



**UNIVERSIDAD UTE**

**FACULTAD DE HOSPITALIDAD Y SERVICIOS**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
CONSERVACIÓN AMBIENTAL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y CONSERVACIÓN AMBIENTAL**

**TEMA:** Propuesta de Mejora de calidad en los servicios turísticos del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” de la parroquia de Lloa, Distrito Metropolitano de Quito

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN CARRERA:** Sistema Turístico

**AUTOR/A:** Daniela Mishell Vallejo Burgasi

**DIRECTOR/A DEL TRABAJO DE TITULACIÓN:** Msc. Walter Omar Ocaña Zambrano

**Quito – Ecuador**

**2022**

## DERECHOS DE AUTOR

© Universidad UTE. 2022

Reservados todos los derechos de reproducción

## FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

### PROYECTO DE TITULACIÓN

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1727022970
APELLIDO Y NOMBRES:	Vallejo Burgasi Daniela Mishell
DIRECCIÓN:	Chillogallo, Manuel Cherez y Joaquín Ruales Oe8-206
EMAIL:	dmvb.25j@gmail.com
TELÉFONO FIJO:	3034064
TELÉFONO MÓVIL:	0982249672

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	<b>“Propuesta de Mejora de calidad en los servicios turísticos del Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga de la parroquia de Lloa, Distrito Metropolitano de Quito”</b>
AUTOR O AUTORES:	Daniela Vallejo Burgasi
FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	13 de enero de 2023
DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	Walter Omar Ocaña Zambrano
PROGRAMA	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciada en Administración de Empresas Turísticas y Conservación Ambiental
RESUMEN	El objetivo del presente estudio fue investigar y analizar el nivel de calidad y sostenibilidad que presentan los procesos de servicios turísticos del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” con el fin de identificar el cumplimiento de criterios y aplicación de buenas prácticas para la recomendación de certificarse con el sello de calidad internacional Tourcert.

El estudio se basó en una investigación cualitativa y cuantitativa, con estudios exploratorio y descriptivo, utilizando herramientas de investigación para obtener información tales como: encuestas a los clientes, entrevistas al presidente y socios de la organización, páginas académicas y páginas oficiales del CTC en el internet, y a su vez se aplicó una lista de chequeo con criterios de análisis de la situación interna.

El estudio abarca tres capítulos, en el primero se da una introducción amplia de las metodologías y herramientas utilizadas para la realización del presente trabajo. En el segundo capítulo se presenta el análisis situacional externo como interno; es decir se realiza una investigación y diagnóstico exhaustivo del estado actual de la planeación estratégica, los procesos operativos, etapas de prestación de servicio, finanzas, marketing y valoración de satisfacción, además se aplicaron matrices FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) y CAME (Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar) para conocer e identificar la problematización del Ctc. Finalmente, el tercer capítulo presenta la propuesta de mejora para el logro de sus objetivos y metas mediante la implementación de estrategias como posibles soluciones. Estas acciones se evalúan en un plan de acción, matriz de presupuesto y seguimiento para

	lograr adquirir la certificación internacional de calidad Tourcert.
<b>PALABRAS CLAVE</b>	Centro de turismo comunitario, calidad, sostenibilidad, certificación, turismo comunitario.
<b>ABSTRACT</b>	<p>The objective of carrying out this study was to investigate and analyze the level of quality and sustainability presented by the tourist service processes of the "Cansacoto Ruta Chiriboga" Community Tourism Center to identify compliance with criteria and application of good practices for the recommendation to be certified with the "Tourcert" international quality seal.</p> <p>The study was based on qualitative and quantitative research, with exploratory and descriptive studies, using research tools to obtain information such as: customer surveys, interviews with the president and partners of the organization, academic pages, and official pages of the Ctc on the internet, and in turn a checklist was applied with criteria for analyzing the internal situation.</p> <p>The study encompasses three chapters, the first gives a broad introduction to the methodologies and tools used to carry out this work. In the second chapter was presented the external and internal situational analysis, that is to say are carried out an exhaustive investigation and diagnosis of the current state of strategic planning, operational processes, stages of</p>

	<p>service provision, finance, marketing and satisfaction assessment. In addition, were applied SWOT and CAME matrices to understand and identify the problematization of Ctc. Finally, the third chapter presents the improvement proposal for the achievement of its objectives and goals through the implementation of strategies as possible solutions. These actions were evaluated in an action plan, budget matrix and follow-up to achieve the Tourcert international quality certification.</p>
<p><b>KEYWORDS</b></p>	<p>Community Tourism Center, quality, sustainability, certification, community tourism</p>

Se autoriza la publicación de este Proyecto de Titulación en el Repositorio Digital de la Institución.



f: \_\_\_\_\_

VALLEJO BURGASI DANIELA MISHHELL

1727022970

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Vallejo Burgasi Daniela Mishell, 172702297, autor/a del proyecto titulado: “Propuesta de Mejora de calidad en los servicios turísticos del Centro de Turismo Comunitario Ruta Chiriboga de la parroquia de Lloa, Distrito Metropolitano de Quito” previo a la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas Turísticas y Conservación Ambiental en la UTE.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las Instituciones de Educación Superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la BIBLIOTECA de la Universidad UTE a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, 17 de mayo del 2022



f: \_\_\_\_\_

VALLEJO BURGASI DANIELA MISHELL

1727022970

## **CARTA DE ACEPTACIÓN DE DIRECTOR**

Yo, Walter Omar Ocaña Zambrano, deseo notificar que estoy al tanto y he revisado la propuesta de Plan de Trabajo de Titulación del señor/ de la señorita: Daniela Mishell Vallejo Burgasi, con el tema: “Propuesta de mejora de calidad en los servicios turísticos del Centro Turístico Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga de la parroquia de Lloa, Distrito Metropolitano de Quito”; con el fin de dirigirle hasta la Presentación Oral del Trabajo Escrito de Titulación para que pueda obtener el título de: Licenciada en Empresas Turísticas y Conservación Ambiental.

Quito, 17 de mayo del 2022

f: \_\_\_\_\_



**WALTER OMAR OCAÑA ZAMBRANO**

1716003940



## CARTA DE AUTORIZACIÓN

Yo, Milton Nasimba T., en calidad de presidente del “Centro Turístico Comunitario Cansacoto Ruta Chiribog” autorizo a Daniela Mishell Vallejo Burgasi, realizar la investigación para la elaboración de su proyecto de titulación “Propuesta de mejora de calidad en los servicios turísticos del Centro Turístico Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga de la parroquia de Lloa, Distrito Metropolitano de Quito”, basada en la información proporcionada por la compañía.

Quito, 17 de mayo del 2022

The image shows a handwritten signature in black ink, which appears to be 'Milton Nasimba T.', written over a circular stamp. The stamp is the official seal of the 'Centro Turístico Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga'. It features a central graphic of a stylized bird or plant, surrounded by the text 'CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO CANSACOTO RUTA CHIRIBOGA' and the identification number '1509151012-A'.

f: \_\_\_\_\_

MILTON NASIMBA T.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por permitirme llegar hasta donde estoy y por tantas bendiciones en todo este largo camino. A mis padres quienes me apoyaron ciegamente en este mi sueño, quienes hicieron cosas imposibles por darme todo esto y no me soltaron en ningún momento. A mi hermano Ariel por ser la mejor compañía y aliento en esta etapa de mi vida. A mis abuelitas Amparo y Ligia quienes estuvieron siempre pendientes y de cualquier forma me apoyaron e impulsaron a lograr este sueño. A mi hermana Made por su apoyo y su amor acogedor en todo momento que estamos juntas o lejos. A mi tía Lilia por su apoyo y por siempre tomarnos en cuenta y estar pendientes de nosotros. A mi Y agradezco a mis amigos que también fueron parte de este proceso.

Agradezco profundamente a mi tutor Walter Ocaña por ser una guía valiosa con sus conocimientos y consejos, por apoyarme y darme acompañamiento con mucha paciencia y comprensión. Y a todos los docentes que con sus enseñanzas a lo largo de estos años me formaron como una excelente profesional, y fueron un granito de arena para la realización de este proyecto.

A la Universidad UTE por abrirnos las puertas para formarnos como grandes profesionales y como personas con valores.

Al “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” por darme apertura a trabajar el presente proyecto, acogerme con respeto y por brindarme la información necesaria.

## DEDICATORIA

Dedico este triunfo al ser más importante para mi vida porque gracias a mi fe hacia Dios he logrado esforzarme, ser valiente y tener esperanzas de que todos mis sueños se cumplirán.

A mis padres Sonia y Willo porque su profundo amor y apoyo incondicional son la base de mis logros, son mi escudo y espada para confrontar cualquier batalla, son mi inspiración para soñar y mi estimulación para triunfar. Y porque se merecen todo lo mío porque juntos entendemos lo difícil que fue llegar hasta aquí, pero juntos llegamos a la meta.

A mi persona favorita, mi hermano Ariel, quien me motiva a ser una mejor persona para ser su orgullo y ejemplo a seguir, pero ha terminado siendo quien me enseña a ser independiente, paciente y fuerte, y ha sido el primero en apoyarme y celebrar mis logros.

A mis dos mujeres maravilla, a mis abuelitas Amparo y Ligia, porque con sus historias, sus consejos y anécdotas me inspiran a ser una mujer empoderada que lucha por sus sueños por más imposibles que se vean, y que puedo conquistar el mundo sin importar lo cansada o sola que esté o la carga que lleve.

A mis grandes amigos Majito, Han, Paky y Estalin porque son los que mejor entienden la satisfacción que es llegar hasta aquí, porque juntos nos trasnochamos, madrugamos, nos estresamos, pero también juntos disfrutamos de cada momento de esta etapa. Les dedico este triunfo que también es suyo por su compañía ideal desde el día uno y por los proyectos que ahora juntos estamos construyendo, por darme su amistad incondicional, su comprensión y ser los mejores colegas de vida personal y profesional.

Y como no a mi persona, quien mejor entiende de este proceso y a pesar de los días negros, de a veces tener el corazón blando, de las desmotivaciones económicas o morales y de perder las esperanzas no se rindió ni desmayó. Por esos esfuerzos y esas batallas que muchos no vieron merezco este triunfo y lograr muchas cosas grandes.

Sin olvidar a la Comunidad de Chiriboga y a todas las comunidades rurales del Ecuador que tienen un gran potencial cultural y natural para aprovecharlos y salir adelante, con nuestro trabajo profesional, por el bien de sus habitantes y su entorno de manera sostenible.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN .....	i
I. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	i
II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	ii
II.I. Enunciado del Problema .....	ii
II.II. Formulación del Problema.....	iii
a. Pregunta General .....	iii
b. Preguntas Específicas .....	iii
III. OBJETIVOS.....	iii
a. Objetivo General .....	iii
b. Objetivos Específicos .....	iii
IV. JUSTIFICACIÓN.....	iv
V. RESUMEN METODOLÓGICO.....	iv
V.I. Enfoque de Investigación .....	vi
V.II. Tipo de Investigación .....	vi
V.III. Método de Investigación.....	vii
V.IV. Técnicas de Investigación.....	viii
CAPÍTULO I .....	1
MARCO DE REFERENCIA .....	1
1.1. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA DE REFERENCIA .....	1
1.1.1. Bases Teóricas Enfocadas al Turismo .....	1
1.1.1.1. Turismo, Fenómeno Económico y Social .....	1
1.1.1.2. Turismo en el Ecuador .....	2
1.1.1.3. Turismo Comunitario en Ecuador .....	3
1.1.1.4. Calidad Turística .....	4
1.2. MARCO LEGAL .....	5

1.2.1.	Constitución de la República del Ecuador .....	5
1.2.2.	Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización .6	
1.2.3.	Ley de Turismo .....	7
1.2.4.	Reglamento para los Centros de Turismo Comunitario.....	8
1.3.	MARCO INSTITUCIONAL.....	9
1.3.1.	Código Ético Mundial del Turismo .....	9
1.3.2.	Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030.....	9
1.3.3.	Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021, Toda una Vida .....	10
1.3.4.	Plan Nacional de Turismo 2030.....	11
1.4.	MARCO CONCEPTUAL.....	11
CAPÍTULO II.....		14
ANÁLISIS SITUACIONAL .....		14
2.1.	ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA .....	14
2.1.1.	Análisis Externo.....	14
2.1.1.1.	Macroentorno .....	14
2.1.1.2.	Microentorno.....	14
2.1.2.	Análisis Interno .....	15
2.1.2.1.	Breve Caracterización de la Organización .....	15
2.1.2.1.1.	Reseña Histórica .....	15
2.1.2.1.2.	Localización.....	16
2.1.2.1.3.	Imagen Corporativa .....	17
2.1.2.1.4.	Tipo de Servicios Ofertados (Capacidad Instalada) .....	17
2.1.2.2.	Organización: Análisis de la Planeación Estratégica .....	19
2.1.2.2.1.	Visión.....	19
2.1.2.2.2.	Misión.....	19
2.1.2.2.3.	Objetivos.....	19
2.1.2.2.4.	Políticas de Calidad .....	21

2.1.2.2.5.	Valores y Principios Empresariales .....	21
2.1.2.2.6.	Organigrama .....	21
a.	Organigrama Estructural .....	21
b.	Organigrama Funcional .....	22
2.1.2.3.	Producción: Análisis de Procesos .....	24
2.1.2.3.1.	Áreas de Servicios .....	25
2.1.2.3.2.	Etapas de Prestación de Servicios .....	25
2.1.2.3.3.	Desarrollo de Mapa de Procesos (Blueprint).....	27
2.1.2.3.4.	Identificación de Puntos Críticos.....	28
2.1.2.4.	Financiero: Análisis de Ingresos y Gastos .....	32
2.1.2.4.1.	Principales Ingresos.....	32
2.1.2.4.2.	Principales Gastos.....	33
2.1.2.4.3.	Ocupación Promedio .....	33
2.1.2.4.4.	Rentabilidad.....	33
2.1.2.5.	Marketing: Análisis de Estrategias Comerciales, Perfil del Cliente, Nivel de Satisfacción y Competencia.....	34
2.1.2.5.1.	Análisis de las Estrategias Comerciales .....	34
2.1.2.5.2.	Análisis de la Ventaja Competitiva .....	34
a.	Ventaja Competitiva.....	34
b.	Competidores Directos .....	34
c.	Matriz Comparativa.....	36
2.1.2.5.3.	Identificar el Perfil del Cliente .....	41
2.1.2.5.4.	Valoración del Nivel de Satisfacción .....	45
2.1.2.6.	Posibilidad de Certificación .....	47
2.1.2.6.1.	Identificación y Selección de la Norma.....	47
2.1.2.6.2.	Aplicación de la Norma (Lista de Chequeo) .....	48
2.1.2.6.3.	Análisis de Resultados.....	49

2.1.3. Problematización.....	50
2.1.3.1. Análisis FODA.....	50
2.1.3.2. Análisis CAME.....	51
2.1.3.3. Estrategias propuestas.....	53
CAPÍTULO III.....	55
PLANIFICACIÓN DE LA PROPUESTA DE MEJORA.....	55
3.1. OBJETIVOS EMPRESARIALES.....	55
3.1.1. Política de Calidad.....	55
3.1.2. Objetivos.....	55
3.2. ESTRATEGIAS EMPRESARIALES.....	55
3.3. METAS EMPRESARIALES.....	56
3.4. PLAN DE ACCIÓN.....	58
3.4.1. Matriz de Plan de Acción.....	59
3.5. PRESUPUESTO.....	61
3.6. CONTROL O EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA.....	63
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	65
CONCLUSIONES.....	65
RECOMENDACIONES.....	66
BIBLIOGRAFÍA.....	68
ANEXOS.....	75

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. ....	17
Tabla 2. ....	22
Tabla 3. ....	25
Tabla 4. ....	28
Tabla 5. ....	32
Tabla 6. ....	36
Tabla 7. ....	41
Tabla 8. ....	46
Tabla 9. ....	48
Tabla 10. ....	49
Tabla 11. ....	50
Tabla 12. ....	51
Tabla 13. ....	55
Tabla 14. ....	57
Tabla 15. ....	59
Tabla 16. ....	61
Tabla 17. ....	63



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.....	16
Figura 2.....	17
Figura 3.....	21
Figura 4.....	27
Figura 5.....	45
Figura 6.....	49

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1.....	75
Anexo 2.....	75
Anexo 3.....	76
Anexo 4.....	79
Anexo 5.....	83
Anexo 6.....	84
Anexo 7.....	84

## RESUMEN

El objetivo del presente estudio fue investigar y analizar el nivel de calidad y sostenibilidad que presentan los procesos de servicios turísticos del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” con el fin de identificar el cumplimiento de criterios y aplicación de buenas prácticas para la recomendación de certificarse con el sello de calidad internacional Tourcert.

El estudio se basó en una investigación cualitativa y cuantitativa, con estudios exploratorio y descriptivo, utilizando herramientas de investigación para obtener información tales como: encuestas a los clientes, entrevistas al presidente y socios de la organización, páginas académicas y páginas oficiales del CTC<sup>1</sup> en el internet, y a su vez se aplicó una lista de chequeo con criterios de análisis de la situación interna.

El estudio abarca tres capítulos, en el primero se da una introducción amplia de las metodologías y herramientas utilizadas para la realización del presente trabajo. En el segundo capítulo se presenta el análisis situacional externo como interno; es decir se realiza una investigación y diagnóstico exhaustivo del estado actual de la planeación estratégica, los procesos operativos, etapas de prestación de servicio, finanzas, marketing y valoración de satisfacción, además se aplicaron matrices FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) y CAME (Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar) para conocer e identificar la problematización del Ctc. Finalmente, el tercer capítulo presenta la propuesta de mejora para el logro de sus objetivos y metas mediante la implementación de estrategias como posibles soluciones. Estas acciones se evalúan en un plan de acción, matriz de presupuesto y seguimiento para lograr adquirir la certificación internacional de calidad Tourcert.

**Palabras clave:** Centro de turismo comunitario, calidad, sostenibilidad, certificación, turismo comunitario.

---

<sup>1</sup> CTC: Centro de Turismo Comunitario

## **ABSTRACT**

The objective of carrying out this study was to investigate and analyze the level of quality and sustainability presented by the tourist service processes of the "Cansacoto Ruta Chiriboga" Community Tourism Center to identify compliance with criteria and application of good practices for the recommendation to be certified with the "Tourcert" international quality seal. The study was based on qualitative and quantitative research, with exploratory and descriptive studies, using research tools to obtain information such as: customer surveys, interviews with the president and partners of the organization, academic pages, and official pages of the Ctc on the internet, and in turn a checklist was applied with criteria for analyzing the internal situation. The study encompasses three chapters, the first gives a broad introduction to the methodologies and tools used to carry out this work. In the second chapter was presented the external and internal situational analysis, that is to say are carried out an exhaustive investigation and diagnosis of the current state of strategic planning, operational processes, stages of service provision, finance, marketing and satisfaction assessment. In addition, were applied SWOT and CAME matrices to understand and identify the problematization of Ctc. Finally, the third chapter presents the improvement proposal for the achievement of its objectives and goals through the implementation of strategies as possible solutions. These actions were evaluated in an action plan, budget matrix and follow-up to achieve the Tourcert international quality certification.

**Keywords:** Community Tourism Center, quality, sustainability, certification, community tourism

# INTRODUCCIÓN

## I. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

La parroquia de Lloa se caracteriza por ser una zona con un alto potencial para la actividad turística gracias a sus diversos paisajes llenos de biodiversidad, por lo que ha estado en los últimos años en la mira de muchas entidades, tanto públicas como privadas, para estudios y propuestas de aplicación de servicios y productos turísticos, incluso desde la academia se ha visto mucho interés en su desarrollo, por tal razón se ha tomado en cuenta algunos trabajos de titulación técnicos enfocados en el tema turístico y alineados a la presente propuesta.

La Universidad Tecnológica Israel presenta un trabajo de titulación donde introduce los productos y atractivos turísticos que cuenta la parroquia para información del turista: “Elaboración de Guía de atractivos turísticos de la Parroquia de Lloa” (Obando, 2016).

La Universidad Central también presenta un trabajo de titulación que estudia todas las generalidades de la parroquia y aplica herramientas de planificación estratégica para el sector turístico: “Plan de Desarrollo Turístico Comunitario para la Parroquia de Lloa, Distrito Metropolitano de Quito, Provincia de Pichincha” (Ruiz & et al., 2012)

La Universidad UTE presenta un trabajo de titulación que se alinea al presente trabajo ya que también trabaja con la misma organización turística: “Creación de una agencia de viajes para el “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” en la Parroquia de Lloa y Alluriquín” (Pila, 2015)

La Universidad UTE ha presentado un trabajo de titulación que compagina con el enfoque del presente trabajo ya que estudia una organización para también proponer una certificación de calidad Tourcert: “Propuesta para la valoración de la sostenibilidad y RSE<sup>2</sup> en las operaciones turísticas de “Stella Maris”, en la ciudad de Quito, Ecuador” (Sierra, 2019).

La Universidad de las Américas presentó un trabajo de titulación que servirá como base ya que también se alinea a la propuesta de mejora de calidad con el tema de “Diseño de un Manual de Buenas Prácticas enfocado en la prestación de servicios turísticos para la Asociación El Paraíso del Río Mashpi” (Arellano, 2016).

---

<sup>2</sup> RSE: Responsabilidad Social Empresarial

Finalmente, también se ha tomado como referencia al “Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia de Lloa 2020 - 2023” (Gobierno Autónomo Descentralizado Lloa, 2020)

## **II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### ***II.1. Enunciado del Problema***

La parroquia de Lloa se encuentra localizada al suroccidente del Distrito Metropolitano de Quito a faldas del volcán Guagua Pichincha, provincia de Pichincha. La extensión de su territorio consta de 547.25 km<sup>2</sup> con una población de 2.500 habitantes, con una zona agrícola y ganadera, sector favorecido de climas subtropicales y paramos (Gobierno Autonomo Descentralizado Lloa, 2019).

Gracias a su ubicación la Parroquia de Lloa es un destino frecuentado por turistas nacionales y extranjeros que llegan para visitar sus tierras privilegiadas de bosque primario con una gran riqueza natural y de biodiversidad, incluso con una variedad de pisos climáticos que le confieren un sin número de zonas paisajísticas. El sector turístico se ha apoderado de la parroquia con sus diversas modalidades que ha reforzado el desarrollo local beneficiando a la comunidad, apoyando a los productores a mejorar sus ingresos optando por la creación de nuevos emprendimientos empíricos turísticos (Gobierno Autónomo Descentralizado Lloa, 2020).

Sin embargo, al crear emprendimientos y microempresas turísticas de manera empírica si bien es cierto aportan al desarrollo, al mismo tiempo generan debilidades al sector turístico, ya que al no tener una adecuada capacitación no se emplean conocimientos técnicos a los procesos operativos, de prestación de servicios y productos turísticos, incluso se puede crear un aprovechamiento inadecuado de los recursos naturales y culturales.

