión en sus paquetes y programas de desarrollo.

#### IV. CONCLUSIONES GENERALES

- Mediante esta investigación se determinó la relación que mantiene el sector público entendiendo que para cada una de sus acciones es importante el involucramiento de sus potencialidades para no caer en un turismo individualista.
- Mediante el diseño de la ruta turística se pudo establecer los diferentes criterios a cerca de la percepción del turismo y la importancia que contribuye al mismo.
- La ruta turística de la comunidad de Patatin se puede considerar como el primer gran paso que la comunidad lleva a cabo, gracias a este proyecto la comunidad puede introducirse en la actividad turística organizada en la que los beneficiarios directos son los pobladores de la comunidad.

## V. RECOMENDACIONES

- El presente proyecto debe ser ejecutado, para que se cumpla con los objetivos propuestos en esta investigación, generando fuentes de trabajo no solo para la comunidad sino para toda el área de influencia del circuito turístico comunitario.
- Involucrar al GAD Parroquial de Panzaleo para que a través del Ministerio de Turismo destine un mayor presupuesto para la comunidad de Patatin para el desarrollo de la actividad turística.
- Capacitar a la comunidad en la atención al cliente e incluir a la Carrera de Ecoturismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi, para que ellos sean voluntarios permanentes y participen activamente desarrollando talleres, capacitaciones, charlas o vistas al lugar con el objetivo de aprender, enseñar e incentivar a la comunidad.

## VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.-

- Bejarano, G. N. (17 de Diciembre de 2002). Reglamento de actividades turísticas. Decreto Ejecutivo 3400. Ecuador.
- Casas Anguita, J., Repullo Labradora, J. R., & Donado Campos, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Aten Primaria*, pp. 527-38.
- Corpei. (2006). Estrategia Nacional para el manejo y desarrollo sostenible del Aviturismo en el Ecuador. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Cuba, M. B. (2005). Factores determinantes del desarrollo turístico del distrito de Yura. *TURyDES*, Vol. 5.
- De la Colina, J. (2009). Marketing Turístico: Definición de estrategias; características; canales de distribución.
- Falcão de Oliveira, C. T., Moraes Zouain, D. Y., & Medeiros Barbosa, L. G. (2015). Políticas públicas de turismo en Brasil. *Revista Estudios y Perspectivas en Turismo*. pp. 76-95. Obtenido de <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V24/N01/v24n1a05.pdf>.
- Flores, R. (2009). Instituto Latinoamericano de Ciencias Turísticas - Turismo Comunitario. Huancayo, Junín Perú.
- GAD, P. (2012). Plan de Ordenamiento Territorial. Panzaleo, Cotopaxi.
- Gambarota, D. M., & Lorda, M. A. (2003). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista Geográfica Venezolana*, Vol 55, pp. 346-359.
- Gonzales, F. (2008). Desarrollo Local y Turismo. U.M.S.A. , Carrera de Turismo -. Bolivia: Instituto de Investigación Servicios y Consultoría Turística.
- J. Casas Anguita, J. R. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Atem Primaria*, pp. 527-528. doi:52.479
- OMT. (2003). Organización Mundial del Turismo.
- OMT. (2012). <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284414680>.
- Ortiz, C. G. (2012). Desarrollo turístico comunitario y su incidencia en la demanda turística en la comunidad Pondoá de la provincia de Tungurahua. Tesis de grado, Carrera de: Turismo y Hotelería, Universidad Técnica de Ambato, pp. 114.

- Paredes, G. A. (2011). El desarrollo comunitario y el turismo ecológico en la comunidad Pitirishca, del cantón Simón Bolívar, Provincia de Pastaza en el período diciembre 2010 –Marzo 2011. Informe final del Trabajo de Graduación o Titulación previo a la Obtención del Título de Licenciada en Hotelería y Turismo, Facultad De Ciencias Humanas Y De La Educación, Universidad Técnica de Ambato, pp. 85.
- Piray, M. (2008). Interpretación Ambiental II. Ecuador: ESPOCH.
- PLANDETUR. (s.f.). plan estrategico de desarrollo del turismo sostenible para el año 2020. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>.
- REPUBLICA, P. D. (10 de Mayo de 2011). Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria – LOEPS. Ecuador.
- Tiden, F. (1957). Los Principios de la Interpretación-Interpreting Our Heritage. . Chapel Hill.: The University of North Carolina Press.
- Tierra, P. (2004). Paquetes Turísticos. Riobamba, Chimborazo, Ecuador.
- Tierra, P. (2008). Compilación Planificación Territorial. Riobamba, Chimborazo, Ecuador.
- Troncoso, C. (2008). Turismo, desarrollo y participación local. La experiencia de quebrada de Humahuaca Jujuy, Argentina. (Vol. 2). Mar de la Plata, Argentina. Obtenido de <http://eco.mdp.edu.ar/cendocu/>
- Turismo, D. d. (s.f.). Gobierno Autónomo Descentralizado Salcedo. Cotopaxi, Ecuador.
- Vasquez, C. (2012). La evolucion de la asociatividad en el Ecuador. Bolivia : Prime editorial.

## VII. ANEXOS

### I. Socialización con los miembros de la Hostería y la comunidad









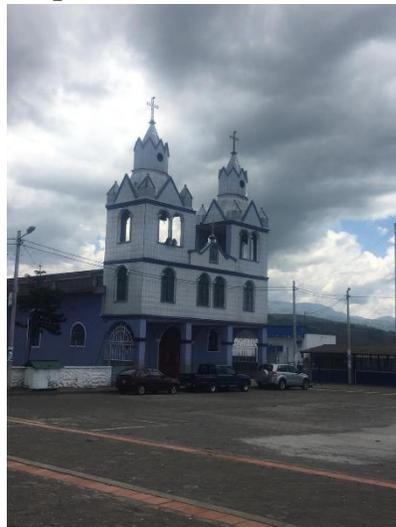






## II. Manifestaciones Turísticas

**Iglesias Principales de Patate (derecha: Antigua iglesia, Izquierda Nueva Iglesia)**



**Oficina de Turismo que propagan todos los lugares turísticos de Patain bajo la coordinación del GAD parroquial**



### III. Sembríos Agrícolas





## Mirador de Ulivi



#### IV. Encuesta

### UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI MAESTRIA EN DESARROLLO LOCAL

Estimado (a)

La presente encuesta tiene como propósito recabar información sobre el interés en realizar actividades de turismo en el cantón Salcedo.

Por favor lea la pregunta y conteste según su criterio, tome en cuenta que las respuestas que se recabe tiene por objeto la realización de un trabajo de investigación relacionado a dichos aspectos.

¡Muchas gracias por valiosa colaboración!

#### 1. ¿Podría señalar los aspectos que influyó sobre su decisión de visitar la ciudad?

- Amigos
- Agencia de Viajes
- Publicidad, Revistas, Tv.
- Redes Sociales

#### 2. ¿Le gustaría realizar turismo en las comunidades que se encuentran en la ciudad y participar de sus actividades diarias?

Si ( ) No ( )

#### 3. ¿Qué actividades le gustaría combinar durante el recorrido de la ruta?

- Agroecológicas
- Caminatas
- Paseo a caballo
- Recorrido en bicicleta

#### 4. ¿Cuánto estima usted gastar en una ruta turística?

- 15 – 20 USD
- 21 – 30 USD
- 31 – 40 USD
- 41 o más