El “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”, ubicado en la parroquia de Lloa, al suroccidente del Distrito Metropolitanos de Quito, en la antigua vía a Santo Domingo de los Tsáchilas (Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga, 2020), es una de las tantas organizaciones e iniciativas comunitarias del sector que está conformado por 20 familias que habitan en las comunidades aledañas (Pila, 2015), cabe mencionar que la mayoría de los socios no cuentan con una instrucción académica y técnica alineada a la actividad mencionada, por lo tanto a pesar de que el territorio presente componentes endógenos naturales y culturales precisos para construir un potencial destino no cuenta con una cultura turística fuerte. Este problema raíz ha permitido generar puntos débiles en cada etapa de prestación de servicios y productos, tales como la escasa difusión y promoción turística del sector y de la organización, falta de desarrollo

de planes estratégicos, implementación de herramientas de evaluación y sobre todo planes de capacitación. Por tal razón esta brecha no ha permitido consolidar calidad a sus procesos de operación turística y mucho menos sentar bases en el mercado, y por ende la desmotivación de quienes conforman la organización para continuar con el trabajo en las actividades turísticas permitiendo lamentablemente que persista la tala ilegal indiscriminada de bosques como su principal fuente de ingresos económicos.

Es así como con la presente propuesta de estudio se busca realizar en primera instancia una investigación de la situación actual de la entidad comunitaria mencionada para identificar y analizar sus errores, falencias y debilidades que sufre la operación turística y sus servicios de tal forma que se podrá diseñar mecanismos de mejora adaptadas al proceso turístico que llevan para estratégicamente resolver la problemática y optimizar la fase operativa y organizativa y de este modo aplicar calidad.

## ***II.II. Formulación del Problema***

### ***a. Pregunta General***

¿A partir de qué criterios se puede implementar una mejora de calidad en los procesos de operación y prestación de servicios turísticos del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”?

### ***b. Preguntas Específicas***

- ¿Cuál es la situación actual interna del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”?
- ¿Cuáles son las principales problemáticas identificadas a solucionar?
- ¿Cuál es el esquema para la propuesta de mejora?

## **III. OBJETIVOS**

### ***a. Objetivo General***

Elaborar una propuesta de mejora de calidad en la prestación de servicios del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” de la parroquia de Lloa.

### ***b. Objetivos Específicos***

- Realizar un análisis situacional actual de la organización y los procesos de operación turística y prestación de sus servicios.

- Identificar la problemática a resolver en el área de operaciones y servicios.
- Diseñar la propuesta de mejora de calidad para la optimización de la operación turística y prestación de sus servicios.

#### **IV. JUSTIFICACIÓN**

La presente propuesta de mejora de calidad en los servicios turísticos del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”, tiene como fin identificar las debilidades y errores que tienen sus procesos organizativos para ofrecer alternativas optimizadoras en la operación turística y la prestación de servicios que esta incluya, de tal manera que la población anfitriona adquiera conocimientos técnicos que les involucre en el desarrollo socioeconómico de manera sustentable y se desvinculen de actividades irresponsables ambientalmente. Además de promover buenas prácticas para mejorar y diversificar su oferta turística de modo que creen experiencias satisfactorias en el visitante al mismo tiempo también incrementar su visibilidad.

El aprovechamiento de las riquezas paisajísticas que la parroquia de Lloa brinda un recurso viable para la incursión de las distintas modalidades turísticas y la oportunidad de generar iniciativas como la organización comunitaria estudiada que ayudan a redistribuir las riquezas y formas de labor ya que crean ingresos extras a los hogares de la población rural que aprenden a valorizar los suelos que en un principio por actividades cotidianas inadecuadas destruyeron, es así que impulsar la aplicación de responsabilidad social es importante en este tipo de organizaciones comunitarias donde los recursos culturales y naturales son lo primordial.

Por tal razón la propuesta de mejora de calidad en los servicios turísticos va también indirectamente enfocada en el desarrollo local y el impacto positivo ambiental, en educar y generar empleo dentro de la población, impulsar un turismo sostenible, consolidar productos, incrementar la llegada de visitantes, generar una posición competitiva local y crear un trabajo mancomunado con todos los involucrados en el sector entre empresa y comunidad.

#### **V. RESUMEN METODOLÓGICO**

La presente investigación se realizó principalmente con un enfoque de investigación cualitativo que sirvió como una metodología para lograr cumplir los objetivos propuestos en el planteamiento del problema, a través de la investigación de información y datos interno de la organización estudiada para el desarrollo del capítulo II y realizar un análisis de la situación, para su análisis externo se aplicó investigación cuantitativa que permitió la medición estadística de los datos



obtenidos de la encuesta aplicada a los turistas y la evaluación comparativa de la organización para conocer el nivel de satisfacción y calidad en valores numérico reales que tiene frente a la competencia y los clientes.

También fue un estudio exploratorio ya que el análisis de la situación interna de la organización fue realizado desde una investigación cero en base a entrevistas al presidente y socios, y visita al territorio ya que no se ha encontrado ningún estudio escrito similar previo del territorio intervenido. Para complementar se basó en estudios descriptivos para la caracterización global del territorio, es decir dentro del capítulo II en el análisis situacional se caracterizó a la comunidad y su participación importante en la actividad turística tanto interna como externamente, también se presentó a la competencia y sus características propias que le dan valor diferenciador en base al catálogo de criterios, y la descripción e identificación del perfil del cliente objetivo.

En cuanto a los métodos de investigación fueron deductivo para el análisis macro y micro de la situación externa del territorio, y bibliográfico del cual se basó la investigación para el marco referencial con información enfocada en estudios universales y nacionales legales, conceptuales y generales enlazados al tema propuesto. Se implementó el método inductivo para la identificación del perfil del segmento de mercado y conocer su opinión y valoración respecto a los servicios. El método documental ayudó a obtener bases de investigación, es decir todos los documentos, estudios y páginas web que se usaron para la obtención de información interna del territorio.

Por la aplicación del método documental se usaron fuentes secundarias tales como documentos que contienen información general de la organización, específicamente los estatutos y estudios del territorio, que detallan ciertas características importantes para la investigación, además de ello se usaron fuentes primarias para adquirir información más específica y veraz a través de herramientas tales como observación directa gracias a la visita del territorio a través de uno de los tours para la visita de algunos emprendimientos de la zona y atractivos turísticos, encuestas aplicadas al grupo de turistas que también visitaron la zona junto al tour, entrevistas realizadas al presidente y socios del Ctc, búsqueda en el internet, por el cual se conoció la página web oficial del Ctc y algunos documentos que hablan del territorio y lista de chequeo en base al catálogo de criterios de Tourcert aplicado para conocer su nivel de calidad y sostenibilidad.

### ***V.I. Enfoque de Investigación***

El enfoque de investigación es el primer paso para identificar y definir la manera que se recogerán los datos, como analizarlos e interpretarlos (Cauas, 2015). Dentro de las distintas corrientes del pensamiento y conocimiento existen dos aproximaciones principales: el enfoque cualitativo y enfoque cuantitativo. Estas hacen uso de procesos empíricos y metódicos para generar conocimiento, investigar y enfrentar problemas de investigación (Hernández & et al., 2014).

- **Enfoque cualitativo**

Es el estudio que busca en primer lugar descubrir y afinar las preguntas de investigación para perfeccionarlas y responderlas, y segundo para desarrollar hipótesis sin importar su orden de planteamiento, es decir en el proceso de investigación pueden revelarse nuevas interrogantes antes, durante o después de la recolección y análisis de datos (Hernández & et al., 2014). Por tal razón en este tipo de investigaciones no se plantea un proceso definido, ya que se basa más en una lógica donde primero explora y examina cada hecho y luego en el proceso desarrolla perspectivas teóricas según sus resultados (Esterberg, 2002, citado en Hernández et al. , 2014).

- **Enfoque cuantitativo**

Es el estudio que refleja la necesidad de medir y estimar dimensiones de los puntos críticos o problemas de investigación a través de la recolección de datos para establecer hipótesis a partir de preguntas y objetivos y determinar variables que se las miden en un contexto determinado, y a estas mediciones se las analiza mediante métodos estadísticos para extraer conclusiones respecto a la hipótesis (Hernández & et al., 2014).

Aplicar un enfoque cuantitativo al proceso de elaboración de este proyecto ayudará a la recolección de información y datos, de una bibliografía objetiva y del mismo sitio de intervención, que fueron analizados durante todo este proceso desde el inicio hasta el final ajustando el contenido y las preguntas de investigación obteniendo una igualdad de resultados.

### ***V.II. Tipo de Investigación***

- **Estudios exploratorios**

Es cuando un tema o problema de investigación ha sido poco estudiado o ni si quiera tomado en cuenta por ende el objetivo es examinar y explorar aquel campo donde surgen dudas que no han sido explicadas, por lo que este estudio nos ayuda a comprender fenómenos desconocidos y a

realizar nuevas investigaciones completas o premisas para un futuro estudio estableciendo conceptos y variables (Hernández & et al., 2014).

Para el presente proyecto se realizó una exploración previa de la situación en la operación turística del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” para conocer y analizar el nivel de calidad que manejan en cada proceso de los servicios y productos que ofertan, situación que anteriormente no se ha tomado en cuenta como un punto importante o se lo ha dejado en el olvido por la falta de capacitación interna de la organización.

- **Estudios descriptivos**

Es la caracterización y reseña de rasgos reales del fenómeno u objeto de estudio (Salkind, 1998, citado en Bernal, 2010). Es decir, “es la interpretación concreta de la naturaleza o sociedad actual” (Gómez, 2012,) (p.88).

Este tipo de investigación “Busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández & et al., 2014) (p. 98).

Fue una metodología útil para el presente tema de investigación ya que principalmente se buscó precisar y mostrar cada ángulo y situación de la comunidad de Chiriboga, de su población involucrada en la actividad turística y del sitio en específico a estudiar que principalmente se describió brevemente a la organización, la situación de esta empresarialmente, su posición competitiva dentro del mercado e incluso el perfil del cliente que esta organización maneja.

### ***V.III. Método de Investigación***

- **Método deductivo**

“Consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, etcétera, de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares” (Bernal, 2010) (p. 59). Gómez (2012) menciona que es un procedimiento que va desde lo general a lo particular, es decir si un hecho concluye en una deducción certera desde su origen en comunidad también será verdadera para un individuo.

Este método se aplicó al marco referencial el cual hace una revisión de bibliografía legal, conceptual y general que se aplica a estudios universales, es decir a nivel nacional, y termina siendo referencia a nivel local. Además, se utilizó esta técnica en el capítulo 2 donde se realizó un análisis

situacional macro de la organización hasta un estudio micro, para lo cual también se aplicó una encuesta para un grupo universal segmentado.

- **Método inductivo**

A diferencia del deductivo este parte de algo particular a algo general, es decir si se concluye un hecho válido para un hecho en particular es aplicable también para un universo (Bernal, 2010). Este método puede ser de inducción completa cuando se conoce el número exacto del universo para comprobar el estudio y sus datos, y la inducción incompleta que este universo observa un solo fenómeno y no certifican los hechos (Gómez, 2012,).

Esta técnica se utilizó para detallar el perfil del cliente después de los resultados de la encuesta y por ende con esto se pudo concluir el nivel de satisfacción que está generando los servicios y productos que ofrece la organización.

- **Metodo Documental**

“La investigación documental depende fundamentalmente de la información que se obtiene o se consulta en documentos, entendiendo por éstos todo material al que se puede acudir como fuente de referencia, sin que se altere su naturaleza o sentido” (Hernández, 1995, citado en Bernal, 2010, p. 111).

La información se puede recolectar de diferentes documentos escritos tales como libros, periódicos, revistas, documentos fílmicos, documentos grabados o la web (Gómez, 2012,).

Como menciona Bernal (2010) es importante no confundir estas fuentes con el marco teórico ya que este último es de un aspecto constitutivo, como ya se ha mencionado anteriormente según lo requerido el tema a estudiar, consecuentemente este ayudó a la búsqueda de fuentes de información general del sitio que se encontraron principalmente documento dentro de la web.

#### ***V.IV. Técnicas de Investigación***

- **Fuentes Secundarias**

Bernal (2010) menciona que estas son fuente de información no original ni directas de la situación del tema, solamente lo toman como referencia y mencionan generalidades y se los puede recopilar para distintos propósitos del tema de estudio. Existen fuentes secundarias internas que generan la misma organización, y fuentes secundarias externas tales como libros, revistas, documentos escritos, medios de información, registros oficiales.

El tema de investigación requirió del uso de este tipo de fuente de información, donde en algunos documentos y textos se mencionan generalidades y detalles tales como del sitio de estudio, historia, descripción de la organización, información turística del territorio, documentos legales que son base y hasta reportes de los procesos de la organización.

- **Fuentes Primarias**

Son fuentes directas y de información de primera línea que es obtenida directamente en el sitio de los hechos, es decir es la obtención de datos a través de la observación, registro y recolección directa de información específica (Bernal, 2010). La fuente son los individuos, las organizaciones, el entorno, el ambiente, el sitio de origen, los acontecimientos, etc.

**Observación directa:** es la observación directa de los hechos, por lo que permite obtener información confiable y actualizada donde se observa la conducta de los sucesos presentes (Bernal, 2010).

Esta técnica permitió conocer la situación del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” de una forma palpable y brindó información tangible que pudo ser corroborable a través de anotaciones y fotografías.

**Encuesta:** se basa en el planteamiento de preguntas en forma de cuestionario para la obtención de información de un grupo de personas en específico (Bernal, 2010).

Esta técnica se utilizó para conocer y analizar en específico el perfil del cliente que llegan y visitan el sitio, y por ende el nivel de satisfacción.

**Entrevistas:** es el contacto directo con las personas inmersas en el tema de estudio y el objetivo de este que se convierten en la fuente principal. Se plantea un cuestionario a base de conversación para conocer opiniones más abiertas y profundizar la información que se quiere obtener (Bernal, 2010).

Se utilizó esta técnica dirigida a su presidente y a uno de sus principales socios actualmente activo, quienes conocen más a profundo las características del cliente y su origen, y pudieron brindar información verídica.

**Internet:** es una de las fuentes de información más utilizadas por su rapidez, contiene todo tipo de información y menos costosa (Bernal, 2010).

Obviamente es una de las principales herramientas que se hizo uso ya que dentro de esta se encuentra todo archivo y documentación escrita o audiovisual necesaria.

**Lista de Chequeo:** es un formato que consiste en acciones repetitivas de verificación que se basa en una lista que se debe comprobar de forma ordenada y sistemática según los requisitos y cumplimiento de estos. Es una herramienta para intervenir cualquier situación o problemática de alguna organización que necesita aplicar y mantener calidad en sus procesos internos de manera inteligente. Debe basarse en organización, una buena documentación y entendible para todos (ISO 9001:2015, 2015).

# CAPÍTULO I

## MARCO DE REFERENCIA

### 1.1.REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA DE REFERENCIA

#### *1.1.1. Bases Teóricas Enfocadas al Turismo*

##### *1.1.1.1. Turismo, Fenómeno Económico y Social*

Según la Organización Mundial del Turismo “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios” (Organización Mundial del Turismo, 2010).

Para 2019 la actividad turística tenía un crecimiento a nivel mundial de 1.5 millones de llegadas de turistas internacionales desde el año anterior, pero a pesar de estos datos vale recalcar que las diferentes tensiones geopolíticas y económicas globales provocaron que este crecimiento se vea menor y más lento en comparación a los años 2017 y 2018. Por lo que se presentó la necesidad de darle un crecimiento responsable para el aprovechamiento de las oportunidades para las comunidades del mundo (Organización Mundial del Turismo, 2020).

Los impactos que genera el turismo van de la misma mano en el entorno económico y social ya que, en base a los costes y beneficios, a la creación y distribución de riquezas, crea fuentes de ingreso y de empleo para la población local, además de que crea interacción y relación entre visitantes y residentes compartiendo experiencias y beneficios contractuales (Vega & et al., 2007).

El turismo se ha transformado con el tiempo en un sector de rapidez crecimiento económico por su diversificación de servicios y productos que lo convierten atractivo, así generándose un sin número de destinos. El turismo también ha influenciado en el desarrollo sociocultural y socioeconómico volviéndose así a nivel mundial una de las principales fuentes de ingresos para muchos países en vías de desarrollo (Organización Mundial del Turismo, 2015).

Siendo una potencial actividad económica para el año 2020 la Organización Mundial del Turismo proyectó un crecimiento del 4% más sin embargo nadie esperaba la llegada de una pandemia global en el que el virus conocido como covid-19 obligara el cierre de fronteras a nivel mundial reduciendo drásticamente los viajes internacionales, durante los primeros meses del 2020 se produjo una disminución del 56% de turistas, que representó una pérdida de al menos 320.000

millones de dólares en el sector dejando sin trabajo a más de 100 millones de personas, pero ha sido una oportunidad para transformar sus relaciones con el entorno natural, el clima y la economía al mismo tiempo creando nuevas experiencias más sostenibles y responsables (Naciones Unidas, 2020).

### ***1.1.1.2. Turismo en el Ecuador***

La gran ventaja potencial y competitiva de la actividad turística se ve reflejada también a nivel nacional ya que en el 2019 se registró el crecimiento del 4% de llegadas de turistas internacionales al Ecuador, habiendo ingresado entre enero y noviembre alrededor de 1.381.726 de personas de las cuales el 6,1% lo hizo por vía aérea, esto gracias también a que se abrieron nuevas rutas (Ministerio de Turismo, 2019). Todo este crecimiento también se refleja económicamente ya que se registró el ingreso de 965 millones de dólares gracias al sector turístico, que representa el 1,8% del PIB (Banco Central del Ecuador, 2019, como se citó en Ministerio de Turismo, 2019), a ello se suma la generación de 522.508 plazas de empleo.

A pesar de este crecimiento positivo en octubre del mismo año se produjo una caída descomunal debido a la situación política y económica que generaron varias manifestaciones ciudadanas que alertaron a 14 países por lo que se produjo una disminución de visitas turísticas, que poco a poco se fueron recuperando semanas después de la retirada de estos grupos revolucionarios para retomar las actividades con normalidad (Ministerio de Turismo, 2019).

Si terminar el año 2019 de esa manera fue un desafío para el país, el inicio del año 2020 tanto a nivel mundial como nacional sería un gran desafío, pues la aparición del covid-19 afectó en gran escala a la actividad turística, y esto se reflejó en una caída de hasta el 70% de los ingresos en el sector turístico del Ecuador (El Universo, 2020), es decir esto se traduce en una disminución de al menos 450 mil vistas internacionales, especialmente de los mercados emisores más fuertes, tales como Estados Unidos, Perú, Colombia y España (Univesidad Técnica Particular de Loja, 2020).

La afectación fue directamente economía ya que los ingresos que este sector genera se desaceleraron entre 458 y 686 millones, esto quiere decir que respecto al año anterior este ingreso de divisas tuvo un gran impacto negativo de hasta 450 millones perdidos. Al hablar de economía también hablamos de los recursos humanos que de manera directa o indirecta son afectados por este tipo de caídas, es así como esta situación influyó a la disminución de empleos para 80 mil a



134 mil personas que estaban vinculadas al sector turístico, sin contar aquellos que estaban relacionado externamente, tales como el comercio, ganadería, etc. En cuanto a la planta turística, se tenía entendido que dentro del país se han conformado un 90% de Mipymes (medianas y pequeñas empresas) las mismas que también se han visto caídas, al menos el 80% de ellas, principalmente aquellas que se dedicaban al sector de servicios como operación turística, restaurantes, guías turísticos, alojamientos y eventos (Univesidad Técnica Particular de Loja, 2020).

Ante esta gran contracción turística el viceministro de turismo, Ricardo Zambrano (2020) aseguró que “el sector turístico debe enfrentar cinco desafíos: la liquidez en el sector empresarial; mantener el empleo; generar confianza; recuperación y reactivación de las actividades”. Como formas de solución y emblandecer la situación el Ministerio de Turismo desarrolló campañas que promueven la reactivación a través de mensajes de sensibilización y promoción de destinos seguros y de calidad. Por medio de estas iniciativas también se busca realzar ciertas modalidades turísticas que en la normalidad han sido opacadas, de esta manera creando nuevas tendencias tales como el turismo rural, comunitario y accesible; que directamente también impulsará el desarrollo socioeconómico de las comunidades locales, enfatiza la gran biodiversidad que caracteriza al Ecuador, y sobre todo crea nuevos hábitos inclusivos (Ministerio de Turismo, 2020).

### ***1.1.1.3. Turismo Comunitario en Ecuador***

Ecuador es considerado como el país pionero en el inicio y desarrollo del turismo comunitario como un modelo de gestión, incluso a inicios de los años noventa The Ecotourism Society lo catalogó “líder del ecoturismo comunitario”. A partir de ello países de América Latina replicaron esta oferta (Garrido, 2018).

El origen del turismo comunitario en la historia del Ecuador tiene presencia en los años 80's como antecedentes de resistencias de comunidades indígenas en contra de petroleras y madereras (Solis, Turismo Comunitario en Ecuador, 2007). A partir de esto hasta la actualidad se han registrado en el territorio ecuatoriano 260 emprendimientos comunitarios de los cuales 130 se encuentran activos (Cabanilla, 2015 citado en Arellano, 2016).

De estos emprendimientos la comunidad Capiroña, ubicada en la provincia amazónica de Napo, cantón Tena, parroquia Puerto Napo, es considerada la pionera en ecoturismo y turismo comunitario, la misma que puso en marcha su proyecto en 1989, momento que da paso a otras a

consolidarse tales como Yunguilla, un claro ejemplo de desarrollo y economía sostenible y sin duda alguna la pionera en obtener una certificación en calidad. Con el propósito de consolidar una estructura democrática en el año 2002 se funda la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) como principal representante dentro de la Ley de Turismo (Solis & Ruiz, Turismo Comunitario en Ecuador, 2007).

La gestión comunitaria en el Ecuador ha sido una representación clara del desarrollo de pueblos locales como estrategia social, económica y cultural, y a partir de estos enfoques se exponen tres efectos tales como: mejora de la calidad de vida de las comunidades erradicando la pobreza y generando fuentes de empleo, mejora medioambiental como vinculación al turismo de naturaleza o ecoturismo, y como último punto la defensa de grupos étnicos (Solis, Turismo Comunitario en Ecuador, 2007).

#### **1.1.1.4.        *Calidad Turística***

La calidad turística es uno de los ámbitos complejos del sector ya que la aplicación de esta en los productos y servicios ya que siempre va a variar por ser un sector muy complejo por la gran cadena de servicios y modalidades turísticos, es por esto por lo que Boullón la define como “el conjunto de propiedades que permite apreciar una cosa o un servicio como igual, mejor o peor de sus semejantes” (2003).

Se describe al ámbito turístico para sus distintas aplicaciones de métodos y soluciones (Boullón, 2003, p.3):

- 1) Lograr la calidad en el campo del turismo no es fácil. Si bien cada servicio es un todo, en cada uno de ellos intervienen muchas personas y cosas. El problema de cada empresa se multiplica en los centros turísticos, que es donde se concentra la mayor cantidad de los servicios de esta especialidad. Por eso, conseguir la calidad a escala de todo un centro turístico es más difícil que hacerlo en cada una de las empresas que allí operan.
- 2) En la esfera privada lograr la calidad es responsabilidad de toda la organización y no sólo de aquellos que están en contacto con el cliente.
- 3) El empresario planifica, diseña y dirige los programas de calidad, sus empleados los ponen en práctica, pero el único que los juzga es el cliente.

La calidad se aplica pensando en la satisfacción del consumidor y motivación, además de ser un valor agregado del producto o servicio ya que aumenta el esfuerzo en su producción, estos estándares son establecidos según el análisis de los consumidores y su visión.

Dentro de la modalidad de turismo comunitario se ha detectado un gran listado de falencias empezando desde un análisis territorial estudios revelan un alto porcentaje de debilidad en los servicios básicos y servicios de apoyo por lo que para la misma comunidad es insatisfactorio este hecho (Vargas & et al., 2018). Y en cuanto a la actividad es evidente la falta de calidad, control y gestión por la escasa o nula formación de la comunidad permitiendo que la mayoría de las iniciativas sean promovidas por agentes exógenos. Es por tal motivo que hasta la actualidad los distintos Centro de Turismo Comunitario aún presentan descoordinación en la operación turística, en la oferta de sus servicios limitados y regulación de estos (Garrido, 2018).

A raíz de estas problemáticas aparece TourCert, una certificadora de calidad turística, que se ha encargado de asesorar y acompañar a empresas, destinos y comunidades turísticas en cada proceso implementando buenas prácticas sostenibles con el objetivo de aumentar la calidad (TourCert, 2021) a través de su propia norma técnica que cuenta como herramienta un CheckList completo de indicadores claves y criterios de diagnóstico (TourCert, 2019).

## **1.2.MARCO LEGAL**

Para la presente propuesta se ha tomado en cuenta el análisis previo de la normativa legal nacional existente que se relaciona con el turismo y la comunidad vinculada a esta actividad, con el propósito de tener una base legal de cómo llevar a cabo y fundamentar técnicamente el desarrollo del trabajo de titulación.

### ***1.2.1. Constitución de la República del Ecuador***

La Constitución de la República del Ecuador del 2008 es la primordial base legal jurídica en donde se encuentran derechos para todos, en los distintos artículos de esta herramienta se encuentran aquellos donde mencionan la protección y libertad de las comunidades del territorio nacional, entre estas se toman en cuenta:

Dentro del artículo 28 se menciona “el derecho de toda persona y comunidad a interactuar entre culturas y participar en una sociedad que aprende. El Estado promoverá al diálogo intercultural en sus múltiples dimensiones” (Asamblea Nacional, 2008, p. 16).

Continuando con el artículo 57 este menciona como “el Estado reconoce y garantiza a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas distintos derechos colectivos, tanto como personas, como agrupación social, y a la libertad y cuidado de sus tierras, cultura e identidad; velando estos derechos de manera equitativa sin discriminación alguna” (Asamblea Nacional, 2008, p.26).

Dentro del Capítulo Séptimo Derechos de la Naturaleza, artículo 74 habla de los derechos que tienen las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades para el beneficio de las riquezas naturales del ambiente que les permita un buen vivir.

En el Título VI Régimen de Desarrollo, dentro del artículo 275 se recalca nuevamente la importancia del “buen vivir como una libertad de toda persona, comunidades, pueblas y nacionalidades para el goce de sus derechos, y ejerzan responsabilidades en el marco de la interculturalidad, del respeto a sus diversidades, y de la convivencia armónica con la naturaleza” (Asamblea Nacional, 2008, p. 89).

Se ha tomado en cuenta también al artículo 329 donde reconoce los derechos al trabajo de las comunidades, pueblos y nacionalidades, donde el Estado adoptará e implementará medidas que eliminen discriminaciones que los afecten, además apoyará y reconocerá toda forma organizativa de trabajo y legitimará al acceso de empleo en igualdad de condiciones.

Como finalización de la revisión de esta herramienta jurídica se toma en cuenta al artículo 66 donde en el punto dos dentro de los derechos que se garantizan a todas las personas se encuentra la libertad del descanso y ocio que va vinculado a lo dicho también en el artículo 24 donde plantea que “las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre” (Asamblea Nacional, 2008, p. 16).

Se han tomado en cuenta los anteriores artículos en los que se mencionan derechos de las comunidades como ciudadanos ecuatorianos, que aplican al trabajo y al libre uso y cuidado del ambiente que se relacionan con el caso donde es la misma comunidad que ejerce la actividad turística con los recursos que cuentan a la mano en la naturaleza. Al igual que al ejercer esta labor y servicios se genera una libertad de disfrute de estas de todas las personas.

### ***1.2.2. Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización***

El COOTAD, como ley establecida por el Estado, cumple con la organización política-administrativa de cada nivel de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD), además de ser

una herramienta para la organización y planificación territorial promoviendo al mismo tiempo el desarrollo del territorio de manera equitativa, solidaria y sustentable, la integración y participación ciudadana, así como el desarrollo de la población social y económicamente (Asamblea Nacional, 2010, p. 5). De esta ley se han tomado algunos artículos que sirve de base al presente proyecto alineándose a su tema y fin:

En el artículo 54, literal g) menciona que los GAD Municipales deben cumplir con la función de “Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo” (Asamblea Nacional, 2010, p.27), mientras que el artículo 64 en el literal g) señala que los GAD Parroquiales Rurales cumplen con: “Fomentar la inversión y el desarrollo económico especialmente de la economía popular y solidaria, en sectores como la agricultura, ganadería, artesanía y turismo, entre otros, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados” (Asamblea Nacional, 2010).

### ***1.2.3. Ley de Turismo***

La Ley de Turismo se la elaboró con el propósito de crear una política legal que se encargue de la “promoción, desarrollo y regulación del sector turístico, vigilando al mismo tiempo las potestades del Estado y obligaciones y derechos de los prestadores y usuarios de servicios y productos turísticos” (Ministerio de Turismo , 2002, p. 1). Dentro de esta ley se encuentran artículos específicos que plantean como derecho de las comunidades a dedicarse y realizar actividades turísticas y que se alinean al proyecto presente:

El artículo 3, literal e) señala que como principio de la actividad turística está “La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afroecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos” (Ministerio de Turismo , 2002, p. 1), es decir es un derecho su involucramiento en el sector turístico.

En el artículo 4, literal a) en cambio como objetivos debe reconocer que la actividad turística puede ser de iniciática privada, comunitaria o de autogestión, y por parte del Estado fomentar la promoción de los productos turísticos competitivos (Ministerio de Turismo , 2002, p. 1).

El artículo 12 menciona que las comunidades locales organizadas y capacitadas que se involucren en la actividad turística, recibirán por parte del Ministerio de Turismo, todas las facilidades e impulso necesario para emprender estas actividades con igualdad de condiciones, por lo que no tendrán exclusividad de operación de prestación de servicios (Asamblea Nacional, 2002, p. 3).

El artículo 13 presenta al Consejo Consultivo de Turismo, como el principal asesor de la actividad turística a nivel nacional, de manera que estará integrado por varios miembros de organismos vinculados al sector, entre ellos se integrará a un representante de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) (Asamblea Nacional, 2002, p. 3).

#### ***1.2.4. Reglamento para los Centros de Turismo Comunitario***

El Mintur para el año 2009 consignó el Instructivo para Registro de Centros de Turismo Comunitario (Ctc) (Rodas & et al., 2015). Posterior a esto se crea el Reglamento de Centros de Turismo Comunitario como una herramienta legal para ejercer la normativa del funcionamiento de los Ctc y de tal manera apoyar a las comunidades en el desarrollo de la actividad turística mediante la capacitación y organización. Ha sido importante tomar en cuenta este reglamento en específico ya que el presente proyecto estará vinculado con el trabajo de un Ctc, por ello es importante conocer previamente la normativa de estos:

El artículo 4 expresa que “Los Centros de Turismo Comunitarios, Ctc deberán estar constituidos como personas jurídicas, debidamente reconocidas por la autoridad pública competente” (Ministerio de Turismo, 2010, p.2).

Dentro del Capítulo II, el artículo 5 establece como derecho el desarrollo de la actividad turística como competencia de la comunidad, y para ello deberán constar en el Registro en el Mintur, previamente a su funcionamiento; aun así si el establecimiento es de propiedad privada o familiar no involucradas a la actividad turística comunitaria, ya que de obligación deberán respetar las normas comunitarias en cuanto al aprovechamiento y gestión de atractivos turísticos (Ministerio de Turismo, 2010, p.2).

Continuando con el mismo capítulo se toma en cuenta también lo dicho en el artículo 6, que da el cargo al Mintur de “promover y fomentar el desarrollo de los centros de turismo comunitario para el mejoramiento de la calidad de vida de sus pobladores” (Ministerio de Turismo, 2010, p.2).

En cuanto al registro de los Ctc, el artículo 9 establece que se realizarán inspecciones a la comunidad por parte del Mintur, el cual verificará el cumplimiento de los requisitos necesarios de funcionamiento y de los criterios mínimos de calidad que serán presentados en un informe técnico (Ministerio de Turismo, 2010, p.3).

Finalmente, se hace énfasis en el tema de exclusividad de los recursos naturales, mencionados en el artículo 18, los cuales por derecho de domino serán únicamente utilizados y transformados en atractivos turísticos por la comunidad que cuente con título de propiedad o que sean de posesión ancestral, y sólo ellos mismo podrán dar permiso a la empresa privada de su ingreso y aprovechamiento (Ministerio de Turismo, 2010, p.4).

### **1.3.MARCO INSTITUCIONAL**

#### ***1.3.1. Código Ético Mundial del Turismo***

“El Código Ético Mundial para el Turismo fue adoptado por la resolución A/RES/406(XIII) de la decimotercera Asamblea General de la OMT (Santiago de Chile, 27 de diciembre - 1 de octubre de 1999) con el propósito de crear una herramienta que promueva un orden turístico mundial equitativo, responsable y sostenible, en beneficio mutuo de todos los sectores de la sociedad y en un entorno de economía internacional abierta y liberalizada” (Naciones Unidas y OMT, 1999).

Dentro de este código se encuentran 10 artículos que se especifican en varios sectores y actores de la actividad turística, por ende, se tomó en cuenta el siguiente, como base del presente proyecto:

Artículo 5. El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino: dentro de este se promueven 4 puntos importantes dentro del sector, tales como: las comunidades locales tendrán una participación equitativa para su beneficio, las políticas apoyarán y contribuirán al mejoramiento del nivel de vida de las comunidades locales, especial atención a zonas rurales y de naturaleza donde el turismo no se ha desarrollado de buena manera y llevar estudios de impacto en todo proyecto de desarrollo turístico dentro de medios naturales (Naciones Unidas y OMT, 1999, p.5).

#### ***1.3.2. Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030***

Las Naciones Unidas con el propósito de crear un plan de acción y herramienta de apoyo para las personas, el planeta, la paz mundial, la prosperidad y acceso a la justicia, en la Asamblea General

del 2015 propone el diseño de 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible con 169 metas que abarcan el entorno económico, social y ambiental.

Para relacionar estos objetivos al proyecto se tomó en cuenta el siguiente objetivo junto con su novena meta en relación con la actividad turística (Naciones Unidas, 2015):

- **Objetivo 8:** “Fomentar el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos”.

**8.9.** “De aquí a 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales”.

### ***1.3.3. Plan Nacional de Desarrollo 2021-2025***

La Constitución de la República del Ecuador (2008) expone que:

Art. 280.- El Plan Nacional de Desarrollo es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinar las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados. Su observancia será de carácter obligatorio para el sector público e indicativo para los demás sectores.

De acuerdo con lo expuesto dentro de este plan se tomó de referencia el objetivo 8 como base para el presente estudio, ya que desde iniciativas turísticas se busca fomentar el bienestar de la comunidad a través del aprovechamiento sostenible del patrimonio natural y social, implementar calidad y buenas prácticas en cada proceso y sobre todo ello conllevará a impulsar la bioeconomía y al desarrollo de la sociedad (Consejo Nacional de Planificación, 2021, p. 45-48):

**Objetivo N.8:** Generar nuevas oportunidades y bienestar para las zonas rurales, con énfasis en pueblos y nacionalidades.

#### **Política(s) y lineamientos estratégicos:**

**8.3** Desarrollar el sector turístico rural y comunitario a través de la revalorización de las culturas, saberes ancestrales y la conservación del patrimonio natural.

**E10.** Fomentar emprendimientos e iniciativas turísticas que permitan el aprovechamiento sostenible de la biodiversidad.



### ***1.3.4. Plan Nacional de Turismo 2030***

El Plan Nacional de Turismo 2030 (Plandetur 2030) es una herramienta que pretende formular lineamientos para impulsar el sector turístico que se basa en la ejecución de un modelo de gestión sostenible, accesible e inclusivo. Dentro de sus acciones se presentan cinco ejes que ayuden a las acciones de impulso, para este trabajo fue tomado el primer eje, Destinos y Calidad, que busca generar innovación y diversificación en la oferta y productos turística tomando en cuenta las ventajas competitivas, el nivel de calidad y la inversión en capital humano para el aprovechamiento de oportunidades de mercado (Ministerio de Turismo, 2020).

Se toma en cuenta también las políticas propuestas para la gestión:

Política 2: Fortalecer la gestión de los destinos a través de la coordinación interinstitucional entre los actores del sector público, privado, académico, asociativo y comunitario, sustentado en sistemas eficientes de gobernabilidad colaborativo y gestión descentralizada y desconcentrada (Ministerio de Turismo, 2020, p. 59).

## **1.4. MARCO CONCEPTUAL**

- **Calidad:** “Es el conjunto de propiedades que permite apreciar una cosa o un servicio como igual, mejor o peor de sus semejantes” (Boullón, 2008, p. 79).
- **Calidad Turística:** “La calidad es tanto un criterio como una forma de trabajar que responde al modo en que se concibe una gestión eficaz contemplando los efectos sociales, medioambientales y económicos de la actividad turística y cuya valoración viene dada en último término por la satisfacción de las necesidades, exigencias y expectativas del cliente respecto al producto y servicio” (Organización Mundial del Turismo, 2015).
- **Centros de Turismo Comunitario:** “Los Centro de Turismo Comunitarios son organizaciones comunitarias que promueven el desarrollo local en base a la actividad turística de manera equitativa, responsable y sostenible. Buscan también revalorizar desde la comunidad la identidad, costumbres, tradiciones, a través del intercambio cultural y de bienes, servicios turísticos y experiencias con los visitantes, mediante la oferta de servicios de calidad y mejora de las condiciones de vida de la misma comunidad. Los Ctc podrán brindar y realizar las siguientes actividades” (Ministerio de Turismo, 2010, p.1).
- **Comunidad:** “Es el conjunto de personas vinculadas por características o intereses comunes” (Real Academia Española, 2020) que “está estructurada de funcionamiento e implica una

organización y un marco de liderazgo y relaciones de poder, así mismo como de una fuerte adscripción territorial” (Solis, Turismo Comunitario en Ecuador, 2007).

- **Ecoturismo:** La OMT caracteriza al ecoturismo como la actividad que “Gira en torno a la naturaleza y la principal motivación de los turistas es la observación y la apreciación del entorno natural, así como de las culturas tradicionales prevalecientes en las zonas naturales”.
- **Planificación turística:** “Es el proceso racional u ordenado para alcanzar el crecimiento o el desarrollo turístico, que estudia al turismo desde una perspectiva sistémica, que le permita identificar los elementos que le son constitutivos y conducir su funcionalidad” (Osorio , 2006).
- **Servicios Turísticos:** “Servicio prestado por las empresas, instituciones y organismos relacionados con el turismo y los viajes a los clientes, consumidores o usuarios” (Sancho, 2011, p.69).
- **Turismo:** “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios” (Organización Mundial del Turismo, 2010).
- **Turismo comunitario:** “Es un modelo de gestión en el que la comunidad local aprovecha el patrimonio natural y/o cultural de la región en la que se asienta para desarrollar y ofrecer un servicio turístico caracterizado por la activa participación comunitaria en la planificación y ejecución de acciones conducentes a potenciar el desarrollo sostenible de la población mediante la reinversión de los beneficios derivados de la actividad turística” (Ministerio de Turismo, 2010, p.1).
- **Turismo sostenible:** “El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” (Organización Mundial del Turismo, 2015).
- **Marketing:** “Es un proceso social y administrativo mediante el cual los individuos y las organizaciones obtienen lo que necesitan y desean creando e intercambiando valor con otros” (Kotler, Marketing, 2012, p.5).
- **Marketing turístico:** “Es la ciencia y el arte de captar mantener y hacer crecer el número de clientes rentables aplicados al sector turístico” (Kotler, Marketing turístico, 2011, p.13).
- **Plan de marketing:** “Herramienta para documentar la forma en que se alcanzarán los objetivos de la organización mediante estrategias y tácticas de marketing específicas,

partiendo del cliente” (Kotler, Marketing, 2012, p.624).

- **Comercialización:** “Conjunto de funciones para poner el producto a disposición del mercado” (Kotler, Marketing turístico, 2011).
- **Canales de distribución:** “Un canal de distribución es un conjunto de organizaciones independientes involucradas en el proceso de hacer que un producto o servicio esté disponible para el consumidor o para otra empresa que actúe como cliente” (Kotler, 2011, p.417).

## **CAPÍTULO II**

### **ANÁLISIS SITUACIONAL**

#### **2.1. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA**

##### **2.1.1. Análisis Externo**

###### **2.1.1.1. Macroentorno**

La actividad turística se ha visto muy presente dentro del Distrito Metropolitano de Quito, por su potencial cultural y natural, generando 42.995 empleos directos y 193.478 empleos indirectos, incluso se estima que aporta un ingreso anual de divisas para la ciudad de aproximadamente 52 millones de dólares. Entre enero y diciembre del 2019 se registraron 684,390 visitantes no residentes que tuvo un aumento del 3% entre enero y febrero del 2020 (Quito Turismo, 2019).

El año 2019 ya había sido difícil para el sector turístico viéndose afectado por las protestas sociales ocurridas en octubre del mismo año, y aunque el 2020 se veía prometedor, finalizando el mes de febrero las llegadas internacionales cayeron en un 3.3% debido a la aparición del COVID-19 debido a lo cual la mayoría de los mercados emisores empezaron a cancelar sus viajes por el alto número de contagios (Quito Turismo, 2019). Fue tanto el impacto para el sector turístico que hubo una pérdida inmediata de más de 927 millones de dólares entre marzo 2020 hasta mayo 2021 (Ministerio de Turismo, 2019).

Poco a poco se ha ido reabriendo las puertas de establecimientos turísticos gracias a la implementación de varias estrategias de reactivación para el sector, tales como: “protocolos de bioseguridad, capacitaciones focalizadas, reestructuración de mercados prioritarios, tecnología y nuevas tendencias, campañas a nuevos actores, articulación empresarial, asistencia de recuperación de las empresas turísticas, seguridad turística y reconocimiento de calidad” (Quito Turismo, 2021), con esto se estima una recuperación de 32% en la llegada de turistas a la ciudad.

###### **2.1.1.2. Microentorno**

En la ciudad de Quito a 20 minutos desde el sur de la ciudad a las faldas del volcán Guagua Pinchincha se encuentra Lloa, una de las 33 parroquias rurales del Distrito Metropolitano de Quito y considerada la más extensa. Un valle de privilegiados paisajes y con una gran diversidad de pisos climáticos andinos que han permitido conjugar la cotidianidad de la producción agrícola,

ganadería, comercialización de leche y producción de derivados con la actividad turística posicionándose como un atractivo rural por ello se han creado establecimientos turísticos y ecológicos, zonas de recreación y descanso para recibir a turistas nacionales y extranjeros que llegan en búsqueda de aventura y un tiempo de conexión (Ministerio de Turismo, 2013).

A pesar de la llegada del COVID-19 no se vieron tan afectados ya que fue una de las zonas que menos contagiados registró, aunque esto no tranquilizó a la población ya que el comercio bajó y de las 6000 personas que llegaban de viernes a domingo antes de la pandemia ya sólo llegaban 4000 personas (Gobierno Autónomo Descentralizado Lloa, 2020). A raíz de la necesidad de mantener a flote los diferentes emprendimientos turísticos se han planteado algunas iniciativas para incentivar al turismo interno desde una oferta rural comunitaria con actividades de aventura y naturaleza (Quito Turismo , 2020).

## ***2.1.2. Análisis Interno***

### ***2.1.2.1. Breve Caracterización del CTC Cansacoto Ruta Chiriboga***

#### ***2.1.2.1.1. Reseña Histórica***

El “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” tuvo su constitución e inicios en el año 2012 como una organización turística conformada por 22 socios suscriptos inicialmente, quienes vieron por años devastarse a este territorio, ya que lamentablemente una de las principales actividades económicas de la zona, además de la agricultura, es la explotación maderera por lo que los mismos habitantes de la comunidad durante más de 4 décadas se han dedicado a la tala indiscriminada de bosque, incluso para abrir terrenos para la ganadería, a pesar de que no se han devastado grandes extensiones aun así es grande el impacto ambiental. A raíz de estas problemáticas surge la necesidad de preservar el ambiente y la naturaleza privilegiada de este territorio (Entrevista 001, 2021) “con el propósito de fortalecer el desarrollo integral de turismo comunitario, la operación turística y de representar a sus miembros en todas las instalaciones de participación del sector turístico” (Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga, 2012, art. 2).

La organización fue registrada en el sector de Guajalito como un trabajo mancomunado entre la población de San José de Alluriquin, parroquia rural de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, y la comunidad de Chiriboga. Mediante una Asamblea General entre todos los socios interesados en el proyecto, los cuales previamente fueron convocados por escrito, se realizó un

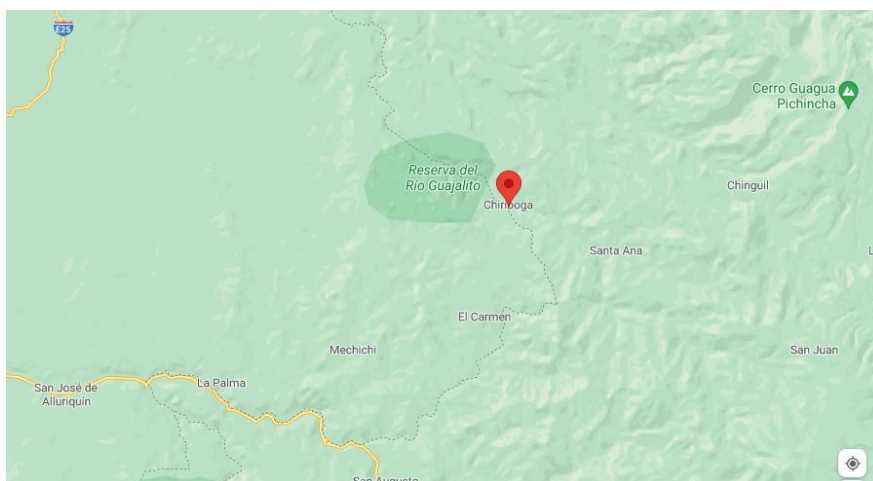
acta de constitución, donde se especificaba las actividades de la organización y los cargos de cada miembro, con la cual posteriormente se logró legalizar el registro del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” (Entrevista 001, 2021).

### **2.1.2.1.2. Localización**

El “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” se encuentra localizado dentro de la comunidad de Guajalito, en el km 55 de la Antigua vía a Santo Domingo de los Tsáchilas, en la parroquia San José de Alluriquín, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas (Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga, 2012, art. 3). Sin embargo, vale recalcar que el CTC a pesar de ubicarse en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, constituye a toda la Comunidad Ruta Chiriboga que también pertenece a la parroquia de Lloa, provincia de Pichincha. Para acceder a Chiriboga se puede tomar dos ingresos, el primero puede ser por el sur de Quito desde el barrio de Chillogallo dirigiéndose al barrio La Libertad de Chillogallo donde se debe tomar la vía a San Juan. O puede ser por la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas desde la parroquia de Alluriquin por el sector de la Palma.

### **Figura 1.**

*Mapa de ubicación geográfica del Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Chiriboga*



*Nota:* Tomado de Google Maps, por Google, 2020, (<https://www.google.com/maps/place/Ctc+-+Ruta+Chiriboga/@-0.2243803,-78.7801188,14.5z/data=!4m5!3m4!1s0x91d599b3c304d929:0x52677c0169d4c2f4!8m2!3d-0.2410836!4d-78.5218718>).

### 2.1.2.1.3. *Imagen Corporativa*

#### **Figura 2.**

*Imagotipo del Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Chiriboga*



*Nota:* Tomado de Reseña Histórica, por Página Web de “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”, 2020, (<https://rutachiriboga.com/resena-historica/>).

El imagotipo que utiliza el “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” como marca representa a un ave emblemática de la zona ya que habita específicamente en el Km 55 de esta ruta, esta lleva el nombre de Guajalito (*Pharomachrus Auriceps*), un quetzal que cautiva con sus llamativos colores desde su característica cabeza dorada, plumaje verde esmeralda en la parte superior del cuerpo, plumaje rojo en el pecho y abdomen con picos y patas de color amarillo, de su cuerpo sale una cola muy larga (Entrevista 001, 2021).

### 2.1.2.1.4. *Tipo de Servicios Ofertados (Capacidad Instalada)*

El “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” como una organización dedicada a la actividad turística está enfocada en 4 áreas de servicios que prestan a los turistas que llegan, entre estos: alojamiento, alimentación, guianza y operación turística.

En la siguiente tabla se especifica su oferta turística con su respectiva capacidad instalada y tipo de servicio.

#### **Tabla 1.**

*Descripción de los servicios ofertados por el “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”*

<b>Tipo de servicio</b>	<b>Especificaciones</b>	<b>Capacidad instalada</b>
<b>Alojamiento</b>	Cuenta con 3 sitios de alojamiento y sus respectivos servicios básicos empezando desde un paradero perteneciente a la Señora Digna ubicado	Capacidad para 5 pax

	<p>en el sector de Guajalito que ofrece servicios de alojamiento, el segundo y tercero están ubicados en el sector de Chiriboga, propiedades de dos de los socios.</p> <p>Existen dos establecimientos de alojamiento en la bajada de la Ruta Chiriboga que no cuentan con tanta capacidad instalada para recibir grupos de turistas y otro en la zona de Guajalito que está en proceso de convenio con la organización, más sin embargo en un futuro serían potenciales socios.</p>	<p>Capacidad para 8 pax</p> <p>Capacidad para 18 pax</p>
<b>Alimentación</b>	<p>En el paradero de la Señora Digna se encuentra también un comedor que ofrece una gastronomía propia de la zona, platos a la carta, desayunos, almuerzos y cenas.</p>	<p>Capacidad para 10 pax</p>
<b>Guianza</b>	<p>Todos los tours y paquetes incluyen servicio de guianza turística ya que se trabaja con guías turísticos nativos que pertenecen a la comunidad.</p>	<p>Cada guía turístico puede realizar los recorridos con grupos de un máximo de 12 personas.</p>
<b>Operación turística</b>	<p>El “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” ofrece 4 paquetes turísticos que cada uno promociona diferentes rutas e incluye servicios complementarios (transporte, alimentación, alojamiento y guianza):</p> <p>Ruta de las cascadas (Biofilia en su máximo expresión): full day</p> <p>Trekking Lloa-Mindo (Caminar da vida): full day</p>	<p>Todos los tours deben contar con un mínimo de 8 personas y un máximo de 12 personas por grupo.</p>



---

La hojarasca aviturismo (Observación de aves): 2

días 1 noche

Guajalito-Chitua (Camping): 2 días 1 noche

---

*Nota:* Adaptado a “Datos internos de la organización del Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”, (Entrevista 001, 2021), Milton Nasimba.

## **2.1.2.2. Organización: Análisis de la Planeación Estratégica**

### **2.1.2.2.1. Visión**

El “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” se encuentra actualizando su visión.

### **2.1.2.2.2. Misión**

El “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” se encuentra actualizando su misión.

### **2.1.2.2.3. Objetivos**

Según los Estatutos del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” para su constitución legal se estableció como su principal propósito el siguiente:

“Fortalecer el desarrollo integral de turismo comunitario, la operación turística y de representar a sus miembros en todas las instancias de participación del sector turístico” (Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga, 2012).

Se establecieron varios objetivos principales que se detallarán a continuación descritos también en los Estatutos por (Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga, 2012):

- a)** Impulsar el desarrollo de la actividad turística comunitaria, especialmente en las clases de turismo como: agroturismo, turismo de aventura, turismo educativo, turismo de ornitología, turismo comunitario, turismo de recreación y ocio familiar, turismo artesanal y cultural, patrimonio e historia, turismo científico y ambiental, medicina ancestral, propendiendo al desarrollo comunitario, y además actividades que sean conexas como: hospedaje, guías, gastronomía y transporte teniendo la capacidad legal para celebrar actos y contratos con entidades gubernamentales y con otras de carácter privada para el logro de sus objetivos.

Fortalecer la unidad y la identidad cultural de los miembros de la comunidad de Guajalito, como parte integrante de la Ruta Chiriboga;

- b)** Promover, fortalecer e integrar a la actividad turística en todas las instancias de participación del sector turístico y complementar sus actividades en el marco de los derechos constitucionales del buen vivir mediante una gestión participativa, transparente y eficiente.
- c)** Fomentar, auspiciar y ejecutar proyectos, programas y actividades, dirigidos al desarrollo comunitario y en especial, los que se refieren a la actividad turística y al impulso del desarrollo de la economía de la comunidad y de la Ruta Chiriboga;
- d)** Realizar y ejecutar proyectos de investigación y elaboración de productos turísticos que beneficien a los socios;
- e)** Organizar cursos de capacitación técnica y formación profesional en las distintas áreas y niveles según las necesidades y requerimientos de los miembros de la comunidad;
- f)** Fortalecer en la comercialización de productos turísticos a nivel nacional e internacional;
- g)** Generar alianzas estratégicas para la promoción, difusión y comercialización de la actividad turística.
- h)** Crear un centro base de operación y administración del centro de turismo comunitario en donde la organización ejerza sus actividades;
- i)** Lograr apoyo técnico, financiero y científico de organismos nacionales o internacionales, públicos y/o privados, para ejecutar programas y proyectos de desarrollo integral con el turismo;
- j)** Fortalecer la unidad y la identidad cultural de los miembros de la comunidad como parte integrante de la Ruta Chiriboga;
- k)** Impulsar sistemas de economías propias, solidarios y comunitarios que garanticen las condiciones de vida de sus miembros para alcanzar el Sumak Kawsay;
- l)** Cuidar y proteger la Pachamama, el medio ambiente y la biodiversidad a fin de lograr una vida sana y ecológicamente equilibrada, que garantice un desarrollo sustentable;
- m)** Velar por la seguridad, paz y armonía; en caso de existir conflictos conocer y resolverlos; y,
- n)** Otras atribuciones establecidas en la Constitución, leyes, el Estatuto o el derecho propio o consuetudinario.

#### 2.1.2.2.4. *Políticas de Calidad*

El “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” no cuenta con políticas de calidad en sus procesos y servicios.

#### 2.1.2.2.5. *Valores y Principios Empresariales*

El “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” no cuenta con valores definidos ni principios empresariales.

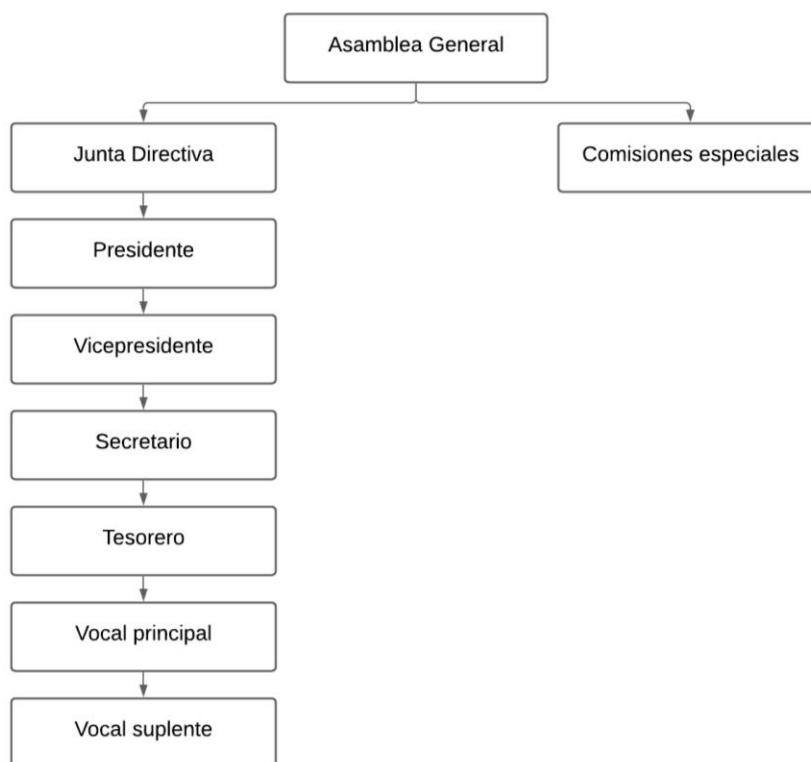
#### 2.1.2.2.6. *Organigrama*

##### a. Organigrama Estructural

La siguiente figura trata del organigrama estructural del Ctc que fue elaborado en base a la información encontrada en los Estatutos de Constitución donde se presentan a los socios que conforman legalmente su estructura organizativa.

#### Figura 3.

Organigrama estructural “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”



*Nota:* Tomado de los Estatutos de Constitución, por “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”, 2012.

## b. Organigrama Funcional

Dentro de los Estatutos de constitución del Ctc no se encuentra algún organigrama funcional; sin embargo, en la siguiente tabla se especificará las actividades y funciones de los miembros principales: Asamblea General, Junta Directiva y presidente de que han sido especificados dentro del documento de Estatutos de Constitución 2012 del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”.

**Tabla 2.**

*Descripción de funciones de Directiva de “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”*

<b>Cargo</b>	<b>Funciones</b>
<b>Asamblea General</b>	<p>Designar al Directorio, por un periodo de 2 (DOS) años en sus funciones pudiendo ser reelegidos después de un periodo;</p> <p>Fijar la política general del Centro Turístico Comunitario y emitir las declaraciones, resoluciones, disposiciones y normas tendientes al mejor y cabal cumplimiento de los fines, objetivos y deberes de esta;</p> <p>Cumplir y hacer cumplir el Estatuto y velar por el progreso y desarrollo del Centro Turístico Comunitario</p> <p>Conocer y resolver sobre el informe que le presente el Directorio del Centro de Turismo Comunitario;</p> <p>Sancionar con expulsión a sus socios;</p> <p>Autorizar la compra, enajenación o permuta de bienes del Centro de Turismo Comunitario, así como préstamos a la misma;</p> <p>Resolver sobre la modificación del Estatuto</p>
<b>Junta Directiva</b>	<p>Cumplir y hacer cumplir el Estatuto y las resoluciones de la Asamblea General;</p>

---

Aprobar el presupuesto anual previamente elaborado;

Aprobar los informes trimestrales de gestión del personal y comisiones si las hubiere;

Autorizar al presidente la suscripción de actos y contratos cuyas obligaciones impliquen inversiones o desembolsos a cargo del Centro de Turismo Comunitario superiores a cinco remuneraciones básicas unificadas,

Aplicar las sanciones a los socios

Conocer y aprobar los reglamentos, instructivos y demás normas que considere necesarias para el cabal cumplimiento de los objetivos del Centro de Turismo Comunitario; entre ellos el Reglamento Interno; y,

---

**Presidente**

Representar legalmente al Centro de Turismo Comunitario;

Presidir las Asambleas Generales;

Concurrir a todo acto y contrato en representación del Centro Turístico Comunitario;

Organizar y coordinar todas las actividades operativas y administrativas del Centro Turístico Comunitario;

Autorizar con su firma, todos los gastos del Centro Turístico Comunitario, no mayor a cinco remuneraciones básicas unificadas del trabajador en general, y para gastos y desembolsos superiores, dada la cuantía requerirá autorización previa del Directorio;

---

---

Nombrar al personal de apoyo de conformidad con el presupuesto anual y distributivo de personal, aprobado por el Directorio;

Presentar al Directorio el presupuesto anual y distributivo, y orgánico funcional para su conocimiento y aprobación; en el orgánico funcional se establecerán los requisitos técnicos del personal que prestara servicios en el Centro Turístico Comunitario;

El manejo administrativo y financiero del Centro Turístico Comunitario;

Recibir, distribuir y despachar la correspondencia ordinaria del Centro Turístico Comunitario;

El presidente del Centro Turístico Comunitario tiene la obligación de enviar a la dirección de registro de su personería jurídica, el informe de actividades e informe económico, planes, programas y proyectos aprobados por la Asamblea General y de esta manera se justifica la vida activa del Centro Turístico Comunitario.

---

*Nota:* Adaptada a los Estatutos de Constitución, por “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”, 2012.

### **2.1.2.3. Producción: Análisis de Procesos**

A continuación, serán mencionados las distintas áreas de servicios de la organización, las mismas que son parte de la operación turística y serán tomadas en cuenta para definir el proceso de prestación de servicios de acuerdo con cada una de sus etapas.

### 2.1.2.3.1. *Áreas de Servicios*

El “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” ofrece los siguientes servicios (Entrevista 002, 2021):

**Alojamiento:** El huésped se puede alojar en uno de los 3 sitios de hospedaje pertenecientes a socios del Ctc que cuenta con sus distintas acomodaciones y habitaciones con infraestructuras acordes al ambiente.

**Alimentación:** Cuentan disponible un solo comedor comunitario donde se ofrece al cliente platillos a la carta, desayunos y almuerzos que son preparados con los productos de la zona.

**Guianza:** se ofrece el servicio de guianza a cargo de los distintos guías turísticos locales capacitados que habitan en la misma comunidad y conocen la zona, y acompañan a los grupos en todas las rutas.

**Operación turística:** se realizan visitas guiadas en las 4 rutas turísticas que ofrece el Ctc con sus distintas temáticas y atractivos. Durante todas las rutas se observa la flora y fauna de la zona.

### 2.1.2.3.2. *Etapas de Prestación de Servicios*

En la siguiente tabla se detallará el proceso del proceso de prestación de servicios de la organización desde el contacto con los futuros clientes hasta el cierre del servicio (Entrevista 002, 2021).

**Tabla 3.**

*Descripción de las etapas de prestación de servicios*

<b>Etapas</b>	<b>Lista de acciones</b>
<b>Búsqueda de información</b>	El cliente conoce sobre el Ctc por medio de la búsqueda de información en internet, dentro de las páginas oficiales del Ctc y de Turismo Lloa en Facebook y la página web. Si son clientes frecuentes adquieren información por medio infografías de promoción de los productos y servicios enviadas por WhatsApp.

<b>Toma de decisión</b>	<p>El cliente una vez recibido la información, por cualquier medio, de las distintas ofertas y detalles de los servicios selecciona la ruta turística de interés, se contacta con los números establecidos del Ctc, consulta precios, definen el día de salida y se inscribe por medio del link de registro enviado por WhatsApp o por medio de la página web. Con el registro realiza el pago por transferencia o depósito.</p> <p>Dos días previos al viaje se confirma la asistencia de todos los turistas.</p>
<b>Prestación de servicio</b>	<p>El día del viaje una vez confirmada las asistencias y hora son turistas son recogidos en el punto acordado.</p> <p>El tour inicia con la bienvenida y se comunica al grupo las normas e indicaciones importantes del viaje, consecuentemente se da inicio de las respectivas actividades planificadas.</p> <p>Durante el viaje tienen el tiempo de alimentación y al final del día se instalan en el lugar de alojamiento.</p>
<b>Cierre o salida</b>	<p>Una vez culminado el tour y sus actividades planificadas los turistas son trasladados al punto de inicio.</p>

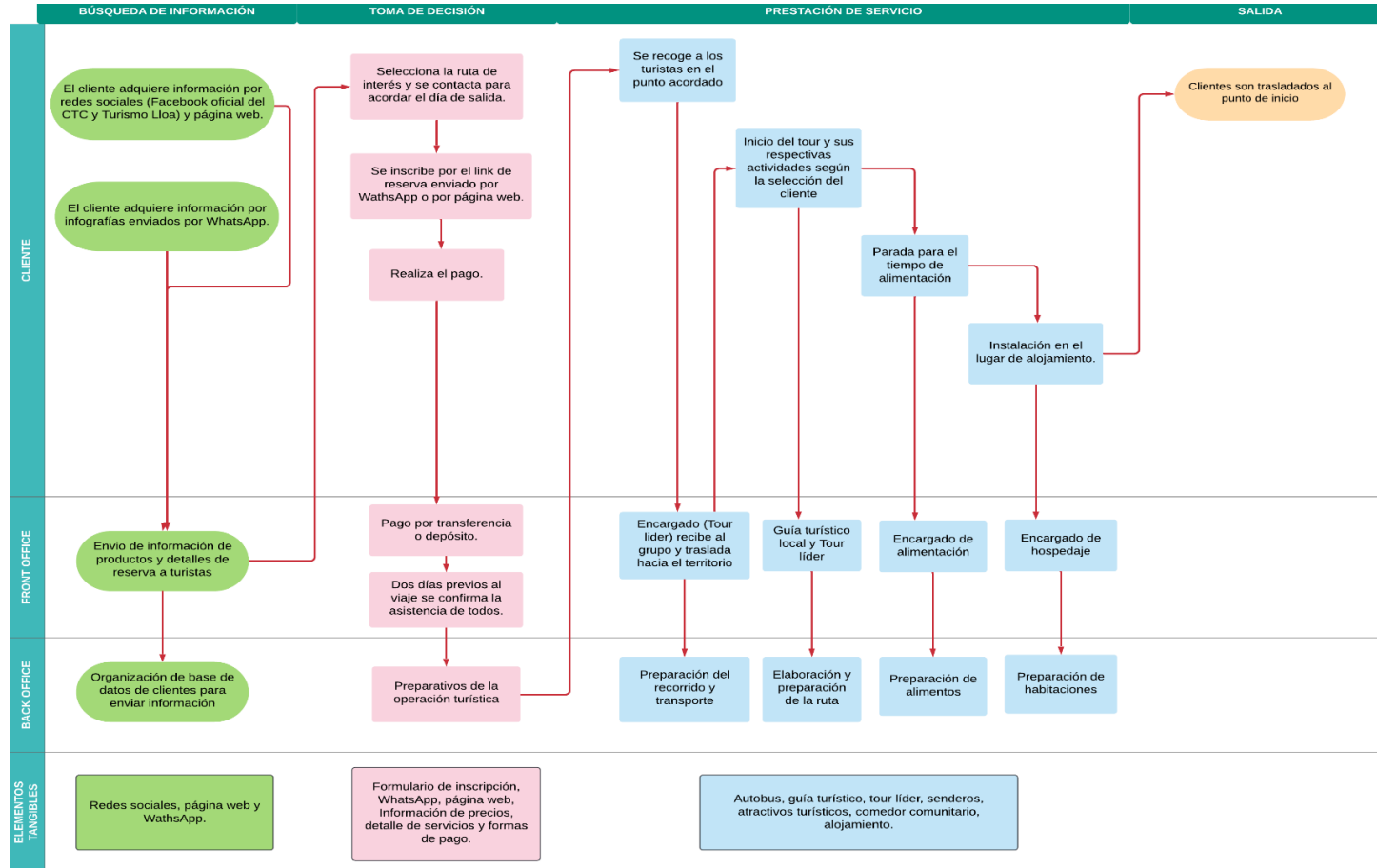
*Nota:* Adaptado a “Análisis interno y procesos del Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”, (Entrevista 002, 2021), Milton Nasimba.



2.1.2.3.3. *Desarrollo de Mapa de Procesos (Blueprint)*

**Figura 4.**

Mapa de procesos del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”



Nota: Adaptado a “Análisis interno y procesos del Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”, (Entrevista 002, 2021), Milton Nasimba.

#### 2.1.2.3.4. *Identificación de Puntos Críticos*

En la siguiente tabla se presentan los errores identificados en cada una de las etapas de prestación de servicios del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”, por lo que se propone a continuación posibles soluciones a las posibles causas que se supone generan puntos críticos a cada proceso interno.

**Tabla 4.**

*Identificación de puntos críticos de las etapas de servicios del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”*

<b>Etapas de servicio</b>	<b>Error</b>	<b>Posible error</b>	<b>Posible solución</b>
<b>Búsqueda de información</b>	No se actualiza información en redes sociales.	No hay un encargado ni planificación del manejo de redes sociales.	Capacitación a una persona de este Ctc para su manejo y creación de un plan de contenidos.
	No existe material audiovisual y fotográfico de calidad.	No hay un encargado ni planificación para generar contenido visual.	Encargar a una persona del Ctc capacitada con un dispositivo apto disponible. Alianza con creadores de contenido bajo estrategias de canje.
	No existen suficientes reacciones, interacciones ni recomendaciones en las redes sociales.	No utilizan estrategias de interacción y acercamiento con los seguidores para generar reacciones y reseñas.	Creación de contenido interactivo y llamativo tales como historias y publicaciones que generen reacciones

			(quiz, fotografías incógnitas, etc.)
	Desorganización de información en página web.	No hay un encargado ni planificación para la actualización de la página web.	Capacitación a una persona de este Ctc para su manejo y actualización.
	No cuentan con un perfil en alguna OTA (TripAdvisor, Trivago, etc.)	No existe interés ni conocimiento de estas plataformas por parte de los que integran el Ctc.	Presentación de los beneficios de estas plataformas y capacitación a una persona de este Ctc para su manejo.
	No cuentan con un número de contacto empresarial exclusivo del Ctc.	No existe un centro de manejo de la organización ni una persona exclusiva encargada del manejo y recepción de los contactos.	Designar una persona exclusiva
<b>Toma de decisión</b>	No existe una persona interna del Ctc que se encargue de las reservas.	Desorganización entre los socios.	Encargar a una persona exclusiva interna del Ctc para organizar y confirmar reservas.
	La cuenta bancaria para los pagos está a nombre del presidente como cuenta personal.	Desorganización entre los socios del Ctc en cuanto a los ingresos y finanzas del Ctc.	Creación de una cuenta bancaria a nombre del Ctc o del tesorero encargado.

	No todos los prestadores de servicios del Ctc (alojamiento, alimentación y guianza) están disponibles.	No cuentan con capacitaciones para recibir turistas, capacidad instalada o interés en participar en el tour.	Generar incentivos a los prestadores de servicios y brindar capacitaciones técnicas cierto tiempo.
<b>Prestación de servicio</b>	No cuentan con una carta de descargo de responsabilidad para cada viaje.	Falta de organización técnica y profesional de un tour y lo que conlleva trabajar con grupo de turistas en rutas de aventura.	Creación de una carta de descargo de responsabilidad donde se especifique los detalles de la ruta y el compromiso de ambas partes: la empresa y el participante. Las dos partes deben firmar al inicio del viaje.

	No cuentan con un plan de contingencia para casos de emergencia o situaciones de riesgo	Falta de organización técnica y profesional de un tour y lo que conlleva trabajar con grupo de turistas en rutas de aventura.	Creación de un plan de contingencia en donde se especifique cada situación que se pueda presentar durante el viaje y que se debe hacer, en cualquier caso. Ambas partes deben informarse del plan y firmar al inicio del viaje.
	No cumplen con los tiempos preestablecidos dentro de itinerario del tour	Falta de organización técnica y profesional de un tour.	Capacitar al guía turístico local con el manejo de los tiempos, actividades, información de la ruta e imprevistos.
<b>Salida</b>	No se realiza un feedback al finalizar cada tour.	Falta de organización técnica y profesional de un tour.	Creación de una encuesta de satisfacción que se entregará al finalizar de cada tour para conocer la opinión de los turistas sobre la experiencia.

*Nota:* Elaboración propia

## 2.1.2.4. *Financiero: Análisis de Ingresos y Gastos*

### 2.1.2.4.1. *Principales Ingresos*

El “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” tiene como principales ingresos los valores de cada tour que ofertan, los cuales se obtuvieron de la página web oficial de la organización, ya que esta información no fue facilitada por las personas encargadas del área.

**Tabla 5.**

*Costos de paquetes y servicios de la organización*

<b>Paquete</b>	<b>Costo</b>
Ruta de las cascadas (Biofilia en su máximo expresión): full day	
Transporte	US\$23,00
Guías	
Plato fuerte	
Trekking Lloa-Mindo (Caminar da vida): full day	
Transporte	US\$49,00
Guía	
Box lunch	
La hojarasca aviturismo (Observación de aves): 2 días 1 noche	
Transporte	US\$46,00
Guía	
Cena-desayuno-almuerzo	
Guajalito-Chittoa (Camping): 2 días 1 noche	
Transporte	US\$56,00
Guía	
Cena-desayuno-almuerzo	

*Nota:* Adaptado de “Tours y Paquetes (Promoción)”, por (Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga, 2021).

Es importante enfatizar que cada año el Ctc también realiza, como muchas de las comunidades y territorios de la zona, el conocido “October Big Day” en el cual recorren 3 rutas: Chiriboga, Guajalito y Palmeras. Este tradicional tour anual lo ofertan por un costo de \$35,00 USD que incluyen transporte, alimentación y hospedaje.

Ya que no cuentan con una contabilidad del número de turistas que reciben ni de los tours que realizan en el año los siguientes datos son un estimado que se tomó a través de las ofertas de sus cuentas oficiales en redes sociales.

Teniendo un estimado la venta de 8 tours en el año 2021 distribuidos respectivamente 3 tours a la “Ruta La hojarasca aviturismo”, 2 tours a la “Ruta Trekking Lloa-Mindo”, 1 tour a la “Ruta de las cascadas” y 2 tours a la “Ruta Guajalito-Chitota”, el Ctc tuvo como ingreso anual en el 2021 un estimado de \$4.452 USD.

#### **2.1.2.4.2. Principales Gastos**

Al igual que los costos e ingresos no se obtuvo datos de los gastos de la organización ni un estimado de los mismos ya que el Ctc maneja estos datos internamente y no pueden ser divulgados.

#### **2.1.2.4.3. Ocupación Promedio**

La tasa de ocupación promedio se calcula en base al número de turistas recibidos y los costos de los tours vendidos. Por lo tanto, teniendo en cuenta en un estimado que al año se realizan 8 tours cada uno con un mínimo de 12 pax, se calcula que el Ctc recibe un estimado de 96 turistas por año.

#### **2.1.2.4.4. Rentabilidad**

A causa de la falta de información de los gastos y de los ingresos reales al año no se pudo realizar la valoración de la rentabilidad del Ctc por lo tanto no se puede verificar si cuenta con una economía sostenible y si la organización es rentable a largo plazo para la comunidad.

Además, es necesario mencionar que el Ctc no cuenta con un plan de redistribución y gastos, y mucho menos lleva un sistema contable ya que últimamente no han estado generando un capital fijo para la sostenibilidad de la organización, únicamente han acordado verbalmente entre los socios una repartición en porcentajes de las ganancias netas de las cuales el 20% va dirigido al Centro de Turismo Comunitario. Trabajan bajo un mecanismo de pago al instante, es decir durante el viaje se hacen los pagos a los establecimientos de servicios o incluso en el caso de la alimentación se llevan los insumos para su preparación (Entrevista 001, 2021).

Vale recalcar que en la actualidad dentro del sistema del SRI<sup>3</sup> se encuentran en suspensión temporal por falta de pagos a la institución (Entrevista 002, 2021).

---

<sup>3</sup> SRI: Servicio de Rentas Internas

### **2.1.2.5. *Marketing: Análisis de Estrategias Comerciales, Perfil del Cliente, Nivel de Satisfacción y Competencia***

#### **2.1.2.5.1. *Análisis de las Estrategias Comerciales***

El “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” ha utilizado el internet como su principal fuente de comercialización a través de estrategias de marketing, tales como el marketing digital y marketing de contenidos ya que hace uso de plataformas como redes sociales y su propia página web. Dentro de sus cuentas tanto en Facebook como en Instagram publica infografías, fotografías y videos de sus distintas rutas como forma de promoción directa con sus posibles clientes al igual que en su página web en donde brinda información de las distintas rutas turísticas que comercializa.

Su comercialización es totalmente directa y propia de la organización a través de las anteriores plataformas mencionadas, ya que no cuenta con intermediarios o contactos aliados para esta función (Entrevista 003, 2021).

#### **2.1.2.5.2. *Análisis de la Ventaja Competitiva***

##### **a. *Ventaja Competitiva***

El “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” se caracteriza principalmente por su ubicación que sin duda es su mayor ventaja competitiva, al encontrarse en una de las zonas más importantes para la historia del Ecuador ya que la Ruta Chiriboga fue la primera vía que conectaba la Sierra con la Costa ecuatoriana por lo que ahora es conocida como la antigua vía a Santo Domingo que funcionó por 21 años, es un sector también considerado importante por la presencia del pueblo Yumbo quienes se habían asentado aquí (Pila, 2015). Como otra de sus ventajas se encuentra el factor ambiental, ya que cuenta un privilegiado ecosistema, un tema de interés que fue el principal motivo para la creación de la esta organización siendo la única que vela por el turismo comunitario en el sector de Chiriboga, por tal razón es el único “Centro de Turismo Comunitario” que se encarga de comercializar sus distintas rutas turísticas especializándose en la emblemática ruta Lloa – Mindo (Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta, 2021).

##### **b. *Competidores Directos***

Dentro de los competidores directos tenemos al Centro de Turismo Comunitario de Yunguilla, ubicado en una zona de bosque nublado al noroccidente de Quito en la parroquia de Calacalí (Centro de Turismo Comunitario Yunguilla , 2016), este proyecto nace por iniciativa de sus



aproximadamente 200 habitantes como un proyecto de conservación ambiental fundada oficialmente como una sociedad comunitaria en el año 2000. Iniciaron con actividades enfocadas más al territorio, tales como el “cultivo de hortalizas orgánicas, artesanías, viveros de árboles, fábrica de queso y la producción de mermeladas gracias al apoyo de varias ONG” (Tourcert, Yunguilla en Ecuador se hace la primer comunidad certificada, 2019). Posteriormente implementaron a su oferta turística su gastronomía, alojamiento comunitario y excursiones por sus primeros senderos que permiten visualizar la vida rural (Tourcert, Yunguilla en Ecuador se hace la primer comunidad certificada, 2019).

Yunguilla es la primera comunidad certificada en calidad turística en el Ecuador y se ha convertido en un ejemplo de sostenibilidad ya que gracias a los programas de educación ambiental y turismo comunitario le dan otra filosofía a esta actividad que se ha convertido en una de las principales fuente de ingresos y empleo para sus habitantes y a la par cumple con los objetivos de conservación ambiental y cultural (Tourcert, Yunguilla en Ecuador se hace la primer comunidad certificada, 2019).

El Centro de Turismo Comunitario Sinchi Warmi, considerada también como competencia directa, se encuentra ubicada en la parroquia de Misahualli, cantón Tena, en la provincia del Napo localizada en la Amazonía ecuatoriana. Es un destacado proyecto que inició en el 2009 como el reflejo de la fortaleza de un grupo de mujeres kichwas visionarias que decidieron emprender en la actividad turística a través de prácticas amigables con el ambiente desarrollando proyectos de sostenibilidad como reducción del consumo de energía, realizan una operación turística a través de experiencias únicas, aplican responsabilidad social corporativa a sus procesos junto a una gestión socio-cultural y ambiental efectiva (Ministerio de Turismo , 2013).

Esta asociación de mujeres kichwas vieron al turismo como una oportunidad de trabajo y revitalización cultural de modo que aprovecharon su ubicación entre una exuberante flora y fauna de la Amazonía para ofrecer servicios de hospedaje, gastronomía tradicional, piscina natural de agua dulce, jardines, senderos, voluntario, servicios culturales y tratamiento de chocolaterapia. Sinchi Warmi cuenta con la acreditación del Ministerio de Turismo y es una de las comunidades del Ecuador que ha sido certificada por Tourcert (Tourcert, Sinchi Warmi, 2019).

El “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” al igual que las anteriores organizaciones comunitarias mencionadas nace con bases en la sostenibilidad y maneja filosofías similares; sin embargo, se recalca que el valor diferenciador es su ubicación geográfica y la importancia de su territorio históricamente por esta razón podría aprovechar

esto como una ventaja competitiva y diseñar productos diferenciadores con un nicho de mercado aún no cubierto en esta zona.




### c. *Matriz Comparativa*

A continuación, se presenta una matriz comparativa entre el “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” y sus dos principales competencias en base a distintos criterios mandatorios enfocados en la sostenibilidad y calidad comunitaria turística que son adaptados a la lista de chequeo de Tourcert para la certificación de turismo comunitario.

La comparación se realiza en base a la identificación de debilidades (D) y fortalezas (F) en cada criterio mandatorio de los tres competidores evaluados.

**Tabla 6.**

*Matriz comparativa*

	<b>Ctc Sinchi Warmi</b>	<b>Ctc Yunguilla</b>	<b>Ctc Cansacoto-Ruta Chiriboga</b>	<b>Conclusión</b>
<b>Representación visual de la marca</b>				
<b>Criterios mandatorios</b>				
El emprendimiento turístico comunitario cuenta con una estructura base de organización comunitaria y gestión, un Plan de Vida Mandatorio, cuenta con políticas elaboradas participativamente y reglamento interno.	D	F	D	Característica común negativa
Cuenta con un procedimiento de redistribución equitativa de recursos y beneficios al igual que un programa	F	F	D	Característica común negativa

de reinversión de excedentes en proyectos locales.				
Cuenta con la documentación necesaria para su efectiva operación y prestación de servicios por parte de su personal certificado.	D	D	D	Característica común negativa/oportunidad
Cuenta con un plan de contingencia, pólizas de responsabilidad civil e implementos para deporte de aventura estandarizados.	F	F	D	Característica común negativa
<b>Gobernabilidad y fortalecimiento socio organizativo</b>				
Cuenta con un modelo de gestión interno para el desarrollo de la actividad turística.	F	D	D	Característica común negativa
Cuenta con una autoridad máxima de la comunidad al igual que un Coordinador de Turismo.	F	F	F	Característica común positiva
Cuenta con información base que permite la medición del desempeño en base a indicadores de sostenibilidad.	F	D	D	Característica común negativa
Cuenta con mecanismos para promover la participación comunitaria al igual que un código de	F	F	F	Característica común positiva

---

conducta para la  
responsabilidad de cada  
miembro.

---

**Gestión de la calidad y fortalecimiento del negocio**

---

Cuentas con estados financieros aprobados por la autoridad competente.	D	F	D	Característica común negativa
--	---	---	---	-------------------------------

---

Lleva a cabo acciones y tareas de mercadeo y comercialización para el posicionamiento en el mercado.	F	F	D	Característica común negativa
--	---	---	---	-------------------------------

---

Implementa encuestas de satisfacción de los visitantes y su interacción con la comunidad.	F	F	D	Característica común negativa
---	---	---	---	-------------------------------

---

Cuenta con Procedimientos de Operación para la prestación de servicios e infraestructura turística.	F	F	D	Característica común negativa
---	---	---	---	-------------------------------

---

**Condiciones laborales de los colaboradores**

---

Promueve y ejecuta acciones para generar empleo de calidad para sus colaboradores y la comunidad.	F	D	D	Característica común negativa
---	---	---	---	-------------------------------

---

Cuenta con un programa de capacitación continua y certificación de participación de estos para sus colaboradores.	D	F	F	Característica común positiva
---	---	---	---	-------------------------------

---

Ofrece incentivos laborales y oportunidades en formación y empleo igualitario.	F	F	F	Característica común positiva
--	---	---	---	-------------------------------

---

**Economía solidaria y beneficios para la comunidad**

---

Fomenta el desarrollo sostenible o implementación de nuevos emprendimientos.	F	F	F	Característica común positiva
--	---	---	---	-------------------------------

Apoya de forma activa a la ejecución de eventos y actividades comunitarias que promueve el desarrollo sostenible en beneficio de la comunidad.	F	F	F	Característica común positiva
--	---	---	---	-------------------------------

Realiza sus compras a prestadores de servicios o emprendimientos locales que aplican los principios de comercio justo y prácticas amigables con el ambiente.	F	F	F	Característica común positiva
--	---	---	---	-------------------------------

---

**Defensa del territorio y ambiente**

---

Cuenta con un mecanismo que permite el seguimiento a los impactos negativos y positivos que genera la actividad turística al entorno natural.	F	F	D	Característica común negativa
---	---	---	---	-------------------------------

Implementa acciones que contribuyen a la	D	F	D	Característica común negativa
--	---	---	---	-------------------------------

---

conservación de la biodiversidad con programas de restauración de áreas naturales, recuperación de flora y fauna, mitigación del cambio climático, ahorro y uso eficaz de la energía y el agua, monitoreo de calidad de agua, gestión de aguas residuales y manejo de residuos y desechos sólidos.				
Propietarios del emprendimiento cuentan con sus tierras legalizadas y registradas ante la autoridad competente.	F	F	D	Característica común negativa
Mantiene inventariados y señalizados los servicios, atractivos y facilidades turísticas.	F	F	D	Característica común negativa
<b>Revitalización y valoración cultural</b>				
Fomenta la revitalización del idioma, tradiciones orales, vivencias, manifestaciones y representaciones de los conocimientos ancestrales.	F	F	D	Característica común negativa

Nota: Elaboración propia adaptado a “Valoración de la calidad del Ctc”, (Entrevista 004, 2022), Ramiro Albuja.

Se puede identificar en la tabla anterior que el Centro de Turismo Cansacoto Ruta Chiriboga necesita más atención y trabajar en implementar estrategias que le permitan mejorar interna como externamente ya que a pesar de cumplir 7 de los criterios como características comunes positiva frente a su competencia es mayor las características negativas recalando que ningún criterio cumple como ventaja competitiva.

A pesar de esto se evidencio un criterio como característica negativa/oportunidad, esto quiere decir que su competencia también tiene falencias en esta, pues los tres cuentan con la documentación necesaria para su efectiva operación y prestación de servicios desactualizado, por ende esto le da una ventaja ya que si logran una organización entre socios para la gestión de actualización y regulación legal interna sería una oportunidad para destacar de las otras organizaciones comunitarias como un Ctc confiable y de prestigio frente a sus clientes.

#### **2.1.2.5.3. Identificar el Perfil del Cliente**

Para la identificación del perfil del cliente del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” se realizó un sondeo de opinión, para el cual se aplicó una encuesta conformada por 16 preguntas cerradas, entre estas de información demográfica, conocimiento y percepción de la organización, las cuales fueron aplicadas a un grupo de turistas conformado por 5 personas que participaron en uno de los tours ofertados por la comunidad, en diciembre del 2021 cuando se levantó la información.

Es necesario especificar con énfasis que, debido a la pandemia, no se pudo valorar a más grupos ya que se imposibilita por la situación a realizar otros tours seguidamente por parte del Ctc.

#### **Tabla 7.**

*Identificación del perfil del cliente en base a resultados de la encuesta de satisfacción*

<b>Resultados y análisis de encuesta</b>		
<b>Opciones</b>	<b>Frecuencia/ Porcentaje</b>	<b>Análisis</b>
<b>1) Edad</b>		
20 - 29	4 (80%)	Del 100% de las personas que han
30 - 39	0 (0%)	visitado la Comunidad de Chiriboga
40 - 49	0 (0%)	junto con el Ctc son jóvenes de 20 a

50 - 59	0 (0%)	29 años, es decir su grupo son el 80% de los turistas.
60 - 65	1 (20%)	
Mayor de 65	0 (0%)	

## 2) Género

Femenino	2 (40%)	El 60% de los turistas son de género masculino siendo el grupo de mayor número ya que turistas de género femenino son el 40%. Sin embargo, vale recalcar que no es una variable muy alta por lo que existe un equilibrio de turistas de ambos géneros.
Masculino	3 (60%)	

## 3) Nacionalidad

Ecuatoriano	4 (80%)	Podemos identificar que el Ctc ha acogido en su mayoría a un 80% de turistas nacionales, es decir sus productos han sido receptados más por ecuatorianos, ya que la recepción de extranjeros es de un 20%.
Extranjero	1 (20%)	

## 4) Lugar de origen

Quito	4 (80%)	Al ser mayoría la recepción de turistas nacionales los mismo provienen en su mayoría el 80% de Quito. Se obtuvo únicamente el 20% turistas de ciudades extranjeras.
Medellín	1 (20%)	

## 5) Nivel de instrucción

Básico	0 (0%)	El 80% de los turistas tiene un título de tercer nivel siendo la mayoría mientras que un 20% es de cuarto nivel.
Bachillerato	0 (0%)	
Tercer Nivel	4 (80%)	
Cuarto Nivel	1 (20%)	
Técnico	0 (0%)	

## 6) Motivo de visita a la Comunidad de Chiriboga



Estudios	0 (0%)	En un gran porcentaje han tenido mayor elección negocios, turismo comunitario y vacaciones y ocio como motivos para viajar hacia la Comunidad de Chiriboga teniendo cada una un 40% de selección, mientras que obtuvo 20% las compras como motivación.
Negocios	2 (40%)	
Compras	1 (20%)	
Turismo Comunitario	2 (40%)	
Vacaciones y ocio	2 (40%)	

#### **7) Actividades que realiza durante su visita a la Comunidad de Chiriboga**

Visita a haciendas/fincas	4 (80%)	Se identifica que la Comunidad de Chiriboga es visitada principalmente con un 40% por visitar haciendas/fincas, también tiene buena recepción con un 60% cada una las actividades de caminata y visita a la comunidad, mientras que las actividades de aventura, avistamiento de aves y degustación de gastronomía tienen un interés del 40% cada una.
Visita a ríos y cascadas	0 (0%)	
Bici rutas	0 (0%)	
Visita a la comunidad	3 (60%)	
Actividades de aventura	2 (40%)	
Avistamiento de aves	2 (40%)	
Caminatas	3 (60%)	
Degustación de gastronomía	2 (40%)	

#### **8) Tiempo promedio de estadía en la Comunidad de Chiriboga**

1-2 días	2 (40%)	Los turistas que visitan a la Comunidad de Chiriboga establecen un tiempo promedio de estadía en su mayoría de un 40% respectivamente menos de un día o 1 a 2 días, mientras que el 20% prefieren una visita corta de 4 a 8 horas.
Menos de un día	2 (40%)	
De 4 a 8 horas	1 (20%)	

#### **9) Gasto promedio durante la visita a la Comunidad de Chiriboga**

\$20 - \$49	5 (100%)	El gasto promedio de los turistas es de \$20 a \$49 en su visita a la comunidad, siendo el 100% de esta elección.
\$50 - \$79	0 (0%)	
80 - \$99	0 (0%)	
Más de \$100	0 (0%)	

---

**10) ¿Con quién viaja frecuentemente?**


---

Familiares	0 (0%)	Generalmente el 80% de los turistas han viajado a la comunidad junto con su grupo de amigos, también prefieren en un 40% viajar con sus parejas y en un 20% sin compañía.
Amigos	4 (80%)	
Pareja	2 (40%)	
Solo	1 (20%)	

---

**11) ¿Con cuánta anticipación planifica su viaje a la Comunidad de Chiriboga?**


---

Un mes o menos	5 (100%)	El 100% de los turistas que visitan la Comunidad de Chiriboga planifican su viaje con un mes de anticipación o inclusive menos.
De 2 a 4 meses	0 (0%)	
Más de 5 meses	0 (0%)	
De 6 meses a 1 año	0 (0%)	
Más de 1 año	0 (0%)	

---

**12) ¿Ha realizado algún tour con anterioridad con el “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”?**


---

Si	1 (20%)	El 80% de los turistas por primera vez han visitado la comunidad de Chiriboga junto con el Ctc, mientras que el 20% ya conocen el territorio y han experimentado sus diferentes rutas.
No	4 (80%)	

---

**13) ¿Cómo se enteró del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”?**


---

Familiares, amigos, conocidos	5 (100%)	El 100% de los turistas han recibido información o se han enterado del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” a través de familiares, amigos o conocidos.
Internet (Redes sociales, anuncios, publicidad, artículos de periódico virtual, páginas especializadas en turismo)	0 (0%)	
Agencias de viajes	0 (0%)	
Folletos, revistas, libros de turismo	0 (0%)	
Eventos promocionales, publicidad, televisión	0 (0%)	

---

*Nota:* Elaboración propia adaptado a encuesta de satisfacción, 2021.

Finalmente, se ha identificado el perfil de los turistas que visitan a la comunidad de Chiriboga junto con el “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”, siendo estos jóvenes de entre 20 a 29 años de nacionalidad ecuatoriana, generalmente provenientes de Quito, son jóvenes con título universitario por lo tanto que tienen ingresos para viajar motivados por pasar vacaciones, experimentar el turismo comunitario o hacer negocios en la localidad. Cuando visitan la comunidad lo hacen generalmente con la intención de visitar las haciendas/fincas de la zona, visitar la comunidad o realizar caminatas en sus distintas rutas. Su estadía dura menos de un día o se extiende hasta únicamente 2 días es por tal razón que su gasto promedio por el corto tiempo de visita es de \$20 a \$49, se obtuvo que realizan su viaje en su mayoría en compañía de sus amigos o su pareja, planifican su viaje con un mes de anticipación o menos ya que como se identificó la mayoría provienen de la ciudad de Quito por lo tanto es un destino cercano que no necesita mucha planificación, vale recalcar que los turistas del territorio son de paso y llegaron a conocer sobre el Ctc de boca a oído por medio de sus familiares, amigos o conocidos.

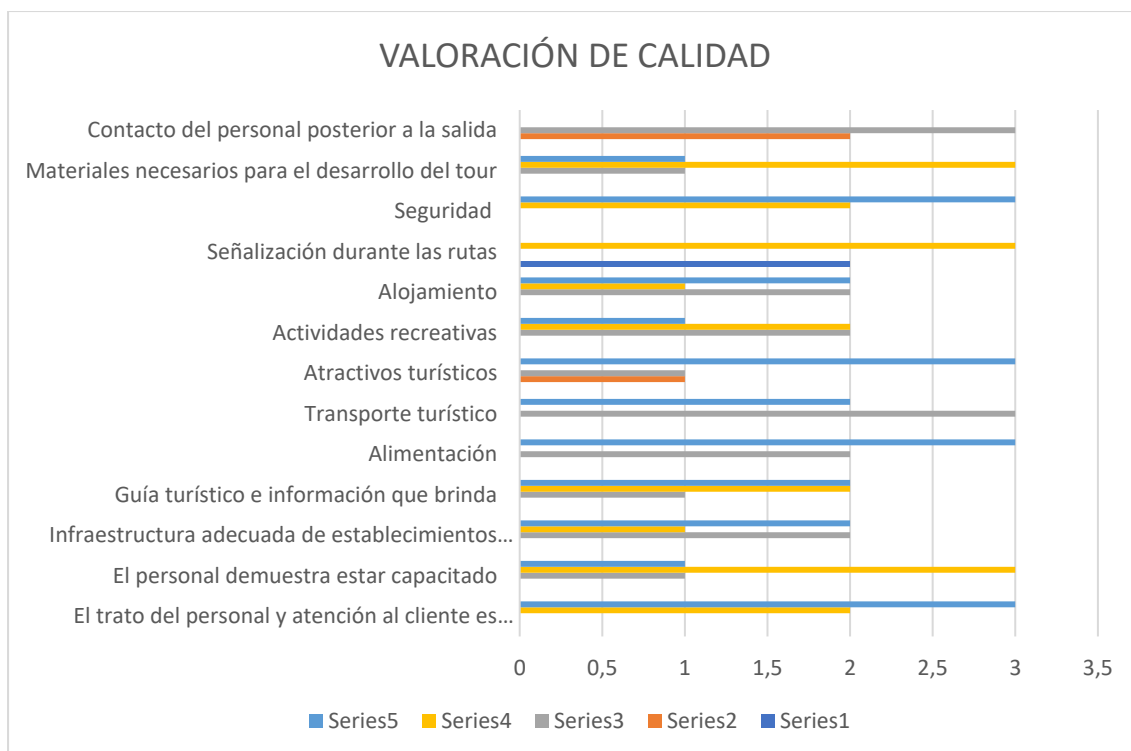
#### **2.1.2.5.4. Valoración del Nivel de Satisfacción**

Para identificar la valoración de calidad del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” se ha analizado la percepción de satisfacción que tienen los turistas encuestados a través de dos interrogantes clave que evalúan los criterios en base a los servicios de la organización en una escala del 1 al 5, siendo 5 muy satisfactorio y 1 muy insatisfecho.

**1) Valore los servicios recibidos por parte del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”, siendo 1 muy insatisfecho y 5 muy satisfecho**

#### **Figura 5.**

*Valoración de los servicios ofertados por el Ctc Cansacoto Ruta Chiriboga*



*Nota:* Elaboración propia adaptado a encuesta de satisfacción, 2021.

En la anterior tabla se detalla el nivel de satisfacción que los turistas percibieron en los distintos servicios que oferta el “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”, dando como resultados una calificación buena ya que la mayoría de las respuestas son los niveles 3, 4 y 5, de los cuales la mayoría calificó como muy satisfactorio el trato del personal, la alimentación, los atractivos turísticos y la seguridad del territorio. En un nivel 4 la mayoría calificó el personal capacitado, señalización durante las rutas y los materiales necesarios para el tour. Y en un nivel 3 destacaron en su mayoría el transporte turístico y contacto con los turistas posterior al viaje.

Sin embargo, también tuvieron una baja evaluación como muy insatisfecho la señalización durante las rutas y contacto posterior al viaje.

En base a estos resultados se podría llegar a la conclusión que, a pesar de mantener una percepción de buena calidad en la atención al cliente, la prestación de servicios aún no cuenta con procesos técnicos internos por ello es necesario aplicar mecanismos de mejora y mayor atención en varios aspectos para llegar a la excelencia en servicios.

## 2) ¿Recomendaría al “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”?

### Tabla 8.

*Nivel de recomendación del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”*

Opciones	Frecuencia/porcentaje
Si	5 (100%)
No	0 (0%)

*Nota:* Elaboración propia adaptado a encuesta de satisfacción, 2021.

En la anterior figura se puede observar que a pesar de las distintas falencias del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” ha generado una buena experiencia con mejores expectativas en consecuencia el 100% de los turistas recomiendan tomar un tour con la organización, este resultado muestra que, aunque sea mínima el Ctc muestra un cierto grado de calidad.

### **2.1.2.6. Posibilidad de Certificación**

#### **2.1.2.6.1. Identificación y Selección de la Norma**

Para el presente estudio se ha seleccionado la normativa y criterios de calidad del catálogo de turismo comunitario de TourCert, una certificadora que replica su proyecto y sede en Ecuador en el año 2015 (TourCert, TourCert Latina, 2015). Esta organización se dedica al asesoramiento y acompañamiento de empresas y destinos turísticos para la implementación de prácticas comerciales sostenibles y responsabilidad empresarial que son reconocidas bajo una certificación internacional que abarca toda la Cadena de Valor en el turismo (TourCert, ¿Por qué TourCert?, 2018).

TourCert busca adaptar el sector turístico al futuro de manera sostenible a través de asesorías y cursos de capacitación que permiten otorgar la certificación y sello TourCert y la cualificación de sostenibilidad TourCert Qualified (TourCert, ¿Por qué TourCert?, 2018). Por sus tantos beneficios de desarrollo el Mintur se ha aliado y ha promovido “el Programa de Certificación Internacional TourCert con el propósito de elevar los niveles de calidad en la prestación de servicios turísticos de distintas comunidades y operadores turísticos” (Mintur, 2016).

La normativa seleccionada va alineada al presente estudio ya que TourCert presenta un formato de auditoria con criterios adaptados a comunidades que se dedican al turismo en la que evalúa en 5 niveles el cumplimiento de buenas prácticas.

### 2.1.2.6.2. *Aplicación de la Norma (Lista de Chequeo)*





El análisis externo realizado al “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” se basó en el catálogo de criterios de turismo comunitario que Tourcert solicita como un principal requisito de cumplimiento para obtener su certificación, en el cual califica distintos criterios que engloban: la gobernabilidad y fortalecimiento socio organizativo, gestión de la calidad y fortalecimiento del negocio, condiciones laborales de los colaboradores, economía solidaria y beneficios para la comunidad, defensa del territorio y ambiente, y revitalización y valoración cultural.

Cada uno de estos criterios respectivamente hacen referencia a mecanismos para el fortalecimiento de la gestión interna, gestión de la organización, aplicación de indicadores de sostenibilidad, incentivos laborales, participación comunitaria, desarrollo de actividades sustentables, acciones que contribuyan a la conservación ambiental, seguimiento de impactos ambientales y revitalización cultural. Los mismo que son evaluados para medir el cumplimiento de cada indicador.

En la siguiente tabla se presentan los resultados del catálogo de criterios de turismo comunitario aplicados por medio de una auditoría interna en la organización gracias a entrevistas con los socios de esta. La evaluación se basa de 5 niveles, el de “Buenas prácticas” que cumple el criterio sobrepasando el estándar medio de una manera ejemplar, “Cumplido” que alcanzó en nivel en gran parte y tiene potencial de mejora, “Mejorable” que el criterio es cumplido de manera parcial y necesita una mejora, “Criterio no cumplido” resultado de insuficiencia y necesidad urgente de mejora, y “No aplica” cuando el criterio no aplica para la organización o no se obtuvo información.

**Tabla 9.**

*Valoración de niveles de cumplimiento de los criterios de calidad del catálogo de turismo comunitario de Tourcert*

<b>Cumplimiento de los criterios</b>			
		<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
	Buena práctica	0	0%
	Criterio cumplido	12	22%
	Mejorable	14	25%
	Criterio no cumplido	15	27%
n/a	No aplica	14	25%

*Nota:* Tomado de “Informe de Auditoría Externa”, por Tourcert, 2018.

**Tabla 10.**

*Valoración de cumplimiento de los criterios de calidad del catálogo de turismo comunitario de Tourcert*

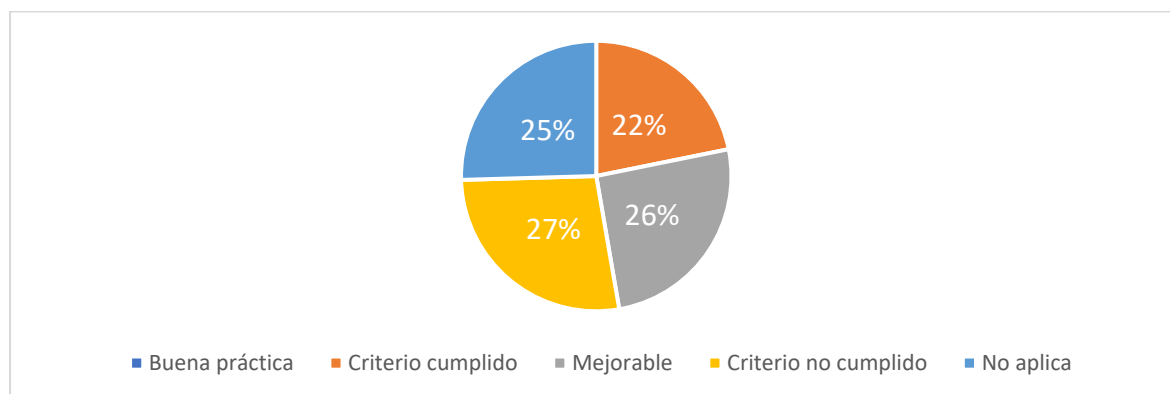
<b>Cumplimiento</b>	12
<b>Buena práctica y criterio cumplido</b>	22%

*Nota:* Elaboración propia adaptado a “Informe de Auditoría Externa”, por Tourcert, 2018.

A continuación, se observa representados gráficamente los resultados obtenidos del catálogo de criterios:

**Figura 6.**

*Representación gráfica de resultados del catálogo de criterios de turismo comunitario*



*Nota:* Elaboración propia

De la tabulación de los resultados de la aplicación del catálogo de criterios de turismo comunitario al “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” se obtuvieron los porcentajes: 0% en “Buena práctica”, es decir ningún criterio alcanzó este nivel, el 22% en “Cumplido” con 12 indicadores del total, el 25% en “Mejorable” con 14 indicadores del total, 27% en “Criterio no cumplido” con 15 indicadores del total, y 25% en “No aplica” con 14 indicadores del total. Es decir, en base a estos resultados se obtiene que el “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” cumplió 12 criterios de calidad que representa una valoración del 22%.

#### **2.1.2.6.3. Análisis de Resultados**

Consecuentemente a la aplicación de la lista de chequeo se realiza la evaluación en base a los resultados obtenidos del cumplimiento de criterios, la misma que ha arrojado un resultado de 12 criterios en buena práctica y cumplidos es decir que alcanzó un 22%. Por lo tanto, de acuerdo

con el informe en la evaluación general el “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” está recomendado para la certificación bajo condiciones previas ya que es necesario aplicar estrategias de mejora para alcanzar el 80% de cumplimiento del catálogo que Tourcert exige para su certificación directa.

### **2.1.3. Problematización**

#### **2.1.3.1. Análisis FODA**

Para ampliar el panorama de la situación actual del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” es importante aplicar un análisis FODA para reconocer sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que a su vez permiten identificar y evaluar sus problemáticas para de esta manera palpar la realidad y las decisiones a tomar para el cumplimiento de sus objetivos.

#### **Tabla 11.**

*Matriz FODA del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”*

<b>Fortalezas (F)</b>	<b>Oportunidades (O)</b>
Producto turístico potencial diferenciador gracias a su ubicación geográfica.	No tiene competencia en la zona.
Fomenta eventos y actividades comunitarias sostenibles para promoción del destino y participación de sus habitantes.	Tiene bien definido su segmento de mercado.
Ponen en práctica el comercio justo y utilización de recursos de la propia comunidad.	Ubicación geográfica estratégica en el bosque del Choco Andino y en la histórica primera ruta que conectaba la Sierra con la Costa.
Cuenta con una página web propia.	Buena iniciativa y fomento de trabajo por parte de su presidente y directiva.
Aplican pequeñas iniciativas y acciones de sostenibilidad ambiental.	Comunidades competencia sin actualización de permisos y documentos de operación.
	Inclusión en las asociaciones turísticas de la parroquia de Lloa para su promoción.
	Interés de la academia para temas de vinculación y proyectos
<b>Debilidades (D)</b>	<b>Amenazas (A)</b>



Poca intervención y capacitación por la mayoría de los socios.	Sanciones de las autoridades competentes por operación sin permisos.
Pocas ventas anuales por insuficiente promoción y procesos de comercialización.	Daño del medio ambiente por actividad ilegal de tala de árboles y minería.
No trabaja con intermediarios o proveedores estratégicos.	Regulaciones de propiedades de las tierras.
Desactualización de permisos, avales y documentación para su efectiva operación.	Derrumbes o daños hacen inaccesible a la zona de intervención.
Desactualización de plan estratégico.	Inestabilidad económica del país.
Inexistencia de un sistema contable y financiero de la organización.	Falta de transporte público frecuente.
Inexistente modelo de gestión.	
Inexistencia de un manual de procedimientos de operación.	
Inexistente uso de herramientas de medición de satisfacción, plan de contingencia y carta de descargo de responsabilidad durante las visitas.	

*Nota:* Elaboración propia

### 2.1.3.2. *Análisis CAME*

Como continuación del análisis de la problemática en base al análisis FODA es necesario realizar un análisis CAME como un mecanismo de diseño de estrategias en base a la interacción entre las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas identificadas.

#### **Tabla 12.**

*Matriz CAME del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”*

	<b>Fortaleza (FO)</b>	<b>Debilidades (DO)</b>
<b>Oportunidades</b>	F1-O1 Impulsar su marketing y comercialización para cubrir toda la demanda que genera el territorio.	D1-O1,7 Incentivar a los socios a través de charlas de motivacionales y capacitaciones constantes a involucrarse en la actividad

<p>F2-O6,7 Invitar a representantes y aliados de las comunidades vecinas de Lloa como participantes y colaboradores de promoción del destino y sus diferentes eventos, así como a representantes de la academia.</p> <p>F4-O2 Utilizar estrategias SEO para el buen posicionamiento y visibilidad de la página web en base a su segmento de mercado.</p> <p>F5-O7 Mejorar e implementar nuevos programas técnicos de sostenibilidad ambiental junto con la guía y apoyo de la academia.</p>	<p>turística como una fuente de trabajo rentable y sostenible. Esto con el apoyo de la academia como capacitadores técnicos.</p> <p>D2-O2,6 Capacitar a una persona parte el Ctc para la elaboración y el manejo de un plan de marketing, la aplicación de estrategias en marketing digital y el uso de KPI en cada proceso para su promoción.</p> <p>D3-O6 Comercializar sus productos y servicios a través de canales de distribución indirectos (tour operadores y agencias de viajes) y directos (OTA's).</p> <p>D5,6,7,8-O4 Trabajar en conjunto y socializar los procesos a llevar para la realización de un plan de contingencia, diseño de manual de procesos, plan de contingencia, herramienta de valoración de satisfacción y un sistema contable.</p>
---	---

Amenazas	Fortalezas (FA)	Debilidades (DA)
	<p>F3-A1 Fomentar el comercio justo de productos de socios con otras comunidades y ciudades aledañas para recaudar fondos que apoyen a la actualización de permisos y documentación legal de operación.</p> <p>F1-A2 Diseñar incentivos para el involucramiento de la comunidad en la actividad turística como una de las</p>	<p>D2-A5 Diseñar ofertas adaptables y asequibles de calidad. Apoyarse de los emprendimientos turísticos agropecuarios con la comercialización de sus productos.</p> <p>D4-A1 Actualización de permisos de operación y documentación legal para su operación a través de la recaudación de fondos con</p>

---

principales fuentes sostenible de empleo.

fuentes de ingresos externos e internos.

F2-A2 Plan de ahorro de ingresos para reinversión en proyectos sostenibles (mantenimiento de los ríos y conservación del bosque).

F5-A2 Diseñar programas y talleres de educación y conservación ambiental y mitigación para la comunidad.

---

*Nota:* Elaboración propia

### **2.1.3.3. Estrategias propuestas**

En base al análisis CAME se han identificado posibles soluciones como estrategias de mejora para el Ctc, siendo las principales y de mayor intervención:

- Impulsar el marketing y comercialización para cubrir toda la demanda que genera el territorio.
- Capacitar a una persona parte el Ctc para la elaboración y el manejo de un plan de marketing, la aplicación de estrategias en marketing digital y el uso de KPI<sup>4</sup> en cada proceso para su promoción.
- Comercializar sus productos y servicios a través de canales de distribución indirectos (tour operadores y agencias de viajes) y directos (OTA's<sup>5</sup>)
- Mejorar e implementar nuevos programas técnicos de sostenibilidad ambiental junto con la guía y apoyo de la academia.
- Incentivar a los socios a través de charlas de motivacionales y capacitaciones constantes a involucrarse en la actividad turística como una fuente de trabajo rentable y sostenible. Esto con el apoyo de la academia como capacitadores técnicos.
- Diseñar programas y talleres de educación y conservación ambiental y mitigación para la comunidad.
- Intervenir urgentemente en la actualización de avales y permisos de operación para un trabajo legal y confiable.

---

<sup>4</sup> Key Performance Indicators: indicadores de medición de desempeño y calidad en base a los resultados de las estrategias frente a los objetivos y la relación del cliente.

<sup>5</sup> Online Travel Agency: sitios web dedicados a la distribución y venta de servicios enfocados en el sector turístico.

- Trabajar en conjunto y socializar los procesos a llevar para la realización de un plan de contingencia, diseño de manual de procesos, plan de contingencia, herramienta de valoración de satisfacción y un sistema contable.
- Actualización de permisos de operación y documentación legal para su operación a través de la recaudación de fondos con fuentes de ingresos externos e internos.
- Plan de ahorro de ingresos para reinversión en proyectos sostenibles (mantenimiento de los ríos y conservación del bosque).

## CAPÍTULO III

### PLANIFICACIÓN DE LA PROPUESTA DE MEJORA

Para la mejora de la organización se ha propuesto una política de calidad, al mismo tiempo se han planteado tres objetivos con sus respectivas estrategias y consecuentemente las metas a lograr. A su vez se presentan las distintas matrices del plan de acción, presupuesto y control de evaluación.

#### 3.1.OBJETIVOS EMPRESARIALES

##### *3.1.1. Política de Calidad*

El “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” tiene como política brindar servicios turísticos sostenibles enfocados en la satisfacción y enriquecimiento del cliente a través de la atención adecuada del personal capacitado, permitiendo que sea un encuentro placentero y beneficioso entre los visitantes y la comunidad.

##### *3.1.2. Objetivos*

En base a la política de calidad propuesta se han identificado tres objetivos que engloban sostenibilidad, calidad y satisfacción para ambas partes:

- Optimizar los procesos internos del “Centro de Turismo Cansacoto Ruta Chiriboga” para mejorar la gestión interna y operación de servicios.
- Mejorar la satisfacción del cliente para generar una valoración positiva y percepción de calidad de los servicios y productos.
- Consolidar la calidad para agregar valor diferenciador y prestigio al “Centro de Turismo Cansacoto Ruta Chiriboga”

#### 3.2.ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

A continuación, se plantean las estrategias como posibles soluciones por cada objetivo para su cumplimiento:

**Tabla 13.**

*Propuesta de estrategias empresariales*

Objetivo	Estrategia
----------	------------

Optimizar los procesos internos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rediseñar la planeación estratégica, sistema contable y plan de marketing</li> <li>2. Implementar programas de socialización y capacitación para los socios y personal.</li> </ol>
Mejorar la satisfacción del cliente	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diseñar un plan de contingencia y manual de procesos de operación.</li> <li>2. Implementar herramientas de medición de la satisfacción del cliente.</li> </ol>
Consolidar calidad	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Establecer criterios de mejora continua</li> <li>2. Obtener una certificación de calidad-sostenibilidad</li> </ol>

*Nota:* Elaboración propia

Para cada objetivo se han planteado dos estrategias como mecanismos para lograr cumplir con la política de calidad de la organización, para ello en el primer objetivo se propone como primera instancia rediseñar el plan estratégico, aplicar un sistema contable para la organización financiera y de redistribución y el diseño de un plan de marketing con estrategias en marketing digital. También se propone la implementación de programas de socialización como motivación y capacitaciones para los socios y personal.

Para el cumplimiento del segundo objetivo se recomienda diseñar un plan de contingencia y manual de procesos de operación que permitan organizar cada fase y especificar acciones para cada situación, y es muy importante también implementar herramientas de medición de satisfacción del cliente.

Para el tercer y último objetivo es importante establecer criterios de mejora continua para lograr obtener la certificación Tourcert como su principal objetivo.

### **3.3.METAS EMPRESARIALES**

Para el cumplimiento de los objetivos propuestos se han planteado metas que definen un tiempo o acciones para el alcance de cada objetivo.

**Tabla 14.***Propuesta de metas empresariales*

<b>Objetivo</b>	<b>Estrategia</b>	<b>Meta</b>
Optimizar los procesos internos	1. Rediseñar la planeación estratégica, sistema contable y plan de marketing	Plantear la propuesta de rediseño del plan estratégico, sistema contable y plan de marketing para la optimización del 80% de los procesos internos al finalizar el segundo trimestre del año.
	2. Implementar programas de socialización y capacitación para los socios.	Implementar programas de socialización y capacitación para el 80% de los socios al finalizar el tercer trimestre del año.
Mejorar la satisfacción del cliente	1. Diseñar un plan de contingencia y manual de procesos de operación.	Implementar un plan de contingencia y manual de procesos de operación para cubrir el 90% de la satisfacción del cliente al finalizar el cuarto trimestre del año.

	2. Implementar herramientas de medición de la satisfacción del cliente.	Implementar una herramienta de medición de satisfacción del cliente para conocer el 90% de percepción del nivel de calidad al finalizar el cuarto trimestre del año.
Consolidar calidad	1. Establecer criterios de mejora continua	Implementar mecanismos de mejora para el fortalecimiento de la calidad en un 90% al finalizar el quinto trimestre del año.
	2. Obtener la certificación	Obtener la certificación Tourcert para aumentar al 100% la percepción de la calidad al finalizar el sexto trimestre del año.

*Nota:* Elaboración propia

### 3.4.PLAN DE ACCIÓN

El plan de acción es la matriz que establece el tiempo de desarrollo de las acciones y estrategias para el cumplimiento de los objetivos, es decir es presentar el cronograma por cumplir. A continuación, es detallada la propuesta de intervención durante un año dividido en 6 trimestres (T) anuales.



### 3.4.1. Matriz de Plan de Acción

**Tabla 15.**

*Matriz de plan de acción*

Cronograma de intervención							
Objetivo	Acciones - Estrategias	T1	T2	T3	T4	T5	T6
Optimizar los procesos internos	Acciones - Estrategia 1: Rediseño de planeación estratégica (visión, misión, políticas empresariales, objetivos, organigramas) Diseño de un sistema contable Diseño de plan de marketing Socialización de rediseño de los planes actuales	■					
	Acciones - Estrategia 2: Definir temáticas y módulos de capacitación Diseñar cronograma y costos en base al número de inscritos Ejecutar las capacitaciones Evaluar a los socios capacitados	■					
Mejorar la satisfacción del cliente	Acciones - Estrategia 1: Diseñar un plan de contingencia			■			

	<p>Diseñar un manual de procesos de operación</p> <p>Estandarizar cada proceso.</p> <p>Socialización del plan y manual</p> <p>Evaluar el plan y manual</p>		
	<p>Acciones - Estrategia 2:</p> <p>Diseñar documento informativo de cada tour</p> <p>Diseñar una guía de viaje de cada tour</p> <p>Diseñar herramienta de valoración de satisfacción y comunicación post venta</p> <p>Evaluar los resultados de medición</p>		
Consolidar calidad	<p>Acciones - Estrategia 1:</p> <p>Realizar auditoría interna</p> <p>Generar criterios de mejor de certificación e indicadores sostenibles</p> <p>Diseñar un plan de mejora</p>		
	<p>Acciones - Estrategia 2:</p> <p>Realizar auditoría externa</p> <p>Obtener certificación</p>		

Aplicar mecanismos de  
medición y mejora  
continua

*Nota:* Elaboración propia

### 3.5.PRESUPUESTO

La siguiente matriz muestra un estimado del presupuesto que se necesita durante el proceso de acción para lograr los objetivos; es decir, se detallan los costos de cada concepto propuesto a realizar.

**Tabla 16.**

*Matriz de presupuesto*

<b>Presupuesto estimado</b>			
<b>Acciones - Estrategias</b>	<b>Concepto</b>	<b>Descripción</b>	<b>Subtotal</b>
Acciones - Estrategia 1:	1. Plan	Talleres de	1. \$319
Rediseño de planeación estratégica	estratégico	asesoría y	2. \$140
(visión, misión, políticas	2. Sistema	capacitación	3. \$150
empresariales, objetivos,	contable	técnica para la	
organigramas)	3. Plan de	creación de plan	
Diseño de un sistema contable	marketing	estratégico y	
Diseño de plan de marketing		plan de	
Socialización de rediseño de los		marketing a	
planes actuales		cargo de una	
		persona del Ctc	
		Contratación de	
		un sistema	
		contable	
Acciones - Estrategia 2:	1. Programa de	Temáticas y	\$2.400
Definir temáticas y módulos de	capacitaciones	módulos,	
capacitación		número de horas	
Diseñar cronograma y costos en		e inscritos,	
base al número de inscritos		espacio de	
Ejecutar las capacitaciones		capacitación,	
Evaluar a los socios capacitados		material,	

		equipamiento, certificados.	
Acciones - Estrategia 1:	1. Plan de	1. Estudio de	1. \$100
Diseñar un plan de contingencia	contingencia	factores de	2. \$80
Diseñar un manual de procesos	2. Manual de	riesgo del	
Estandarizar cada proceso.	procesos de	territorio e	
Socialización del plan y manual	operación	implicaciones	
Evaluar el plan y manual		financieras, asesoría técnica, plan de contingencia	
		2. Diseño de	
		estándares, medición de	
		procesos, asesoría técnica, manual de	
		procesos de	
		operación	
Acciones - Estrategia 2:	1. Herramienta	Diseño de	\$200
Diseñar documento informativo de	de valoración	herramienta,	
cada tour		aplicación,	
Diseñar una guía de viaje de cada		tabulación de	
tour		resultados,	
Diseñar herramienta de valoración		asesoría técnica	
de satisfacción y comunicación			
post venta			
Evaluar los resultados de medición			
Acciones - Estrategia 1:	1. Auditoría	Realizar una	\$0
Realizar auditoría interna	interna	auditoría	
Generar criterios de mejora de		interna, diseño	
certificación e indicadores		de plan de	
sostenibles		mejora en base a	

Diseñar un plan de mejora		criterios e indicadores sostenibles	
Acciones - Estrategia 2:	1.	Adquirir una auditoría externa para obtención de certificación	\$2.083
Realizar auditoría externa	Certificación		*No incluye gastos de logística por viáticos
Obtener certificación			
Aplicar mecanismos de medición y programa de mejora continua			
<b>Costo total de propuesta</b>			<b>\$5,472</b>

*Nota:* Elaboración propia

Los costos detallados son estimados en base a entrevistas realizadas a expertos: Alfonso Morales, consultor y CEO de la Operadora Red de Turismo Accesible del Ecuador; y Pablo Díaz, profesor experto en administración y planificación estratégica de la Universidad UTE.

Además, se adquirieron cotizaciones de algunas entidades turísticas involucradas en los temas necesarios: Agencia de Turismo Inframe Trip S.A.S., Agencia de Desarrollo y Promoción de Destinos Turísticos Turistiqueros y Tourcert. Incluso se tomaron algunos costos de la oferta de cursos del Centro de Educación Continua EPN (Escuela Politécnica Nacional).

### 3.6. CONTROL O EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA

La matriz de control de evaluación ayuda al seguimiento de las acciones a desarrollar para conocer si se están cumpliendo las metas en base a los mecanismos de evaluación en la frecuencia propuesta por el cronograma de trabajo.

**Tabla 17.**

*Matriz de control y evaluación de la propuesta*

<b>Meta</b>	<b>Mecanismo de evaluación</b>	<b>Frecuencia</b>
Meta – Objetivo 1	Documento de planeación estratégica y plan de marketing	Del primer al segundo trimestre
Plantear la propuesta de rediseño del plan estratégico, sistema		

contable y plan de marketing al finalizar el segundo trimestre del año.	Sistema de contabilidad adaptado	
Meta – Objetivo 1 Implementar programas de socialización y capacitación para los socios al finalizar el tercer trimestre del año.	Registro de inscripciones y asistencias a capacitaciones Resultados de evaluaciones Fotografías de capacitaciones	Del primer al tercer trimestre
Meta – Objetivo 2 Implementar un plan de contingencia y manual de procesos de operación al finalizar el cuarto trimestre del año.	Documento de protocolos y acciones contingentes tomadas en cada proceso	Del tercer al cuarto trimestre
Meta – Objetivo 2 Implementar una herramienta de medición de satisfacción del cliente al finalizar el cuarto trimestre del año.	Documento de guía e informa de viaje Resultados del informe de valoración de satisfacción	Cuarto trimestre
Meta – Objetivo 3 Implementar mecanismos de mejora al finalizar el quinto trimestre del año.	Documento de resultados de auditoría interna e informe de mecanismos de mejora de calidad	Del segundo al quinto trimestre
Meta – Objetivo 3 Obtener la certificación Tourcert al finalizar el sexto trimestre del año.	Resultado de auditoría externa y documento de certificación	Sexto trimestre

*Nota:* Elaboración propia

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES

- El “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” a pesar de contar con productos y servicios turísticos establecidos y caracterizarse potencialmente por su localización geográfica, internamente está totalmente desorganizado ya que cuenta con toda su documentación desactualizada, empezando desde su registro legal, permisos de operación, estatutos y plan estratégico, los pagos ante el sistema del SRI están retrasados, cuenta con muchos puntos críticos y desorganización en todas las etapas de prestación de servicios, y no han desarrollado un modelo de gestión. Por estas falencias no se pudo obtener una valoración positiva frente a la competencia por lo que su situación necesita una urgente atención técnica.
- Al tratarse de una organización comunitaria todos sus procesos de operación turística y prestación de servicios deben enfocarse en la sostenibilidad, así pues beneficiosamente el Ctc en principio su creación fue con el objetivo de cuidar el ambiente y crear alternativas de fuentes de empleo, más sin embargo lo que se ha evidenciado en la actualidad es la necesidad de mayor y constante intervención de técnicas y metodologías de conservación ambiental, además de incentivos para la comunidad para su participación dentro de la actividad ya que ha sido baja la intervención de los propios socios por desconfianza de la rentabilidad de sus negocios.
- Para la identificación de la problemática del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” se desarrollaron matrices FODA y CAME de las cuales se obtuvo que todo se basa en la desactualización y falta de documentación, por lo tanto, su problemática empieza por sus procesos internos no óptimos para el desarrollo y gestión turística, además la prestación de servicios no cuenta con una buena valoración ya que internamente carecen de organización en cada etapa de servicio y relación con el cliente, por ende su nivel de calidad es muy bajo.
- En base a la encuesta de satisfacción del cliente aplicada a turistas que visitaron la comunidad también se pudo evidenciar la problemática que existe, pues en base a los resultados la valoración en la atención al cliente es buena, más sin embargo la prestación de servicios aún no llega a la excelencia, por tal razón se evidencia que es necesario aplicar constantemente capacitaciones a los socios y personal para una atención más técnica y profesional, además de diseñar diferentes planes y mecanismos enfocados en la gestión, operación interna y al turista. Por otra parte, también se evaluó la percepción de calidad del

territorio dando como resultados una valoración baja en la infraestructura pues es necesario un proceso de mantenimiento y mejora.

- Una de las principales problemáticas que también se evidencio y sucede mucho en los emprendimientos turísticos actualmente, es el lento posicionamiento en el mercado, pues el Ctc no cuenta con un buen desarrollo de marca ya que es escaso el trabajo que se genera dentro de sus distintas plataformas digitales siendo una consecuencia de la falta de un plan de marketing y de una persona capacitada parte de la organización encargada de esta área. Es importante tomar en cuenta esta brecha ya que es parte de su crecimiento entre el mercado que va tomando nuevas tendencias de promoción y comercialización, otra de sus debilidades puesto que la organización no ha generado canales de comercialización que le permitan el aumento de sus ventas.
- También se aplicó una auditoría interna en base a una lista de chequeo de la cual se obtuvo un 22% como resultado, esto quiere decir que la organización no alcanzó el 80% de cumplimiento de criterios, que es el valor mínimo que exige Tourcert para obtener la certificación, por lo tanto, es necesario resolver las irregularidades y falencias internas y aplicar un plan de mejora enfocado en los procesos, gestión y calidad para lograr obtener la certificación para comunidades.
- En base a los resultados obtenidos a través de mecanismos de recolección de información interna del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”, se han propuesto posibles soluciones a través de objetivos a cumplir y metas alcanzables con la ayuda de acciones y estrategias. Estas soluciones podrían ayudar a la organización a mejorar sus procesos internos y la prestación de servicios a largo plazo, pero es importante saberlas aplicar técnicamente y evaluarlas constantemente para tener presente el desarrollo que estas le han dado al Ctc.

## **RECOMENDACIONES**

- Se recomienda al “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” tomar en cuenta el análisis externo e interno que se ha realizado para conocer su situación actual, analizar el desarrollo de la organización desde su creación hasta la actualidad y reconocer sus puntos críticos que necesitan urgentemente atención.
- A su vez se recomienda urgentemente organizarse internamente, en base a los ahorros del Ctc y las aportaciones de cada socio, para gestionar las actualizaciones de permisos de



operación y registro del Ctc en las respectivas entidades al igual que realizar los pagos pendientes ante el SRI.

- Se recomienda analizar las matrices FODA y CAME para identificar las problemáticas y características negativas de la organización que están afectando a la gestión y procesos internos para una buena prestación de servicios. De igual manera es importante tomar en cuenta los resultados de las encuestas realizadas a los turistas ya que en base a su opinión también se conoce el panorama negativo externamente de la organización.
- Se recomienda aplicar la propuesta de soluciones para cada problemática con el fin de cumplir los objetivos empresariales de calidad y sostenibilidad. Entre estas posibles soluciones se encuentran un plan estratégico enfocado en la sostenibilidad de la comunidad como en la satisfacción del cliente, también es importante diseñar un plan de marketing con un enfoque en el desarrollo de la comunidad como marca destino y posicionamiento digital, capacitar a una persona del Ctc encargada del seguimiento del desarrollo y seguimiento del plan de acción de marketing y sus estrategias, a su vez generar canales de distribución directos e indirectos de valor para el aumento de sus ventas. Como prioridad para su control interno es aplicar un sistema contable que ayude a llevar responsablemente las finanzas y manejar un proceso de redistribución interno, elaborar un manual de procesos de operación y plan de contingencia que establezcan las actividades de cada fase y los procesos a seguir en cada situación de estas.
- Se recomienda tomar acciones enfocados tanto en el desarrollo de la comunidad y de los clientes tales como, diseñar planes de capacitación constantes para los socios y personal con el fin de agregar valor técnico y profesional a su labor para un servicio de calidad, y para mejorar la relación con los clientes es importante aplicar mecanismos de valoración de satisfacción y percepción de calidad para dar importancia a su opinión en todo momento de su visita.
- Como fase final se recomienda al “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” certificarse con el sello de calidad Tourcert como una ayuda interna como externa, ya que con el programa podrá mantener equilibrio de manera sostenible y guía profesional en las distintas decisiones y soluciones requeridas, además de adquirir prestigio frente a sus clientes generando confianza y fidelidad , al igual que le da valor agregado frente a otras comunidades.

## BIBLIOGRAFÍA

- Arellano, J. (2016). *Diseño de un Manual de Buenas Prácticas enfocado en la prestación de servicios turísticos para la Asociación El Paraíso del Río Mashpi*. Obtenido de Universidad de las Américas: <https://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/6120>
- Asamblea Nacional. (2002, p. 1). *Ley de Turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Asamblea Nacional. (2002, p. 3). *Ley de Turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Asamblea Nacional. (2008, p. 16). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de [https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)
- Asamblea Nacional. (2008, p. 16). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de [https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)
- Asamblea Nacional. (2008, p. 89). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de [https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)
- Asamblea Nacional. (2008, p.26). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de [https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_const.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf)
- Asamblea Nacional. (2010). *Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización*. Obtenido de [https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_org.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_org.pdf)
- Asamblea Nacional. (2010, p. 5). *Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización*. Obtenido de [https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_org.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_org.pdf)
- Asamblea Nacional. (2010, p.27). *Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización*. Obtenido de [https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_org.pdf](https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_org.pdf)
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: Pearson Educación.
- Boullón, R. (2003, p.3). En G. d. Turísticas. Mar de Plata: Ediciones Turísticas.
- Boullón, R. (2003, p.33). *Gestión de calidad en empresas turísticas*. Argentina: Ediciones Turísticas. Obtenido de [file:///C:/Users/Willo%20Vallejo/Downloads/CALIDAD\\_TURISTICA\\_EN\\_LA\\_PEQUENA\\_Y\\_MEDIAN.pdf](file:///C:/Users/Willo%20Vallejo/Downloads/CALIDAD_TURISTICA_EN_LA_PEQUENA_Y_MEDIAN.pdf)

- Boullón, R. (2008, p. 79). En G. d. Turísticas. Mar de Plata: Ediciones Turísticas. Obtenido de file:///C:/Users/Downloads/CALIDAD\_TURISTICA\_EN\_LA\_PEQUENA\_Y\_MEDIAN .pdf
- Cauas, D. (2015). Definición de las variables, enfoques y tipo de investigación. En D. Cauas. Bogotá: Colombia.
- Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta. (2021). *Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga*. Obtenido de Reseña Histórica: <https://rutachiriboga.com/resena-historica/>
- Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga. (2012). *Estatutos*.
- Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga. (2012, art. 2). *Estatutos*.
- Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga. (2012, art. 3). *Estatuto*.
- Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga. (2020). *Ruta Chiriboga*. Obtenido de <https://rutachiriboga.com/>
- Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga. (2021). *Tours y paquetes (promoción)*. Obtenido de <https://rutachiriboga.com/tours-y-paquetes/>
- Centro de Turismo Comunitario Yunguilla . (2016). *¿Qué hacemos?* Obtenido de <https://www.yunguilla.org.ec/es/que-hacemos/>
- El Universo. (2020). *Coronavirus frenó al turismo cuyos ingresos caerán un 70 % en Ecuador durante el 2020*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/05/10/nota/7836018/turismo-galapagos-ecuador-covid-19/>
- Entrevista 001. (2021). Milton Nasimba Reseña histórica del Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga. (D. Vallejo, Entrevistador)
- Entrevista 002. (2021). Milton Nasimba, Análisis interno y procesos del Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga. (D. Vallejo, Entrevistador)
- Entrevista 003. (2021). Milton Nasimba, Estrategias comerciales Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga. (D. Vallejo, Entrevistador)
- Entrevista 004. (2022). Ramiro Albuja Valoración de la calidad del Ctc. (D. Vallejo, Entrevistador)
- Garrido, C. (2018). *El turismo comunitario en el Ecuador: evolución, problemáticas y desafíos*. Obtenido de

- <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/19413/1/El%20turismo%20comunitario%20en%20el%20Ecuador.pdf>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Lloa. (2015). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia rural de Lloa 2015-2019*. Obtenido de <http://www.gadlloa.gob.ec/PDOT-LLOA-2015-20019.pdf>
- Gobierno Autonomo Descentralizado Lloa. (2019). *Información General de la Parroquia de Lloa*. Obtenido de GAD Lloa: <http://gadlloa.gob.ec/web/index.php/2019-08-30-20-16-55/informacion-general>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Lloa. (2020). *Lloa, de pueblo fantasma a imán*. Obtenido de <https://www.ultimasnoticias.ec/las-ultimas/lloa-pueblo-fantasma-coronavirus-quito.html>
- Gómez, S. (2012,). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: Red Tercer Milenio.
- Hernández, S., & et al. (2014). *Metodología de la Investigación* (Vol. sexta edición). México D.F.: McGraw-Hill.
- ISO 9001:2015. (2015). *La importancia de contar con un checklist para controlar el sistema de gestión de calidad en el sector industrial*. Obtenido de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2019/06/checklist-para-controlar-sistema-gestion-de-calidad-sector-industrial/#:~:text=Las%20listas%20de%20chequeo%20o,requisitos%20que%20contiene%20la%20lista>.
- Ministerio de Turismo . (2013). *Las mujeres kichwas dirigen el Centro Turístico Comunitario Sinchi Warmi en Napo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/las-mujeres-kichwas-dirigen-el-centro-turistico-comunitario-sinchi-warmi-en-napo/>
- Ministerio de Turismo. (2010, p.1). *Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios*. Obtenido de <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-09/1.REGLAMENTO-PARA-LOS-CENTROS-TURISTICOS.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2010, p.2). *Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/REGLAMENTO-PARA-LOS-CENTROS-TURISTICOS.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2010, p.3). *Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/REGLAMENTO-PARA-LOS-CENTROS-TURISTICOS.pdf>

- Ministerio de Turismo. (2010, p.4). *Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios*.  
Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/REGLAMENTO-PARA-LOS-CENTROS-TURISTICOS.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2013). *En este verano se invita a los turistas a descubrir el encanto de Lloa*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/en-este-verano-se-invita-a-los-turistas-a-descubrir-el-encanto-de-lloa/>
- Ministerio de Turismo. (2019). *Informe Técnico del Impacto pandemia Covid-19 en el sector turístico en Quito*. Obtenido de [http://www7.quito.gob.ec/mdmq\\_ordenanzas/Administraci%C3%B3n%202019-2023/Comisiones%20del%20Concejo%20Metropolitano/Turismo%20y%20Fiestas/2020-2020-10-29/Documentos%20para%20tratamiento/2%20Informe%20Quito%20Turismo/informe\\_t%C3%A9cnico\\_afectacion\\_covid19](http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Administraci%C3%B3n%202019-2023/Comisiones%20del%20Concejo%20Metropolitano/Turismo%20y%20Fiestas/2020-2020-10-29/Documentos%20para%20tratamiento/2%20Informe%20Quito%20Turismo/informe_t%C3%A9cnico_afectacion_covid19)
- Ministerio de Turismo. (2019). *Promedio de llegada de visitantes extranjeros a Ecuador creció 4% en 2019*. Obtenido de MINTUR: <https://www.turismo.gob.ec/promedio-de-llegada-de-visitantes-extranjeros-a-ecuador-crecio-4-en-2019/>
- Ministerio de Turismo. (2020). *Plan Nacional de Turismo 2030*. Obtenido de [https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido\\_compressed.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido_compressed.pdf)
- Ministerio de Turismo. (2020). *Te prometo Ecuador, la iniciativa del Gobierno para la reactivación turística rural*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/te-prometo-ecuador-la-iniciativa-del-gobierno-para-la-reactivacion-turistica-rural/>
- Ministerio de Turismo. (2020, p. 59). *Plan Nacional de Turismo 2030*. Obtenido de [https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido\\_compressed.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido_compressed.pdf)
- Ministerio del Ambiente y Agua. (2015). *Turismo Sostenible*. Obtenido de <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es/content/turismo-sostenible>
- Mintur. (2016). *Ecuador impulsa el programa de Certificación Internacional "TourCert"*. Obtenido de [turismo.gob.ec/ecuador-impulsa-el-programa-de-certificacion-internacional-tourcert/](https://www.turismo.gob.ec/ecuador-impulsa-el-programa-de-certificacion-internacional-tourcert/)

- Naciones Unidas y OMT. (1999). *Código Ético Mundial para el Turismo*. Obtenido de [https://lms.ute.edu.ec/pluginfile.php/455930/mod\\_resource/content/1/codigo-etico-mundial-turismo%2C%20OMT.pdf](https://lms.ute.edu.ec/pluginfile.php/455930/mod_resource/content/1/codigo-etico-mundial-turismo%2C%20OMT.pdf)
- Naciones Unidas. (2015). *Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030*. Obtenido de <http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/PoliticaExteriorCooperacion/NacionesUnidas/Paginas/ObjetivosDeDesarrolloDelMilenio.aspx#:~:text=La%20Agenda%202030%20para%20el%20Desarrollo%20Sostenible%20plantea%2017%20Objetivos,formas%20en%20todo%20el%20mundo.>
- Naciones Unidas. (2020). *Informe de políticas: La COVID-19 y la transformación del turismo*. Obtenido de Naciones Unidas: [https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy\\_brief\\_covid-19\\_and\\_transforming\\_tourism\\_spanish.pdf](https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy_brief_covid-19_and_transforming_tourism_spanish.pdf)
- Naciones Unidas y OMT. (1999, p.5). *Código Ético Mundial para el Turismo*. Obtenido de [https://lms.ute.edu.ec/pluginfile.php/455930/mod\\_resource/content/1/codigo-etico-mundial-turismo%2C%20OMT.pdf](https://lms.ute.edu.ec/pluginfile.php/455930/mod_resource/content/1/codigo-etico-mundial-turismo%2C%20OMT.pdf)
- Obando, S. (2016). *Elaboración de Guía de atractivos turísticos de la Parroquia de Lloa*. Obtenido de Universidad Tecnológica Israel: <http://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/1249/1/UISRAEL-EC-ADMH-378.242-010.pdf>
- Organización Mundial del Turismo. (2010). *Glosario de términos de turismo*". Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Organización Mundial del Turismo. (2015). *Manual práctico de gestión integral de la calidad de los destinos turísticos*. Obtenido de [file:///C:/Users/Downloads/Manual\\_practico\\_de\\_gestion\\_integral\\_de\\_l.pdf](file:///C:/Users/Downloads/Manual_practico_de_gestion_integral_de_l.pdf)
- Organización Mundial del Turismo. (2020). *El Turismo internacional sigue adelantando a la economía global*. Obtenido de Organización Mundial del Turismo: <https://www.unwto.org/es/el-turismo-mundial-consolida-su-crecimiento-en-2019>
- Osorio , M. (2006). *La planificación turística. Enfoques y modelos*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/401/40180113.pdf>
- Pila, M. (2015). Creación de una Agencia de Viajes para el Centro de Turismo Comunitario "Cansacoto - Ruta Chiriboga" . Quito .

- Quito Turismo . (2020). *Quito entre los temores por el alto nivel de contagio de covid-19 y la urgencia por mantener a flote sus negocios de turismo* . Obtenido de <https://www.quito-turismo.gob.ec/quito-entre-los-temores-por-el-alto-nivel-de-contagio-de-covid-19-y-la-urgencia-por-mantener-a-flote-sus-negocios-de-turismo/>
- Quito Turismo . (2021). *Diálogos de ciudad: gestión del patrimonio, turismo y medioambiente*. Obtenido de <http://www.quitoinforma.gob.ec/2021/06/10/dialogos-de-ciudad-gestion-del-patrimonio-turismo-y-medioambiente/>
- Quito Turismo. (2019). *Informe Técnico del Impacto pandemia Covid-19 en el sector turístico en Quito*. Obtenido de [http://www7.quito.gob.ec/mdmq\\_ordenanzas/Administraci%C3%B3n%202019-2023/Comisiones%20del%20Concejo%20Metropolitano/Turismo%20y%20Fiestas/2020-2020-10-29/Documentos%20para%20tratamiento/2%20Informe%20Quito%20Turismo/informe\\_t%C3%A9cnico\\_afectacion\\_covid19](http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Administraci%C3%B3n%202019-2023/Comisiones%20del%20Concejo%20Metropolitano/Turismo%20y%20Fiestas/2020-2020-10-29/Documentos%20para%20tratamiento/2%20Informe%20Quito%20Turismo/informe_t%C3%A9cnico_afectacion_covid19)
- Real Academia Española. (2020). *Comunidad*. Obtenido de <https://dle.rae.es/comunidad>
- Rodas, M., & et al. (2015). *El Turismo Comunitario en el Ecuador: Una revisión de la literatura*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5309454>
- Ruiz, P., & et al. (2012). *Plan de Desarrollo Turístico Comunitario para la Parroquia de Lloa, Distrito Metropolitano de Quito, Provincia de Pichincha*. Obtenido de Universidad Central del Ecuador: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1108/1/T-UCE-0005-141.pdf>
- Sancho, A. (2011, p.69). *Introducción al Turismo*. Obtenido de <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017, p. 63-66). *Plan Nacional de Desarrollo 2017 - 2021 Toda una Vida*. Obtenido de [https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\\_0K.compressed1.pdf](https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf)
- Sierra, B. (2019). *Propuesta para la valoración de la sostenibilidad y RSE en las operaciones turísticas de “Stella Maris”, en la ciudad de Quito, Ecuador*. Obtenido de Universidad UTE.

- Solis, D. (2007). *Turismo Comunitario en Ecuador*. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=7YCV1rBUxx0C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=7YCV1rBUxx0C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Solis, D., & Ruiz, E. (2007). *Turismo Comunitario en Ecuador*. Obtenido de [https://books.google.com.ec/books?id=7YCV1rBUxx0C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=7YCV1rBUxx0C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- TourCert. (2015). *TourCert Latina*. Obtenido de <https://www.tourcert.org/es/projects/tourcert-latina/>
- TourCert. (2018). *¿Por qué TourCert?* Obtenido de <https://www.tourcert.org/es/por-que-tourcert/>
- TourCert. (2019). *Calidad también es sostenibilidad – El TourCert Check como herramienta del servicio “ServiceQualität Deutschland”*. Obtenido de <https://www.tourcert.org/es/calidad/>
- Tourcert. (2019). *Sinchi Warmi*. Obtenido de <https://www.tourcert.org/es/community/sinchi-warmi/>
- Tourcert. (2019). *Yunguilla en Ecuador se hace la primer comunidad certificada*. Obtenido de <https://www.tourcert.org/es/yunguilla/>
- TourCert. (2021). *Por qué TourCert*. Obtenido de <https://www.tourcert.org/es/por-que-tourcert/>
- Univesidad Técnica Particular de Loja. (2020). *La pandemia por COVID-19 puede afectar en un 30% a los ingresos del turismo nacional*. Obtenido de <https://noticias.utpl.edu.ec/la-pandemia-por-covid-19-puede-afectar-en-un-30-a-los-ingresos-del-turismo-nacional>
- Vargas, C., & et al. (2018). *La situación del turismo comunitario en Ecuador*. Obtenido de Revista Científica Dominio de las Ciencias: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6255079#:~:text=El%20estudio%20evidencia%20los%20aportes,social%20%E2%80%93%20comunitaria%20a%20partir%20de>
- Vega, R., & et al. (2007). *El turismo como motor de crecimiento económico*. Obtenido de Real Centro Universitario: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2267966>



## ANEXOS

### Anexo 1.

#### *Ruta de las cascadas*



*Nota: Autoría propia*

### Anexo 2.

#### *Elaboración de jugo de caña natural (emprendimiento comunitario)*



*Nota: Autoría propia*

### **Anexo 3.**

#### *Formato de encuesta de satisfacción*

#### **Encuesta Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga**

Esta encuesta tiene como objetivo identificar su perfil como visitante y evaluar la valoración de satisfacción y percepción de calidad de los servicios recibidos por parte del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”.

##### **1. Edad**

- 20 – 29
- 30 – 39
- 40 – 49
- 50 – 59
- 60 – 65
- Más de 65 años

##### **2. Género**

Femenino                       Masculino

##### **3. Nacionalidad**

Ecuatoriano                       Extranjero

##### **4. Lugar de origen**

---

##### **5. Nivel de instrucción**

- Básico
- Bachillerato
- Tercer Nivel
- Cuarto Nivel
- Técnico

##### **6. ¿Ha visitado con anterioridad la Comunidad Chiriboga?**

SI                                       NO

##### **7. Motivo de visita a la Comunidad Chiriboga**

- Estudios
- Negocios

- Compras
- Turismo Comunitario
- Vacaciones y ocio

**8. Actividades que realiza en la Comunidad Chiriboga**

- Visita a haciendas/fincas
- Visita a ríos y cascadas
- Bici rutas
- Visita a la comunidad
- Actividades de aventura
- Avistamiento de aves
- Caminatas
- Degustación de gastronomía

**9. Tiempo promedio de estadía en la Comunidad Chiriboga**

- 1 – 2 días
- Menos de un día
- De 4 a 8 horas

**10. Gasto promedio durante su visita a la Comunidad Chiriboga**

- \$20 - \$49
- \$50 - \$79
- 80 - \$99
- Más de \$100

**11. ¿Con quién viaja frecuentemente?**

- Familiares
- Amigos
- Pareja
- Solo

**12. ¿Con cuánta anticipación planifica su visita a la Comunidad Chiriboga?**

- Un mes o menos
- De 2 a 4 meses
- Más de 5 meses

- De 6 meses a 1 año
- Más de 1 año

**13. ¿Visitó con anterioridad a la Comunidad Chiriboga?**

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

**14. Si su respuesta en la anterior pregunta fue si responda: ¿Cómo se enteró de la Comunidad?**

- Familiares, amigos, conocidos
- Internet (Redes sociales, anuncios, publicidad, artículos de periódico virtual, páginas especializadas en turismo)
- Agencias de viajes
- Folletos, revistas, libros de turismo
- Eventos promocionales, publicidad, televisión

**15. Valore los servicios recibidos por parte del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”, siendo 1 muy insatisfecho y 5 muy satisfecho**

Detalle	1	2	3	4	5
El trato del personal y atención al cliente es agradable y profesional					
El personal demuestra estar capacitado					
Infraestructura adecuada de establecimientos prestadores de servicio					
Guía turístico e información que brinda					
Alimentación					
Transporte turístico					
Atractivos turísticos					
Actividades recreativas					
Alojamiento					
Señalización durante las rutas					
Seguridad					
Materiales necesarios para el desarrollo del tour					
Contacto del personal posterior a la salida					

**16. ¿Recomendaría al “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”?**

SI \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_

## **Anexo 4.**

### *Formato de entrevistas*

**Entrevista 001** – “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”

**Entrevistado:** Milton Nasimba

**Cargo:** Presidente

**Entrevistador:** Daniela Mishell Vallejo Burgasi

**Tema:** Reseña histórica y antecedentes del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”

El propósito de la entrevista es el levantamiento de información certera y concreta acerca de datos generales y específicos internos de la organización estudiada para el desarrollo del presente estudio.

- 1) ¿Cómo nace el “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”?
- 2) ¿Cómo ha sido el desarrollo del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” desde su creación hasta la actualidad?
- 3) ¿En dónde está ubicado el “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”?
- 4) ¿Cuáles son los servicios que ofrece el “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”? ¿Cuál es la capacidad instalada de cada uno de ellos?
- 5) ¿Cuáles son las áreas de servicio del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”?
- 6) ¿Cómo manejan los ingresos y redistribución de recursos provenientes de la actividad turística?
- 7) ¿Cuáles son sus objetivos, metas, visión y misión?
- 8) ¿Cuenta con políticas de calidad, principios y valores empresariales? ¿Cuáles son estas?
- 9) ¿Cuenta con un manual de marca o maneja una línea gráfica (logotipo, isotipo, slogan, etc.)
- 10) ¿Qué figura legal tiene?
- 11) ¿Bajo qué entidad se encuentra registrado su estatus legal?
- 12) ¿Cuenta con RUC y registro turístico por escrito?
- 13) ¿Cuenta con una planificación estratégica para su organización interna?

**Entrevista 002** – “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”

**Entrevistado:** Milton Nasimba

**Cargo:** Presidente

**Entrevistador:** Daniela Mishell Vallejo Burgasi

**Tema:** Procesos de operación del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”

El propósito de la entrevista es el levantamiento de información certera y concreta acerca de datos generales y específicos internos de la organización estudiada para el desarrollo del presente estudio.

- 1) ¿Cuáles son las áreas de servicio?
- 2) ¿Cuál es el proceso operativo para un tour del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga” desde el contacto con el turista hasta el fin del recorrido?

**Entrevista 003** – “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”

**Entrevistado:** Milton Nasimba

**Cargo:** Presidente

**Entrevistador:** Daniela Mishell Vallejo Burgasi

**Tema:** Estrategias comerciales y de marketing del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”

El propósito de la entrevista es el levantamiento de información certera y concreta acerca de datos generales y específicos internos de la organización estudiada para el desarrollo del presente estudio.

- 1) ¿Conoce su segmento de mercado?
- 2) ¿Qué medios o mecanismos utiliza para llegar a su segmento de mercado?
- 3) ¿Cuenta con un plan de marketing?
- 4) ¿Qué estrategias comerciales utiliza para la venta de sus productos?
- 5) ¿Cuenta con proveedores e intermediarios?
- 6) ¿Cuál cree que es su ventaja competitiva?

**Entrevista 004** – “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”

**Entrevistado:** Milton Nasimba

**Cargo:** Presidente

**Entrevistador:** Daniela Mishell Vallejo Burgasi

**Tema:** Valoración de la calidad del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”

El propósito de la entrevista es el levantamiento de información certera y concreta acerca de datos generales y específicos internos de la organización estudiada para el desarrollo del presente estudio.

- 1) ¿Qué participación tiene dentro del Centro de Turismo Comunitario Ruta Chiriboga?
- 2) ¿A qué sector del turismo se dedica?
- 3) ¿En los últimos años se ha beneficiado de la actividad turística?

• **Describa el perfil de su cliente:**

- 4) Edad
- 5) Género
- 6) Nacionalidad
- 7) Lugar de origen
- 8) Nivel de instrucción
- 9) ¿Son clientes frecuentes?
- 10) ¿Qué les motiva a visitar la zona?
- 11) ¿Actividades que realizan en la zona?
- 12) Tiempo promedio de estadía en la zona
- 13) Gasto promedio durante su visita a la parroquia de Lloa
- 14) ¿Con quién viajan más?
- 15) ¿A través de qué medios llegan a sus turistas?

• **Calidad**

- 16) ¿Su personal está capacitado? ¿Cada cuánto son capacitados?
- 17) ¿Qué tipo de capacitaciones realizan?
- 18) ¿Cuál considera es el valor diferenciador de la zona?
- 19) ¿Realiza algún tipo de valoración de satisfacción del cliente y cuál es esa herramienta?
- 20) ¿Cada cuanto realizan refacciones en el establecimiento?

• **Satisfacción**

- 21) Valore los servicios recibidos por parte del “Centro de Turismo Comunitario Cansacoto Ruta Chiriboga”, siendo 1 muy insatisfecho y 5 muy satisfecho

<b>Detalle</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
El trato del personal y atención al cliente es agradable y profesional					
El personal demuestra estar capacitado					
Infraestructura adecuada de establecimientos prestadores de servicio					
Guía turístico e información que brinda					
Alimentación					
Transporte turístico					
Atractivos turísticos					
Actividades recreativas					
Alojamiento					
Señalización durante las rutas					
Seguridad					
Materiales necesarios para el desarrollo del tour					
Contacto del personal posterior a la salida					



## Anexo 5.

### Catálogo de criterios de Tourcert



Criterios Mandatorios de Turismo Comunitario	
Versión IX - 30 de abril de 2018	
N.	Criterios Mandatorios
1	El emprendimiento turístico comunitario es de propiedad de parte o de todos los miembros de una comunidad o de varias comunidades que se respalda en un territorio propio, tiene una estructura de base organizativa comunitaria y cuenta con el respaldo y/o aval de la asamblea general o autoridad máxima de la comunidad.
2	El emprendimiento turístico comunitario cuenta con el aval de una organización nacional y/o internacional que represente y avale la gestión del turismo comunitario
3	La comunidad u organización comunitaria cuenta con un Plan de Vida Mandatorio (Plan estratégico y monitoreo) quinquenal aprobado por la autoridad máxima de la comunidad, el mismo que es ejecutado por los responsables de cada área. La supervisión de la ejecución del Plan de Vida está a cargo de la autoridad máxima a través de la directiva. El Plan de Vida es revisado, monitoreado y actualizado anualmente, considerando el cumplimiento y avances vinculados a la actividad turística.
4	La comunidad u organización comunitaria cuenta con políticas, elaboradas participativa y transparentemente con la participación de la asamblea o autoridad máxima de la comunidad, donde se ha considerado por lo menos: <b>i)</b> El respeto a la cosmovisión e identidad religiosa, política, cultural, de género y generacional de sus miembros y colaboradores; <b>ii)</b> No a la promoción de la prostitución; <b>iii)</b> No a la venta de estupefacientes; <b>iv)</b> No a la explotación y acoso comercial, sexual o de cualquier otra forma, especialmente de niños (as), adolescentes, mujeres y minorías (Ref.: Código ESNNNA); <b>v)</b> Priorización de la gestión de la calidad y responsabilidad ambiental; <b>vi)</b> Priorización de la contratación de mano de obra, productos y servicios locales, <b>vii)</b> Priorización de la contratación de personas del ámbito comunal, para trabajar en el nivel administrativo y/o gerencial, entre otros. Las políticas son dadas a conocer a colaboradores, visitantes, miembros de la comunidad y directiva.
5	El emprendimiento turístico comunitario cuenta con: <b>i)</b> Reglamento interno; <b>ii)</b> Organigrama de gestión y un sistema de toma de decisiones democrático, basado en principios de solidaridad y reciprocidad, y; <b>iii)</b> Manual de funciones, que incluye la descripción del perfil y funciones del personal administrativo y operativo por área de servicio; y <b>iv)</b> Manual de procedimientos básicos de las diferentes áreas operativas y administrativas
6	La comunidad u organización comunitaria cuenta con un procedimiento de redistribución equitativa de recursos y beneficios, provenientes de la actividad turística que está legamente registrada ante las entidades competentes para su funcionamiento. Adicionalmente, posee un programa de reinversión de los excedentes en proyectos locales, como por ejemplo en: <b>i)</b> Infraestructura; <b>ii)</b> Servicios básicos; <b>iii)</b> Conservación del patrimonio natural y cultural; <b>iv)</b> Programa o actividades de educación, capacitación, salud y saneamiento; <b>v)</b> Conocimiento ancestral y fortalecimiento cultural, entre otros. La organización lleva registros de inversiones en proyectos, los mismos que deben estar enmarcados al Plan de Vida.
7	El emprendimiento turístico comunitario cuenta con la documentación necesaria para su efectiva operación y prestación de servicios. Adicionalmente, si presta el servicio de guianza y/o transporte turístico, poseen los certificados que la autoridad competente solicita.
8	El emprendimiento turístico comunitario cuenta con el nombramiento vigente del o los representantes legales, así como con contratos laborales legalizados ante la autoridad competente de sus colaboradores.
9	En el caso de que el emprendimiento turístico comunitario desarrolle actividades de aventura, cuenta con un plan de contingencias, pólizas de responsabilidad civil, y sus equipos e implementos cumplen con los estándares nacionales e internacionales de seguridad.

## Anexo 6.

### Resultado de auditoría externa

	Número de criterios	Buena práctica	Criterio cumplido	Mejorable	Criterio no cumplido	no aplica
<b>GESAMT</b>	<b>55</b>	<b>0</b> 0%	<b>12</b> 22%	<b>14</b> 25%	<b>15</b> 27%	<b>14</b> 25%
Criterios Mandatorios	9	0 0%	1 11%	4 44%	3 33%	1 11%
1. Gobernabilidad y fortalecimiento socio	10	0 0%	3 30%	1 10%	4 40%	2 20%
2. Gestión de la calidad y fortalecimiento del negocio	8	0 0%	0 0%	0 0%	4 50%	4 50%
3. Condiciones laborales de los colaboradores	5	0 0%	1 20%	2 40%	1 20%	1 20%
4. Economía solidaria y beneficios para la comunidad	6	0 0%	3 50%	0 0%	1 17%	2 33%
5. Defensa del territorio y ambiente	12	0 0%	4 33%	6 50%	2 17%	0 0%
6. Revitalización y valorización cultural	5	0 0%	0 0%	1 20%	0 0%	4 80%

## Anexo 7.

### Cotización del proceso de certificación Tourcert

## Precios de Participación

<b>TourCert</b>					
Lista de precios (en dólares)					
Precios válidos para los países:		Ecuador			
Tour Operadores - Restaurantes y otras iniciativas comunitarias					
Categoría	Número de colaboradores	Asesoría y Capacitación	Auditoría externa	Inversión total primera certificación	Inversión anual
Micro	1-10	883	338	1.220	525
Pequeña	11-50	1.383	450	1.833	725
Mediana	51 - 100	1.883	450	2.333	838
Grande (i)	101 -250	1.995	563	2.558	950
Grande (II)	>250	oferta a solicitud			

<b>TourCert Check</b>					
Touroperadores, Restaurantes y otras iniciativas comunitarias			Hoteles		
Número colaboradores	Inversión primer año	Inversión anual	Número habitaciones	Inversión primer año	Inversión anual
1-10	200	175	1-34	300	250
11-50	250	225			
> 51 *	305 - 700*	275 - 450**	>35*	305 - 700*	255 - 450 **
*por cada colaborador/habitación adicional 5\$ hasta un máximo total de 700 en el primer año					
**por cada colaborador/habitación adicional 5\$ hasta un máximo total de 450					

## Carta de la Institución



**SEDE MATRIZ**  
Calle Rumbosanta 5/11  
centro Esmeraldas y Alajaluz

Quito, 05 de diciembre de 2020

Ingeniero  
Milton Nasamba  
**DIRECTOR GENERAL CTC**  
Presente

De mi consideración:

Reciba de quienes hacemos la Universidad UTE y particularmente de la Carrera de Turismo, un cordial saludo y felicitación por la labor que cumplen en esta prestigiosa Institución.

El motivo de esta comunicación es solicitarle se digno considerar la posibilidad de autorizar a la señorita **VALLEJO BURGASI DANIELA MISHHELL** estudiante de la Carrera de Turismo, para que se le permita obtener información general como dato indispensable en la elaboración de su Proyecto de Titulación cuyo tema es **"PROPUESTA DE MEJORA DE CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DEL CENTRO TURÍSTICO COMUNITARIO RUTA CHIRIBOGA EN LA PARROQUIA DE LLOA, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO"**.

Es indispensable resaltar que la información que se genere será utilizada exclusivamente para fines académicos en la elaboración del Proyecto de Titulación.

Agradezco su gentil atención y le expreso mis sentimientos de consideración y estima.

Atentamente,

Mgs. Gabriela Carrera  
**DIRECTORA**  
**CARRERA DE TURISMO**  
G.C.



☎ (593) 2 200 0800  
✉ [ct@ute.edu.ec](mailto:ct@ute.edu.ec)  
[www.ute.edu.ec](http://www.ute.edu.ec)

